

Proceso de rediseño de identidad visual

Acercamiento teórico, analítico y
proyectual en el caso del rediseño de la
Plataforma Nacional para la reducción
del Riesgo de Desastres (PNRRD)

Memoria de título
Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Profesor guía Leonardo Soto Calquín

Daniela Saldaña Fuentes



*Proceso de rediseño de identidad visual - Acercamiento teórico,
analítico y proyectual en el caso del rediseño de la Plataforma
Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres (PNRRD)*
por Daniela Saldaña Fuentes

Memoria para optar al título profesional
de Diseñadora Gráfica

Julio 2022
Facultad de Arquitectura y Urbanismo,
Universidad de Chile. Portugal #84,
Santiago, Chile.

Proceso de rediseño de identidad visual

Acercamiento teórico, analítico y
proyectual en el caso del rediseño de la
Plataforma Nacional para la Reducción
del Riesgo de Desastres (PNRRD)

Memoria de título
Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Profesor guía Leonardo Soto Calquín

Daniela Saldaña Fuentes

Agradecimientos

A Francisca y Antonia por su tiempo y ayuda.

A Gloria y Rodolfo por su apoyo incondicional.

Dedicado a Blanca y Graciela, que su memoria siga intacta.

Abstract

El ejercicio de rediseño de la identidad visual de una marca, institución u organización, consta de una serie de aspectos que deben ser considerados en su elaboración. A partir de la definición de conceptos y de una metodología proyectual que estructura el proceso de diseño, se plantean propuestas para la nueva identidad visual de la Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres (PNRRD).

Este proyecto surge de la colaboración entre el Departamento de Diseño de la Universidad de Chile y la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior, donde los lineamientos que estructuran el encargo de la ONEMI son revisados en sus distintas aplicaciones. De esta forma, se realiza una revisión comparativa entre las propuestas del ejercicio profesional y el contexto académico en el que se enmarca este proyecto, posibilitando un análisis disciplinar del rediseño de identidad visual.

Palabras clave: rediseño / identidad visual / marca / renovación

ÍNDICE

Planteamiento	8
1.1 Introducción	8
1.2 Motivaciones personales	9
1.3 Presentación de la problemática	9
1.4 Objetivo general	10
1.5 Objetivos específicos	10
1.6 Metodología	11
1.7 Límites, proyecciones y aporte al diseño gráfico	12
Elementos de la identidad visual	13
2.1 Branding	14
2.1.1 Marca	15
2.2 Identidad visual	16
2.2.1 Rediseño	17
2.3 Herramientas de diseño para la identidad visual	18
2.3.1 Tipografía	19
2.3.2 Color	19
2.3.3 Imagen	20
Proceso de rediseño	21
3.1 Investigación	23
3.2 Análisis	24
3.3 Desarrollo conceptual	25
3.4 Desarrollo de diseño	26
3.5 Aplicación (manual de marca)	27
Referentes	28
4.1 National Gallery of art	30
4.2 Mit Media Lab	32
4.3 Australian Open	34
Caso de estudio	36
5.1 Oficina de Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres	39
5.1.1 Plataformas Regionales	39
5.2 Plataforma nacional para la reducción de riesgo de desastres (PNRRD)	40
Bitácora	41
6.1 Proceso de la propuesta de rediseño	44
6.2 Análisis de la nueva identidad visual de la PNRRD	78
Conclusiones	80
7.1 Conclusiones en torno al planteamiento	81
7.2 Conclusiones respecto al rediseño de identidad visual de la PNRRD	84
7.3 Reflexiones finales	85
Anexos	86
Bibliografía	107

Capítulo 1 - Planteamiento de la Investigación

1. Planteamiento

1.1 Introducción

La búsqueda de una identidad que defina la manera en que nos desenvolvemos en diversos contextos, es una problemática que traspasa aspectos físicos, psicológicos, sociales e incluso estéticos. Dentro de este contexto, se pueden establecer diversos elementos diferenciadores que constituyen la identidad y que facilitan la lectura de aquello que se desea comunicar o transmitir.

Así mismo, es posible entender que la constitución de una identidad individual, al estar enmarcada en un ámbito global, genera la interacción de individuos en contextos sociales conformando identidades colectivas.

El diseño gráfico presenta herramientas para comunicar mediante lo visual; donde es posible resolver las necesidades individuales y colectivas de representar la identidad, a partir de los medios que la disciplina dispone para su elaboración. En este marco se encuentra el campo del branding, enfocado en el desarrollo de una serie de elementos que definen cómo será la proyección de identidad de una marca determinada.

Dentro de la complejidad de elementos que componen el branding, se encuentra la identidad visual, variable del diseño de marca perteneciente al área del diseño gráfico; y que por lo tanto, cobra especial interés para esta memoria. De esta manera, se plantea abordar este documento bajo la mirada disciplinar del rediseño de identidad visual, entendiéndolo como una oportunidad de construir una visión renovada del rol que tenemos como profesionales en el contexto actual.

El presente proyecto busca reconocer los elementos fundamentales del branding en su dimensión gráfica, para luego realizar el Rediseño de la identidad visual de un caso de estudio en particular: La Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre (PNRRD).

1.2 Motivaciones personales

Luego de realizar mi práctica profesional en el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), donde me desempeñé como diseñadora asistente en el Departamento de Marketing y Comunicaciones, desarrollo especial interés por el área de identidad corporativa en el diseño gráfico. En aquella instancia trabajé en la formulación de la nueva imagen corporativa del GAM; sin embargo, al ser una práctica de tiempo acotado, la profundidad de estudio que le pude dar a la parte investigativa, teórica y de diseño, se vio limitada por la transitoriedad del proceso académico.

Es por esto que cuando surge la posibilidad de integrar el equipo de diseño de la universidad, en su trabajo conjunto con la ONEMI, me intereso por participar de esta instancia. De esta manera, busco generar una profundización de los conocimientos adquiridos en mi etapa formativa como diseñadora; donde en esta ocasión, puedo realizar un proyecto de diseño corporativo en su totalidad, como parte de mi proceso de obtención del título profesional de diseñadora gráfica de la Universidad de Chile.

1.3 Problemática

Cuando el ejercicio de diseño se ve enmarcado en un contexto de aprendizaje, atravesamos procesos que acompañan el objetivo general formativo. Por otra parte, al egresar de la facultad y enfrentarnos a la realidad del mundo laboral, aparecen actores y elementos ajenos a nuestra experiencia académica, marcando las diferencias con las formas que toma el diseño en el ámbito profesional.

En esta finalización de mi proceso académico, me veo enfrentada al desafío de participar en un proyecto de índole “profesional”, pudiendo experimentar el particular caso de la interacción entre estos dos mundos, siendo puente de comunicación y de traducción de los diferentes elementos que lo componen.

En este contexto de encuentro entre lo académico y lo profesional, se desarrolló la propuesta de rediseño de la identidad visual de la Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre (PNRRD).

En ella se aborda la experiencia en cuanto a levantamiento de información, análisis, elaboración de propuestas, así como la resolución de las posibles interrogantes que estas mismas instancias generan en el proceso.

Este trabajo fue realizado en forma colaborativa entre el Departamento de Diseño (DDD) y la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI). El proceso de trabajo constó de distintas instancias, donde en una primera etapa se realizó la investigación, el análisis y la propuesta, junto a Javiere Aguirre, alumna en proceso de titulación en 2021. Luego de esta etapa, se retomó el proceso de manera independiente para desarrollar la propuesta final de rediseño para la PNRRD.

Para responder al aspecto académico, se realizan propuestas simultáneas durante el proceso de rediseño de identidad visual, que enriquecen la discusión sobre las decisiones para la renovación de manera comparativa.

1.4 Objetivo general

Generar una propuesta de rediseño para la PNRRD que responda tanto a los requerimientos de la ONEMI, como a los parámetros de diseño en los que se enmarca la identidad visual en su fundamento teórico.

1.5 Objetivos específicos

Revisar y analizar las cualidades del rediseño de identidad visual y sus conceptos asociados, con el fin de sustentar de forma teórica el ejercicio de renovación de identidad.

Proponer un esquema metodológico del proceso de rediseño, con el fin de aportar un documento de síntesis para proyectos que desarrollen la renovación de la identidad visual.

Evaluar el desarrollo del ejercicio de rediseño de identidad visual desde una perspectiva comparativa entre el ámbito académico y profesional.

1.6 Metodología

Para comprender la estructura de la siguiente memoria, es necesario tomar los ejes teóricos centrales involucrados en el ejercicio proyectual: identidad visual y rediseño. Con esto, se propone una metodología proyectual, representativa del proceso de diseño, la cual reúne una serie de procedimientos aplicados al desarrollo de este trabajo. A partir de una investigación bibliográfica o de antecedentes, el análisis de información, un proceso de conceptualización, el planteamiento de propuestas y la aplicación de lo diseñado; se establece un orden que permitirá abordar esta memoria desde el planteamiento de la problemática, hasta la posterior solución de ésta. Por lo tanto, se introducirá el concepto de identidad corporativa y progresivamente se revisarán temáticas que acompañan el proceso de diseño y de realización de este proyecto de título.

En el Capítulo 2: *Elementos*, se presentará un marco referencial que recorre el concepto de branding, para llegar al área específica de trabajo de este proyecto: **la identidad visual**. Luego, en el Capítulo 3: *Procesos*, se explicará de manera detallada cada una de las etapas que componen el proceso de rediseño de identidad visual, bajo la revisión de distintos autores y referentes.

En el Capítulo 4: *Referentes*, se mostrarán 3 casos de marcas o instituciones que trabajan en procesos de rediseño, afines al encargo a realizar.

El caso de estudio se revisará en el Capítulo 5 y así mismo, este apartado constituirá parte importante de la estructura del proceso de diseño; donde el acercamiento inicial a la información general del mandante (ONEMI) y su encargo, es también considerado como parte del levantamiento de información y análisis.

Luego de expuesta esta revisión de la plataforma, se dará paso a la *Bitácora*, en la cual se mostrará el trabajo de rediseño realizado para la ONEMI, en el marco de este trabajo colaborativo. De forma simultánea, se llevará a cabo el relato del proceso de diseño de diversas propuestas exentas de un mandante o cliente, siendo una opción de diseño con fines netamente académicos.

De esta forma se podrá concluir, respecto a la comparación de experiencias, las distintas características que poseen ambos ejercicios; así como los puntos de encuentro y el aporte que este documento puede significar a la producción de contenido sobre el rediseño de identidad visual.

1.7 Límites, proyecciones y aporte al diseño gráfico

Teniendo en cuenta que la presente memoria se realiza en el contexto de la obtención del título profesional de Diseñadora Gráfica de la Universidad de Chile, es importante señalar las limitaciones que tiene este proceso en cuanto a la especificidad de su contenido. Con esto, se definen parámetros que enmarcan la investigación dentro de los límites de conceptos como identidad visual y rediseño. Es por esto que se debe tener presente que a pesar de estar tratando un tema tan amplio y contingente como el branding, éste será revisado de manera referencial y contextual.

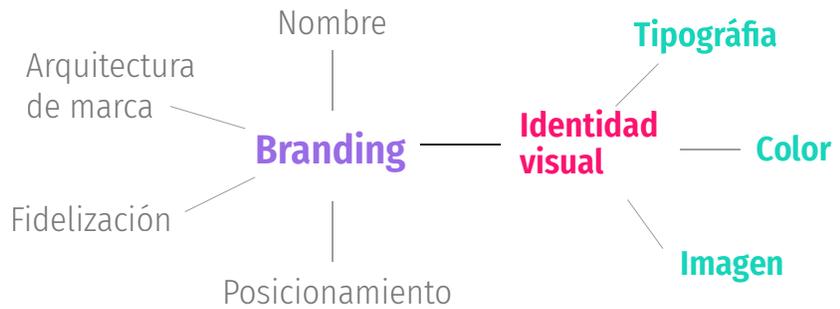
De la misma forma en que este contexto genera limitantes, se pueden tomar las distintas temáticas secundarias, tratadas en esta memoria, como posibles guías a seguir profundizando en investigaciones futuras. Por tanto, la revisión de bibliografía que fue realizada en este proceso, hizo que el trabajo específico de rediseño se viera sustentado por la experiencia de autores y creadores del concepto de identidad corporativa, desde su concepción más incipiente, hasta el hoy anglo-denominado branding.

Entendiendo que tanto las marcas como la concepción de su identidad, va cambiando con el pasar de los años; la teoría que rodea la creación de estos contenidos también está en constante evolución. Bajo esta perspectiva, es posible entender que la identidad corporativa de importantes marcas a nivel mundial vayan actualizando su imagen y que asimismo, la complejidad de elementos que la componen vayan más allá de lo visual.

La experiencia generada a partir de un buen diseño de branding, como lo conocemos en la actualidad, termina siendo un trabajo en el que se ven implicados profesionales de distintas áreas. Sin embargo, gracias a la experiencia de elaboración de este proyecto, surge la posibilidad de revisar el rol que tenemos como profesionales de lo visual.

The background of the page is white with decorative patterns of small, semi-transparent dots. In the top right corner, there is a dense cluster of blue dots that fades into the white background. In the bottom right corner, there is a dense cluster of red dots that also fades into the white background. The text 'Capítulo 2 - Elementos' is positioned in the lower right area, oriented vertically.

Capítulo 2 - Elementos



Img 1, Branding : esquema componentes. Fuente: <autoría propia>

2. Elementos de la identidad visual

Como se ha expuesto con anterioridad, este proceso de diseño está guiado por ciertas palabras clave que establecen la forma en la que debe ser revisado el siguiente marco referencial. Dentro de este contexto, tenemos al *Branding* como punto de partida, donde se revisarán definiciones y se dará una mirada general a esta área del diseño.

En el punto 2.2 *Identidad Visual*, luego de entender el valor del branding y la definición de marca, se acota la investigación para definir aquellos conceptos centrales que guían el proceso de este proyecto: identidad visual y rediseño.

Por último, habiendo hecho un recorrido teórico por los temas que sustentan este trabajo, se expondrán una serie de conceptos asociados al sistema de signos que componen la identidad visual, subcapítulo que nos entregará las *Herramientas de diseño* necesarias para desarrollar la propuesta para la PNRRD

2.1 Branding

Entendiendo que existen múltiples conceptos para definir el trabajo de diseño de identidad de una marca, es necesario tener presente distintos autores que tratan esta temática desde sus brechas temporales y los avances respectivos que ha sufrido en paralelo el mundo de las marcas.

De esta forma es posible encontrar el concepto de *Identidad Corporativa*, en autores de comienzos de siglo como Joan Costa o Norberto Chaves, quien a través del concepto: signo identificador, respondió a las mismas interrogantes que en la actualidad son descritas dentro del concepto branding.

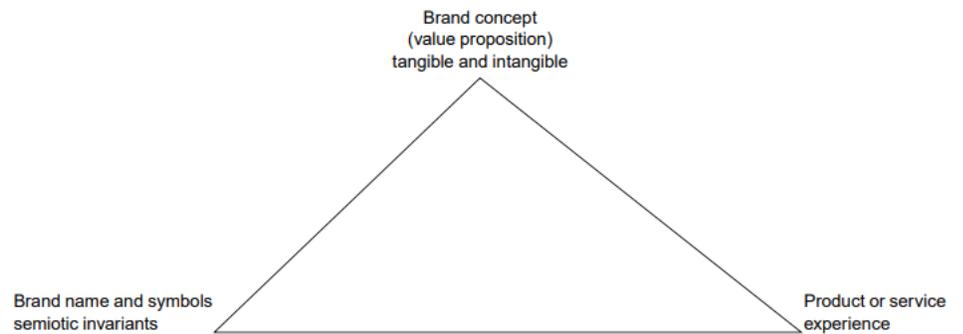
Dentro de este contexto, Costa entiende la identidad corporativa como un “sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir -facilitar el reconocimiento y la recordación- a una empresa u organización de las demás”. Además establece que su misión es “diferenciar (base de la noción de identidad), asociar ciertos signos con connotaciones positivas; en otras palabras, aumentar la notoriedad de la empresa” (2003, p.15).

Respecto a bibliografía más contemporánea sobre este concepto, tenemos distintos textos escritos a modo de guía, como “Creating a brand identity” de Catharine Slade-Brooking (2016), en el cual hace una mirada actualizada del área. Así mismo, la guía “Designing brand identity” de Alina Wheeler, renueva los términos estructurados sobre identidad corporativa y lo describe como un trabajo que va más allá de un logo o símbolo, ya que debe conectar emocionalmente con sus consumidores a través de diferentes grados de experiencia (2009, p.2).

Teniendo en cuenta la complejidad de elementos que componen al branding, es posible establecer cinco áreas que lo constituyen (Img. 1) y que están asociados a distintas disciplinas, profesionales y campos de acción. De este modo se puede definir que el branding tiene en la actualidad, múltiples formas de expresión; sin embargo, para fines específicos de este proyecto, se revisará el concepto *marca*, con el fin de tener un acercamiento teórico a aquellos aspectos del branding que serán de utilidad para el desarrollo de la identidad visual de la PNRRD.

2.1.1 Marca

Al revisar el concepto *marca*, bajo la mirada del diseño, es posible encontrar información relevante respecto a la creación de identidad mediante estrategias gráficas. Sin embargo, la concepción actual que existe respecto a este concepto, amplía la acotada experiencia que la define en aspectos netamente visuales.



Img 2, Branding sistema : esquema polos.

Fuente: <Kapferer, J. (2008). The New Strategic Brand Management. (p.12)>

Una marca involucra la definición de valores, lealtad y una serie de vínculos emotivos con los consumidores. Según Slade-Brooking, marca se define como una serie de elementos, tanto físicos como emocionales, usados para evocar una respuesta deseada en la mente de los consumidores o audiencias (2016, p.156).

De esta manera, es posible revisar bibliografía que trata las dimensiones de la personalidad de una marca; demostrando que puede haber herramientas subjetivas como “sinceridad” y “sofisticación”, que se convierten en la forma de acceder de manera emotiva al público consumidor (Aaker, 1997).

Resulta útil revisar su composición o estructura vista desde la perspectiva de su funcionamiento. Es en este contexto donde revisamos a Kapferer (2008) quien define 3 polos que constituyen una marca: nombre, experiencia y concepto (Img. 2).

En el polo *nombre*, se refiere a aquellos elementos semióticos que no varían con el tiempo; con el polo *experiencia* trata los productos o servicios de la marca; y finalmente en *concepto*, toma los elementos tangibles e intangibles que le entregan valor y posicionamiento (p.12).

2.2 Identidad visual

A pesar de existir un acercamiento inicial a este concepto, desde su homologación al término identidad corporativa; es importante definir desde un inicio, a qué contexto está referida la identidad visual en este documento y cuál es el enfoque que le damos a su utilización.

Como definición general, la identidad visual es la suma de todos los elementos de la estética visual de la marca; incluyendo isotipos, logos, colores, etc (Slade-Brooking, 2016, p.156).

Por consiguiente, se genera una definición precisa de lo que se quiere determinar con identidad visual, ya que se plantea como un apartado de la totalidad de áreas que el branding abarca. El trabajo gráfico (visual) realizado para proyectar la identidad corporativa,

es precisamente el encargo a desarrollar en el contexto de colaboración con la ONEMI.

2.2.1 Rediseño

Entendiendo que el concepto rediseño puede ser estudiado desde distintos ámbitos, es importante aclarar que será revisado desde la perspectiva específica del trabajo de identidad visual.

En primer lugar, a modo de definición general, el rebranding es la creación de un nuevo nombre, término, símbolo, diseño o la combinación de todos esos elementos (Slade-Brooking, 2016, p.62). Luego, el rediseño de identidad visual, sería en este caso la creación de contenido nuevo a partir de las herramientas visuales que definen o componen la marca.

El rediseño de identidad visual, toma relevancia desde la perspectiva de un contexto global en el que el branding evoluciona de manera acelerada. De esta forma, se entiende la necesidad de renovación de la imagen, donde el trabajo visual y la revisión de conceptos e información relevante sobre la marca, serán puntos estratégicos para reconstruir la identidad visual.

Este proceso y formato de trabajo, toma el contenido creado con anterioridad y genera un diseño acorde a los conceptos y definiciones de la marca. Se puede señalar que una de los caminos posibles, es la renovación de la identidad visual en su totalidad, donde Chaves plantea el concepto *diseño ex novo*. El autor define que luego de revisar el estado inicial de la marca, se realiza un diagnóstico en el que la mala calidad, la obsolescencia o poca efectividad de la imagen, conlleva a descartar la identidad en uso para generar una nueva (2003, p.101).

Las herramientas para el desarrollo de este diagnóstico son revisadas por Chaves como indicadores de calidad que permiten analizar de manera completa el estado original de la marca al momento del rediseño.

Es importante establecer, que en el proceso realizado en el presente trabajo, se desarrolló el rediseño tomando en cuenta las

distintas posibilidades que el análisis y diagnóstico de lo preexistente podía conllevar. Como resultado de esta instancia, re aparece el concepto *diseño ex novo*, sugiriendo la renovación completa del ítem visual. Es en estos casos ,donde factores constantes como el nombre y el concepto de la marca, toman un rol protagónico.

Por esto, el desafío de rediseñar la identidad visual de una marca, nos brinda la posibilidad de crear un sistema de identificación totalmente nuevo, planteando la oportunidad de producir un diseño lo más cercano a la necesidades que, en este caso la PNRRD presentaba como organización.

2.3 Herramientas de diseño para la identidad visual

La identidad visual, entendida desde la mirada de Costa (2003) sobre identidad corporativa, es definida como una serie de signos visuales que conforman características comunicacionales, así como herramientas de diversa naturaleza que en su conjunto constituyen la propuesta de diseño, que sustentará la identidad de una determinada organización.

La importancia de comprender los signos tanto en su función como en su diversidad; permite utilizar cada uno de estos de manera óptima y entendiendo el rol que cumplen dentro de la identidad visual. Además su comprensión de forma detallada, permite percibir las particularidades e interacciones que el diseño de identidad visual propone.

La forma en que el diseño gráfico define y abarca el tema de estos signos identificadores, es a través de la semiótica, considerando signos que reúnen características de naturaleza lingüística, icónica y cromática (Costa, 2003, p.16).

De esta manera los conceptos revisados a continuación, se presentan como los tres ejes centrales que de forma visual/gráfica, representan la esencia y componentes principales de una determinada identidad.

2.3.1 Tipografía

El proceso lingüístico de asignación de un nombre a una marca, es parte importante del branding en su expresión global. Para efectos del rediseño, se entiende que el marco de acción de este punto propuesto por Costa (2003), se remite a la grafía o modo de escritura en la que se diseña la identidad (p.15).

Es entonces la tipografía, un signo que en la actualidad tiene un campo de acción amplio. Esto implica que las aplicaciones, así como los procesos de diseño de una tipografía, constan de variados elementos que influyen en la constitución final de esta escritura.

Así como el diseño gráfico ha desarrollado amplitud de posibilidades en cuanto a qué y cómo diseñar, el mundo de la tipografía contiene en sí mismo, variantes que permiten incluso definir familias y agrupaciones de signos. Esta posibilidad de orden y clasificación, viene dada por las características atribuibles a cada grupo tipográfico.

2.3.2 color

Partiendo de la definición de color ligada al diseño de identidad corporativa, se plantea la elección de color o colores, para distinguir una marca de manera emblemática (Costa, 2003).

En este contexto, y como plantea Hardy, el color es vital para la identidad de marca, pudiendo ser el primer elemento visible y reconocible en el acercamiento inicial de una persona con el logo o imagen (2011, p.177).

La importancia que tiene la revisión del factor emocional o psicológico dentro de las características de este signo, está ligado a la posibilidad de determinar los colores a utilizar en una propuesta de diseño, según los efectos que la lectura del color pueda generar en las personas.

Es por esto que, más allá de la teoría específica asociada al branding y el uso de color como un elemento que lo estructura, es necesario considerar autores de la teoría más clásica respecto a la psicología del color, para manejar los significados asociados al efecto que produce diferenciadamente cada color.

Es por esto que Heller, teórica de la psicología del color, propone desde hace 20 años que utilizar los colores de manera adecuada, “puede ahorrarnos mucho tiempo y esfuerzo” (2000, p.17).

En resumen, independiente de las características específicas que pueda tener cada color, se puede afirmar que su uso es un paso complejo del proceso de diseño. Sin embargo, su correcta aplicación permite que la identidad visual tenga desde su concepción, una idea general del efecto o respuesta que la utilización de determinado color puede conseguir.

2.3.3 Imagen

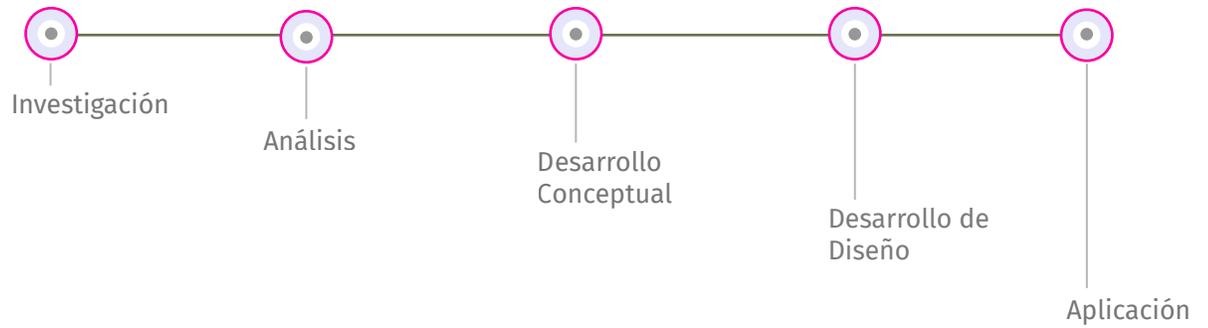
Este signo puede ser asociado desde el branding, bajo el concepto Isotipo, donde existe una diversidad de formas o medios para asignar una función o personalidad a la imagen diseñada.

De esta forma, es posible encontrar distintos isotipos, que van desde sus formas explícitas donde la palabra escrita forma la totalidad de la imagen, hasta diseños con un contenido abstracto que posee un valor únicamente simbólico.

Dentro de este contexto, Costa se refiere a este tercer signo de la identidad visual y lo define como una “marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa” (2003, p.15). De esta forma, el símbolo o signo portador de significados, se convierte en la versión tangible de aquello que desea representar el diseñador mediante la imagen.

The background features a white central area surrounded by vibrant, particle-like effects. In the top-left and bottom-right corners, there are dense clusters of small dots in shades of blue and pink, creating a sense of motion and energy. The overall aesthetic is modern and dynamic.

Capítulo 3 - Proceso de Rediseño



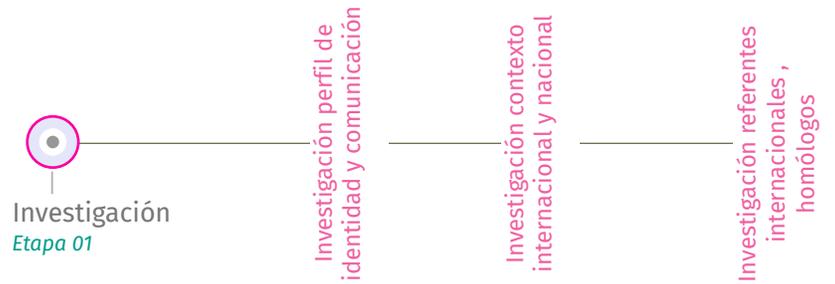
Img 3, Etapas proceso de rediseño . Fuente: <autoría propia>

3. Proceso de rediseño

Dado que el encargo a desarrollar consta del rediseño de la identidad visual de la PNRRD; se propone la revisión de bibliografía asociada a estos procesos, con el fin de generar un sistema explicativo que ordene y establezca un proceso de diseño en etapas.

En una primera instancia se exploran algunos de los puntos clave mencionados por Chaves (2003) para la gestión de rediseño. Así mismo, se referencia el trabajo de Costa (2003) en cuanto a la elaboración de un programa de identidad. Finalmente se revisó, entre otros autores, la guía de diseño de Slade-Brooking(2016), donde se mencionan estos procesos con menor detalle, pero estableciendo separaciones claras y fases definidas para una posible sistematización del trabajo de rediseño.

Al analizar la bibliografía del proceso de diseño, se establece una forma de trabajo en la que, tomando los puntos comunes de los autores señalados, se plantean 5 etapas para completar un óptimo proceso de rediseño .



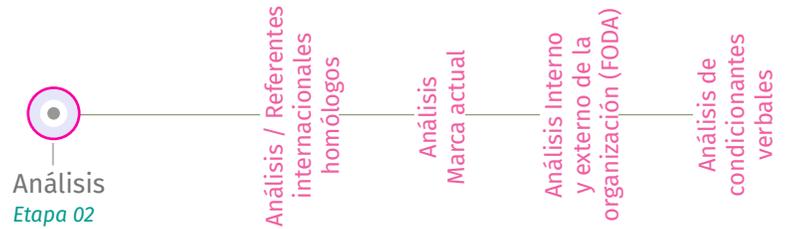
Img 4, Detalle etapa investigación. Fuente: <autoría propia>

3.1 Investigación

En esta etapa inicial, se busca levantar la información suficiente que garantice que el proceso de desarrollo del trabajo conste de todas las herramientas contextuales necesarias para el rediseño. De esta forma, destaca la importancia de esta etapa como parte fundamental para lograr un adecuado enfoque de análisis y posterior desarrollo.

Dentro de los contenidos mínimos que deben ser considerados en esta etapa se encuentra la revisión de la historia de la marca; su identidad en los contextos en los que se desenvuelve; investigar su perfil de identidad y comunicación; y determinar referentes que generen una visión crítica respecto a cómo se sitúa la marca frente a sus homólogos.

Por último, se deben incorporar las herramientas de investigación que se requieran para el caso específico a desarrollar y se debe solicitar el brief del encargo de rediseño.

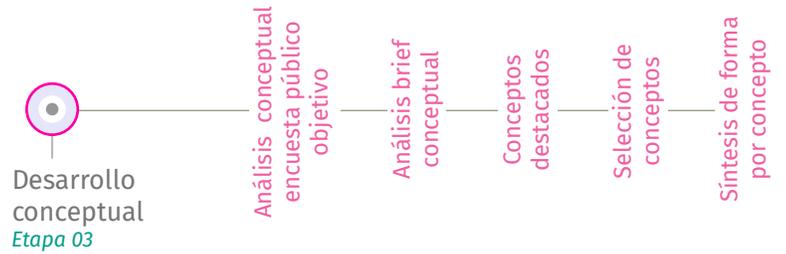


Img 5, Detalle etapa análisis. Fuente: <autoría propia>

3.2 Análisis

Teniendo en consideración, que en la etapa anterior se obtuvo la información necesaria para poder generar un procesamiento de la marca en estado previo al rediseño, se realiza un análisis aplicado a esta información. La complejidad de esta etapa viene dada por las distintas capas de caracterización que se consiguió recopilar en el punto anterior.

De esta forma, la revisión analítica de la información da paso al estudio de referentes, a la auditoría visual de la marca y al análisis crítico del funcionamiento de la marca en su rol como entidad; así como a diversos elementos que signifiquen la posibilidad de desarrollar de mejor manera la conceptualización del rediseño.



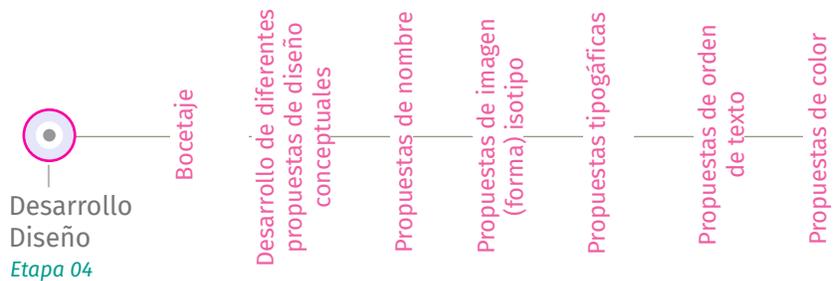
Img 6, Detalle etapa proceso conceptual. Fuente: <autoría propia>

3.3 Desarrollo conceptual

Dentro de los puntos que se realizan en la etapa de desarrollo conceptual, es importante destacar el análisis del brief conceptual (misión, visión, objetivos, propuesta de valor y valores de la organización) y de la información general de la marca. Gracias a este análisis es posible, en esta tercera etapa, visualizar las múltiples formas en que la marca se identifica conceptualmente.

Como complemento a este ejercicio se proponen estrategias de trabajo directo con la marca y su público objetivo, por medio de la realización de encuestas, entrevistas y grupos de trabajo; en los que se busca recopilar información conceptual de la marca.

Es por tanto, que al entender las claves de la identidad, se logra evidenciar los distintos escenarios que esta conceptualización genera. De esta forma se propone establecer a partir de este ejercicio, la definición concreta de una serie de conceptos representativos que guiarán los lineamientos del posterior desarrollo del diseño.



Img 7, Detalle etapa proceso diseño. Fuente: <autoría propia>

3.4 Desarrollo de diseño

A partir de los conceptos definidos para la identificación y caracterización de la marca, es que en esta etapa se cuenta con herramientas que sustentan de manera correcta las decisiones de diseño.

Es importante comentar nuevamente, que el proceso de rediseño que se plantea como caso a desarrollar; exige que se realice una propuesta visual exenta de la influencia de su gráfica previa (diseño ex novo). Por lo tanto, las propuestas iniciales de este proceso de diseño, se sustentan principalmente en el trabajo de conceptualización y análisis.

En efecto, una correcta definición de conceptos o palabras claves, se transforma en el paso inicial que guía la creación de propuestas en cuanto a la definición de formas a través de un proceso de bocetaje. De esta manera, se evidencia la importancia de poder sintetizar conceptualmente la marca, ya que permite desarrollar las primeras abstracciones visuales de las formas que este proceso sugiere.

En esta etapa se aplican las herramientas de diseño para la identidad visual revisadas en capítulo 2: tipografía, color e imagen. El proceso se realiza de forma conjunta con grupos de trabajo entre diseñador y mandante; donde se diseña, corrige y define la propuesta de rediseño. Mediante el desarrollo de instancias que dependen de lo gráfico y visual, se traducen las preferencias del mandante a una propuesta final que responda a los lineamientos previamente establecidos.

3.5 Aplicación (manual de marca)

Considerando que el proceso llevado a cabo hasta este punto, ha sido un trabajo colaborativo con la marca en cuanto a la respuesta que generan los diseños propuestos, se plantea el cierre del proceso de trabajo con la aplicación de la propuesta final de identidad visual. Esta aplicación consta de la elaboración de un manual de uso de los distintos elementos visuales que se desarrollaron en la propuesta de identidad.

Por consiguiente, se plantea tomar las cinco etapas descritas anteriormente como estructura base para realizar la propuesta de rediseño para la PNRRD.

The background of the page is white with decorative particle-like patterns. In the top right corner, there is a dense cluster of blue particles that fades into the white background. In the bottom right corner, there is a dense cluster of pink particles that also fades into the white background. The text 'Capítulo 4 - Referentes' is positioned in the lower right area, oriented vertically.

Capítulo 4 - Referentes

Teniendo en cuenta los conceptos y definiciones revisados con anterioridad, es posible visualizar un panorama global de los elementos relevantes para el desarrollo del proyecto. En este capítulo se revisarán referentes que plasman un proceso de trabajo que se acerca al proyecto de título a realizar.

Se seleccionarán 3 casos de renovación de identidad visual y se expondrán mediante elementos ya mencionados como logo, color, tipografía; así como sus estrategias de rediseño a modo general. Además se revisarán estos mismos elementos bajo tres parámetros de calidad, los cuales fueron expuestos por autores mencionados anteriormente, como Chaves (2003), Hardy (2011) y Wheeler (2009). Esto nos dará una mirada general de la metodología de trabajo de estos referentes, lo cual será de gran utilidad para la elaboración de una propuesta propia.

El método utilizado para la revisión de los referentes toma como base, la presencia de los indicadores de calidad que Chaves propone para evaluar la efectividad de una marca y que servirá asimismo para la revisión de la PNRRD. Los parámetros a evaluar en cada uno de los casos son la pregnancia o grado de recordabilidad; la legibilidad y claridad de los signos; y la coherencia entre todos sus elementos (2003, p.37).

La revisión de referentes entrega una visión actualizada, a través de trabajos de rediseño a cargo de algunas de las oficinas de branding más importantes a nivel mundial. De esta forma se exponen los aspectos que el trabajo de rediseño debe considerar como base para un exitoso proceso de construcción de identidad visual.

Los criterios de selección de casos, responden a la necesidad de revisar referentes contemporáneos que entreguen actualidad a esta investigación. Además se buscaron casos de oficinas que constan de una importante trayectoria en el área de rebranding, como Landor y Pentagram.

Dentro de la búsqueda de referentes, se propuso la selección de aquellos que significaran un aporte en parámetros que fueran comunes al rediseño de la PNRRD. En ese ámbito, se pudo revisar de manera general, referentes del contexto nacional, sin embargo la escasa información existente es un elemento que excluye estos casos. Por otra parte, las oficinas escogidas, brindan vasta información sobre los procesos de rediseño, así como de la constitución y aplicación de la identidad visual.



Img 8, **Nueva identidad** : National Gallery of Art, Washington, DC. Fuente: <pentagram.com>



Img 9 : National Gallery of Art, Washington, DC. Fuente: <pentagram.com>



Img 10, **Antigua identidad** : National Gallery of Art Washington, DC. Fuente: <pentagram.com>

brief

Nacional Gallery of Art

Agencia de diseño

Pentagram

proyecto

Rediseño de identidad corporativa

Lugar

Washinton DC, EE.UU.

Año

2021

Elementos de consideración

Estrategia de branding:
nuevo logo
lenguaje visual
posicionamiento
mensaje
identidad verbal

* **tiempo total de proceso**

2 años

Historia

La National Gallery of Art está ubicada en Washington, DC y es uno de los museos más populares de EE.UU.

Dentro de su colección presenta más de 150.000 obras de clase mundial, donde destacan pinturas, esculturas, artes decorativas, fotografías y dibujos que abarcan la historia del arte occidental.

Conceptos Anteriores

Silencioso, reservado, formal e imponente.

Nuevo discurso visión/misión/valores

El museo plantea en su nueva propuesta servir a la nación al invitar a todas las personas a explorar y experimentar el arte, la creatividad y compartir humanidad .

El museo buscaba presentar una institución que fuera más accesible e inclusiva, posicionándose como la principal instancia nacional para el arte y la creatividad.

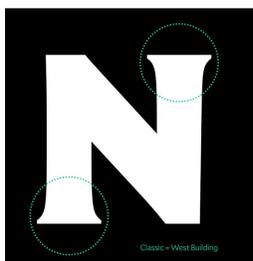
Nuevos Conceptos

Viva, dinámica, alegre, optimista, inclusiva, acogedora y nacionalista.

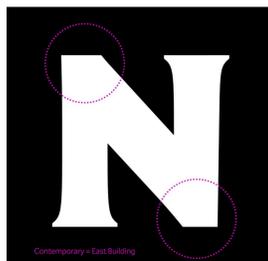
Se plantea realizar una propuesta que conecte lo antiguo y lo nuevo, lo clásico y lo moderno.



Img 11, Nueva identidad : National Gallery of Art, Washington, DC. Fuente: <pentagram.com>



Img 12, Nueva identidad : tipografía National Gallery of Art. Fuente: <pentagram.com>



Img 13, Nueva identidad : aplicación National Gallery of Art. Fuente: <pentagram.com>



Img 14, Paletas de color. Fuente: <autora propia>

elementos visuales

Imagen: El nombre en inglés “National Gallery of Art”, en distintas combinaciones de color. Se diseña una tipografía inédita, creada exclusivamente para el desarrollo de esta propuesta. Presenta características contemporáneas y clásicas que trabajan en conjunto (Img. 11).

Tipografía I: Fusión entre lo clásico y contemporáneo, fuente Empírica Black modificada (Img. 12).

Tipografía II: Clásica, fuente Empírica Light modificada.

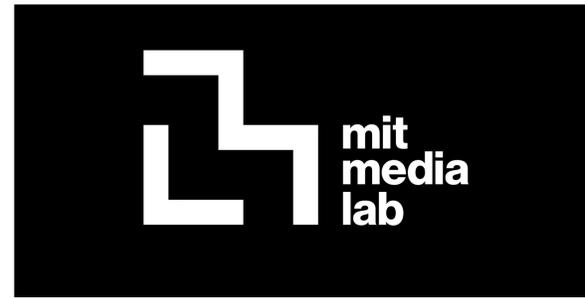
Paleta de color: Compuesta por 7 colores que son contrastados en pares. Estos conforman al menos 7 opciones de visualizar la imagen de marca (Img. 14).

parámetros

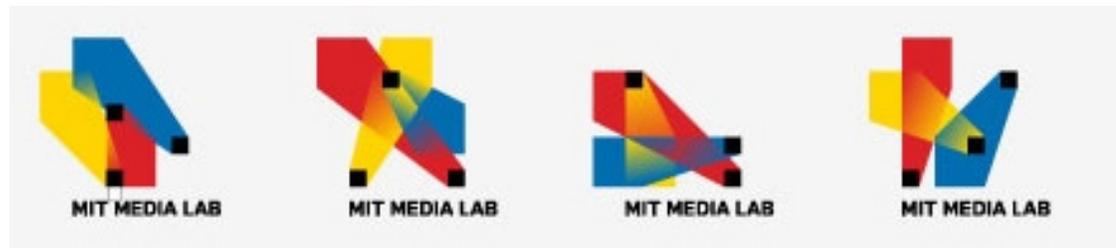
Pregnancia: Grado de recordabilidad alto. Su simpleza se configura a partir del nombre de la marca y una acotada combinación de color.

Legibilidad: La configuración tipográfica simple, con el uso de serif, determina una alta capacidad de lectura.

Coherencia: La propuesta posee alta cohesión entre sus componentes. El discurso es coherente respecto a los objetivos de comunicación, logrando representar de manera simultánea conceptos antagonistas como “diverso y nacionalista”, a partir del uso del color y la tipografía respectivamente.



Img 15, **Nueva identidad** : MIT Media Lab. Fuente: <pentagram.com>



Img 16, **Antigua identidad** : MIT Media Lab. Fuente: <pentagram.com>

brief

MIT Media Lab

Agencia de diseño

Pentagram

proyecto

Rediseño de identidad corporativa y lenguaje de marca

Lugar

Massachusetts, EE.UU.

Año

2021

Elementos de consideración

Rediseño de identidad visual, señalética y arquitectura de marca, sistema de marca.

Historia

El MIT Media Lab, es el laboratorio de investigación del Massachusetts Institute of Technology (MIT), fundado en 1985. Su labor es desarrollar proyectos de innovación que pongan en valor el carácter interdisciplinar del diseño, mediante la tecnología y las plataformas multimedia.

Conceptos anteriores

Innovación, interdisciplinar.

Nuevo discurso visión/misión/valores

Destacar la identidad del Media lab, a través de un rediseño de identidad visual que sea capaz de integrar todos los elementos que constituyen la marca. De esta forma, gracias a la nueva propuesta, se representa tanto la imagen general, como la identidad de los 23 departamentos de investigación que lo conforman, mediante la puesta en valor de su carácter interdisciplinar y de innovación; además de su vínculo con las tecnología.

Nuevos Concepto

Sistema inclusivo diverso.



Img 17, Nueva identidad : Oficinas MIT Media Lab. Fuente: <pentagram.com>



Img 18, Nueva identidad : Aplicación Oficina MIT Media Lab. Fuente: <pentagram.com>



Img 19, Referente para Nueva identidad : The MIT Press. Fuente: <pentagram.com>

elementos visuales

Imagen: Grilla sistemática de glifos interrelacionados, desarrollada en divisiones de 7 x 7, que conforman las 23 oficinas del Media Lab como un sistema de signos.

Tipografía: Helvética. Se reutiliza la tipografía de la primera propuesta de identidad que tuvo el MIT Media Lab en sus orígenes. Con esta acción, se busca respaldar el sistema en general mediante el uso de recursos que retoman la propuesta de identidad con la que nace el Media Lab.

Paleta de color: Compuesta por 2 colores, blanco y negro (Img. 20).



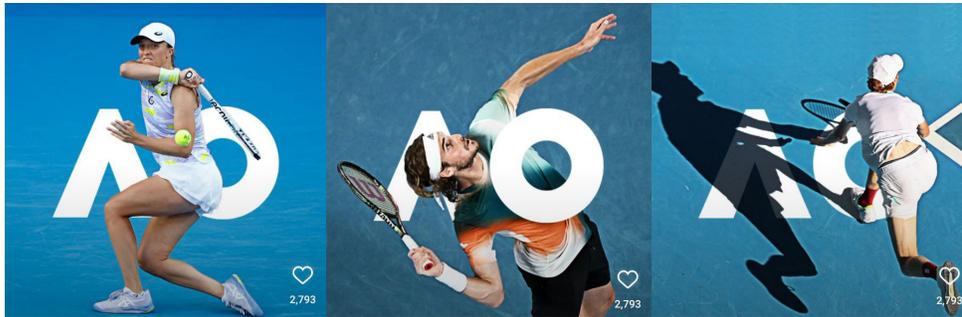
Img 20, Paletas de color.
Fuente: <autoría propia >

parámetros

Pregnancia: Grado de recordabilidad alto. Logra un sistema fijo de identidad que es capaz de representar con un mismo lenguaje todas las oficinas que lo componen. A pesar de representar 23 oficinas que tienen una imagen particular, el sistema de construcción de la identidad visual, es suficientemente sólido y logra aumentar su grado de recordabilidad.

Legibilidad: Alto grado de legibilidad. Tamaño adecuado y diagramación clara.

Coherencia: Alta cohesión entre sus componentes. Coherente con el discurso representativo de la organización, logrando abarcar cada uno de sus componentes dentro de un mismo lenguaje. Con al menos 23 imágenes distintas dentro de la expresión de una misma marca (Img. 17).



Img 21, Nueva identidad: Aplicaciones , AO. Fuente: <Instagram.com/australian open>



Img 22, **Nueva identidad** : Australian Open, Melbourne. Fuente: <landor.com>

brief

Australian Open

Agencia de diseño

Landor

Proyecto

Rediseño de identidad corporativa

Lugar

Melbourne, Australia

Año

2017

Elementos de consideración

estrategia de branding:

nuevo logo

lenguaje visual

posicionamiento

identidad verbal

Historia

El Abierto de Australia es uno de los cuatro torneos de tenis más importantes del mundo. Tiene lugar las últimas dos semanas de enero en el Melbourne Park y posee una tradición de más de 100 años . Se ha convertido en un evento festivo que celebra el tenis a través de una experiencia integrada dentro del recinto deportivo.

Conceptos anteriores

Calor de Australia en el verano, clima . No se adapta bien en esferas digitales.

Nuevo discurso visión/misión/valores

El AO es reconocido como uno de los eventos deportivos y de entretenimiento más innovadores en el mundo. Para asegurar la optimización de los medios disponibles para su difusión, se buscó transformar la apariencia, hacerla relevante globalmente y adaptable en un mundo donde los medios digitales crecen y evolucionan constantemente.

La marca necesitaba permanecer simple, reconocible, flexible y ágil. Estas características buscan representar la experiencia del deporte y la esencia del campeonato

Nuevos Conceptos

Fresca, divertida, festiva, energética y activa.



Img 23, **Antigua identidad** Australian Open. Fuente: <landor.com>



Img 24, Nueva identidad: Aplicaciones nueva marca Australian Open. Fuente: <Instagram.com/australian open>



Img 25, Nueva identidad: Aplicaciones nueva marca Australian Open. Fuente: <ausopen.com>

elementos visuales

Imagen: La letras “A” y “O” (Australian Open)”, en distintas combinaciones de color.

Tipografía 1: Propuesta de tipografía que utiliza su variante Bold, Sanserif. La utilización de las siglas (AO) en la identidad, como símbolo geométrico, le otorgan cualidades específicas que van más allá de la lectura textual de la escritura o grafía.

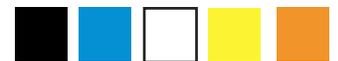
Paleta de color : Compuesta por 5 colores, negro, celeste y blanco de uso principal. Amarillo y naranja de uso secundarios (Img. 26).

parámetros

Pregnancia: Grado de recordabilidad alto.
Propuesta determinada por la simpleza, configurada por dos letras de uso central, siendo las iniciales del torneo. Al ser usadas como símbolo en distintos formatos, permite una fácil recordabilidad

Legibilidad: Grado de legibilidad alto.
La configuración tipográfica simple con dos letras muy estilizadas con formas geométricas permite una lectura fácil y clara.

Coherencia: Alta cohesión entre sus componentes.
Discurso coherente de alta integración en la utilización de los símbolos que componen la identidad. Siendo representativa y de alta adaptabilidad en distintas plataformas, la marca AO transmite energía y movimiento; generando la posibilidad de intervenir los símbolos de múltiples formas, tanto en sus formatos digitales como impresos.



Img 26, Paletas de color.
Fuente: <autoría propia>

The background of the page is white with decorative particle-like patterns. In the top right corner, there is a dense cluster of blue particles that fades into the white background. In the bottom right corner, there is a dense cluster of pink particles that also fades into the white background. The text is positioned in the lower right area, between these two clusters.

Capítulo 5 - Caso estudio

Para entender dónde se sitúa el presente proyecto es necesario abordar la temática principal que rodea a nuestro objeto de estudio, la Plataforma de Reducción del Riesgo de Desastres a nivel global y nacional. Además de conocer las entidades que se vinculan y los lineamientos por los cuales se rigen. Comprender el marco en el que sitúa el proyecto, nos ayudará a emplazar una buena propuesta de rediseño.

El rediseño de la identidad visual de la PNRRD requiere, como primer paso del proceso de investigación, realizar un levantamiento de información necesaria para contextualizar al marco de acción de esta entidad. En este contexto, tenemos la descripción que realiza la misma plataforma dentro de sus canales de difusión como:

“instancia de coordinación intersectorial para la reducción del riesgo de desastre coordinada por la ONEMI”.

Esta forma de presentación esclarece la complejidad que posee el análisis de un caso de estudio, que funciona como dependiente de una red de plataformas e instituciones asociadas.

Para comprender el funcionamiento de esta red, se revisarán en una primera instancia, los fundamentos de creación y organizaciones internacionales asociadas a la plataforma. Luego, se revisará la coordinación de la plataforma a cargo de la ONEMI; siendo este último punto, clave como parte del estudio de la identidad del mandante, previo al rediseño.



193 organismos miembros

organismos públicos, sector privado, academia, científicos-técnicos, fuerzas armadas, agencias del Sistema de Naciones Unidas en Chile organizaciones de la sociedad civil y de voluntariado.

El **marco de Sendai** para la reducción del riesgo de desastres (2015-2030) es un documento internacional adoptado por países miembros de la ONU en marzo de 2015 durante la Conferencia Mundial sobre Reducción de Riesgo de Desastres. Celebrada en Sendai, Japón, y aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en junio de 2015. Fuente:<undrr.org>

Img 27, Organigrama Caso Estudio. Fuente: <autoría propia >

5.1 Oficina de Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres

La agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, de la Organización de Naciones Unidas (ONU), es un plan de acción mundial que consta de 17 objetivos centrales enfocados en distintas áreas de desarrollo. Dentro del objetivo: Ciudades y comunidades sostenibles, se plantea el desarrollo y puesta en práctica de la gestión integral de los riesgos de desastre en todos los niveles.

Una de las oficinas de la ONU a cargo de este objetivo es la UNDRR, sigla en inglés para la Oficina de Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres. En palabras de Mami Mizutori, jefa de la UNDRR: “Esta oficina trabaja en el punto de intersección entre la comprensión del riesgo, la reducción de las pérdidas que generan los desastres y la prevención de nuevos riesgos”

De esta forma la oficina toma parte respecto al apoyo a los estados miembros de la ONU en el cumplimiento de sus metas y objetivos. El plan de acción más reciente es el Marco de Sendai 2015-2030, documento internacional que plantea acciones para la reducción del riesgo de desastres. De esta forma, la ONU cuenta con distintas plataformas a nivel mundial regidas por el Marco de Sendai que operan de manera global, así como regional o nacionalmente.

5.1.1 Plataformas Regionales

Como se señala con anterioridad, existen entidades que operan a distintas escalas en todo el mundo, donde la primera división del territorio consta de 5 categorías (Img. 27).

Dentro de la categoría 1, se encuentra la Plataforma Regional para la reducción del riesgo de desastres en las américas, entidad que interviene en los países integrantes de la ONU y que llega hasta la subdivisión de sus acciones a nivel de cada gobierno. De esta forma se entiende que la Plataforma Regional se compone por países, los cuales reciben el apoyo y guía de la UNDRR desde su entidad más

global, hasta aquellas que son de carácter nacional. Como instancia de interacción de esta Plataforma Regional con el territorio que abarca, es la realización de conferencias regionales que tienen lugar en distintos países.

5.2 Plataforma Nacional para la Reducción de Riesgo de Desastres (PNRRD)

La relación de Chile con la UNDRR, se concreta el año 2005 adscribiendo como nación al marco Hyogo, normativa que rige a la ONU, precedente al marco Sendai vigente.

En este escenario ocurre el terremoto y tsunami de 2010 en Chile y donde la ONU hace una visita posterior para evaluar los avances en la implementación del marco de Hyogo. Parte de esta visita constó de la fiscalización a organizaciones estatales y entidades de gobierno como la ONEMI.

Una de las recomendaciones de la ONU para la gestión del riesgo, fue la implementación de una plataforma a nivel nacional que se encargara de la reducción del riesgo de desastres. Sin embargo, es recién en 2012 que, con motivo de la celebración de la plataforma regional que tuvo lugar en Santiago aquel año, se firma el Acta de Constitución de la Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres (PNRRD).

Como consecuencia del vínculo entre la ONU y esta nueva plataforma nacional, decanta la relación consultiva que posee la PNRRD para la ONEMI en sus lineamientos de trabajo; teniendo un rol activo en su coordinación en diferentes niveles. Como hito de esta relación, destaca la constitución formal de la Plataforma Nacional en 2015, la cual se consolida como órgano de carácter asesor de la ONEMI, con el objetivo promover la reducción del riesgo de desastres a lo largo de todo el país.

The background features abstract, particle-like patterns in shades of blue and red. The blue particles are concentrated in the upper right quadrant, while the red particles are more prominent in the lower right and left edges. The overall effect is a dynamic, textured composition.

Capítulo 5 - Bitácora

BITÁCORA

La estructura de esta bitácora responde a distintos factores que la organizan tanto en su presentación, como en su relato. El primer elemento formal en la exposición de las propuestas, es la elaboración de una línea temporal esquemática que ordenará el proceso realizado en el caso profesional, así como en el ejercicio académico.

La presentación cronológica de los acontecimientos que forman parte de este proceso, se realizará a partir de lo propuesto en el capítulo 3 (Img. 28). Estos puntos son clave para la comprensión y correcta lectura de la bitácora, ya que permiten la revisión simultánea de las distintas propuestas de rediseño. Es importante aclarar nuevamente que la primera etapa del proceso de rediseño Investigación, está siendo formulada en este documento a partir del capítulo 5: caso de estudio

La línea de tiempo propuesta tiene 5 elementos principales que serán utilizados como herramientas de lectura del proceso descrito (Img. 29) . El elemento principal de esta línea de tiempo es *Etapas*, y es la aplicación de las fases propuestas en el capítulo 3 . Además se complementa esta información con el elemento *detalle*, donde se especifican las distintas instancias de trabajo que se desarrollan para completar cada etapa del proceso. Por otra parte, se plantean *hitos* importantes para el rediseño y se especifica cuando tuvieron lugar las *reuniones*, las cuales significan un momento relevante en la estructura del trabajo con la ONEMI, como en el proceso académico.



Img 28, Etapas proceso de rediseño. Fuente: <autoría propia >



Img 29, Manual lectura bitácora. Fuente: <autoría propia >

6.1 Proceso de la propuesta de rediseño

27 de septiembre 2021

Investigación - Etapa 01

Investigación contexto internacional y nacional
Capítulo 5

BRIEF

Brief enviado por ONEMI para la solicitud del encargo, documento se encuentra completo en anexo p.86. Destaca:

“AUDIENCIA OBJETIVO - Integrantes del Sistema Nacional de Protección Civil coordinado por la ONEMI (o su sucesor legal, SINAPRED) y profesionales afines a este tema. Es un público que conoce de la materia, la que se centra en torno a conceptos como GRD (Gestión del Riesgo de Desastres) y RRD (Reducción del Riesgo de Desastres). Están presentes en el ámbito público, academia, sociedad civil, privado, fuerzas armadas, incluye también a organismos internacionales que son aliados estratégicos para que el país avance en materias de GRD y RRD, como por ejemplo la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNDRR).”

“OBJETIVO DEL PROYECTO SOLICITADO - Logotipo

El objetivo de este proyecto es facilitar a todo público mayor conocimiento de esta instancia en el país, sensibilizando a través de una nueva imagen de la Plataforma, permitiendo llegar con un mensaje más cercano a las partes interesadas, permitiendo además comprender la importancia de su quehacer, facilitando la aproximación de que la RRD es tarea de todos, no solo de la ONEMI ni del gobierno. Esto en el entendido de que el principal mensaje que alza la Plataforma Nacional (y sus símiles regionales) radica en la necesidad de apropiación de iniciativas tendientes a la RRD en el quehacer de todos los actores y sectores de la sociedad, desde un trabajo colaborativo y transdisciplinario y apelando a la co-responsabilidad y partícipes de una cultura preventiva.”

“ESTILO DE DISEÑO BUSCADO

Se busca que el diseño sea fácil y accesible, y que el logo transmita seriedad, además de modernidad e innovación.
Una referencia útil es el uso de los colores en el logo e imagen del Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030”

BRIEF DISEÑO LOGO

MANDANTE

NOMBRE DEL PROYECTO	Renovación Imagen Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres		
NOMBRE DEL MANDANTE	ONEMI		
MARCA	Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres		
PRODUCTO	Logotipo (imagen gráfica de la marca)		
CONTACTO CONTRAPARTE		TELÉFONO	
EMAIL		OTRO	

INFORMACIÓN

La Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres es una instancia de coordinación multisectorial que consta de más de 190 organizaciones del ámbito público, académico, sociedad civil, privado, fuerzas armadas y de orden, organizaciones internacionales presentes en el país e incluso organismos autónomos. Es coordinada por la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI o su sucesor legal SENAPRED) desde su constitución en el año 2012.

INFO GENERAL DE Surge de la necesidad planteada por Naciones Unidas de conformar una instancia multisectorial que albergara e impulsara la gobernanza de la Gestión del Riesgo de Desastres (GRD) en los países, para apoyar la implementación de acuerdos internacionales a los

Img 30, Brief: encargo enviado por ONEMI.
Fuente: <ONEMI>

Equipo de trabajo FAU

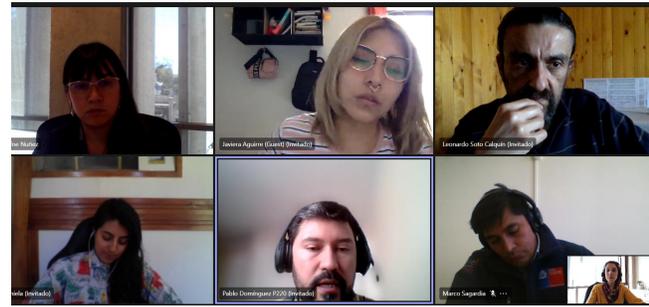
Javiera Aguirre (diseñadora, tesista)
 Daniela Saldaña (diseñadora, tesista)
 Leonardo Soto (profesor a cargo del proyecto)
 Pablo Domínguez (jefe de carrera diseño)

Equipo de trabajo ONEMI

Marcos Sagardía (encargado de difusión)
 Dafne Núñez (jefa de gestión)
 Natalia Silva (subdirectora gestión y desarrollo estratégico)

Se definen plazos de entrega tentativos, se configura carta gantt de desarrollo del proyecto.

Se solicitan referentes de otras plataformas internacionales líderes.



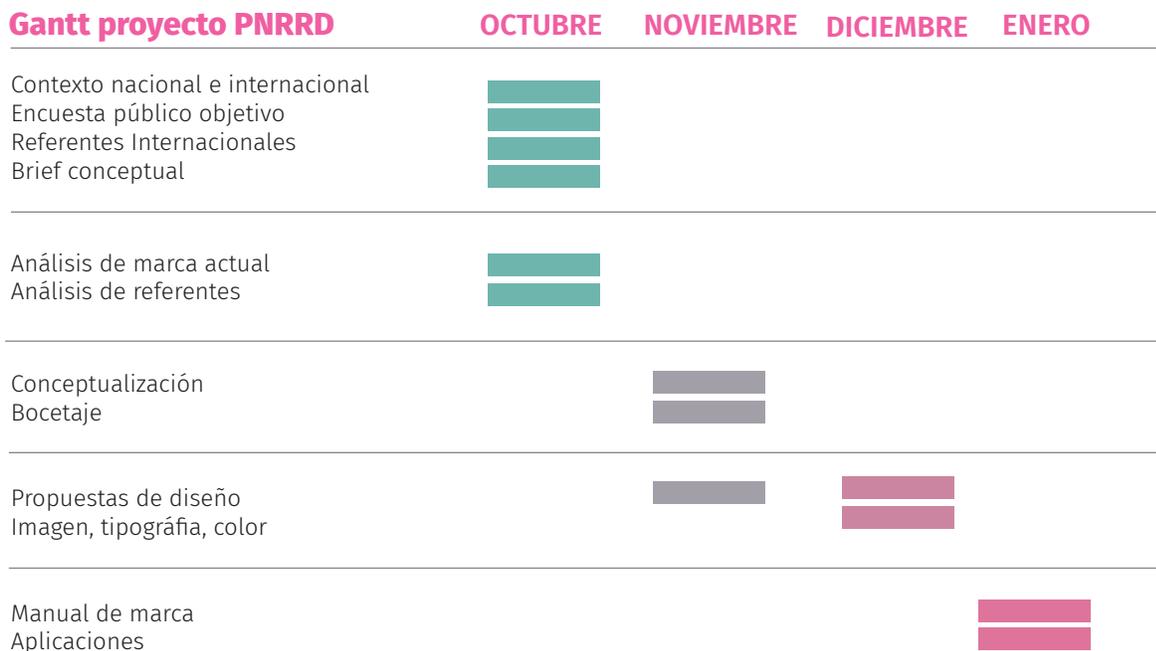
Img 31, Reunión 01: Equipo Fau y ONEMI.
 Fuente: <autoría propia>

30 de septiembre 2021

Reunión 01

Investigación - Etapa 01

Gantt proyecto PNRRD





Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas
IV Sesión - Guayaquil, Ecuador del 27 al 29 de Mayo 2014



UN World Conference on Disaster Risk Reduction
2015 Sendai Japan



Quinta Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas
7 - 9 de Marzo, 2017 | Montreal, Canadá | #SendiAmericas



22-26 MAYO, 2017 | CANCÚN, MEXICO
2017 PLATAFORMA GLOBAL
PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

DEL COMPROMISO A LA ACCIÓN



VI Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas
20 - 22 de Junio 2018 - Cartagena, Colombia

1 de octubre 2021

Investigación perfil
de identidad y comunicación
PNRRD

Investigación - Etapa 01

Investigación referentes
internacionales,
homólogos

ENCUESTA PÚBLICO OBJETIVO

Se lleva a cabo una encuesta (anexo pag. 91) al equipo ONEMI y integrantes de la PNRRD, parte de la etapa de investigación de la estrategia de renovación de la identidad visual de la PNRRD. Definición del perfil estratégico y conceptual.

Preguntas:

1. Sobre misión: Mencione la misión que cumple la PNRRD en la actualidad.
2. Sobre visión: ¿Cuál es la visión que tiene proyectada la PNRRD?
3. Objetivos: ¿Mencione los objetivos que persigue la Plataforma?
4. Fortalezas internas: ¿Cuáles crees que son los puntos fuertes, capacidades, recursos y ventajas de la plataforma?
5. Debilidades internas: ¿Cuáles crees que son los puntos débiles y aspectos desfavorables de la plataforma?
6. Oportunidades externas: ¿Cuáles crees que son los factores del entorno que son positivos y favorables para la plataforma?
7. Amenazas externas: ¿Cuáles crees que son los factores del entorno que ponen en peligro a la organización?
8. ¿Cuáles son los valores que caracterizan a la PNRRD?
9. Con respecto a la conceptualización y considerando un concepto como una representación mental de algo, ¿Cuáles crees que son los conceptos que mejor representan a la PNRRD?

REFERENTES INTERNACIONALES

Plataforma Regional para la reducción del Riesgo de Desastres en las Américas Colombia

Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas Ecuador

Plataforma Global para la Reducción del Riesgo de Desastres México

Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de desastres en las Américas Canadá

World Conference on Disaster Risk Reduction Japón

30 de septiembre 2021

Reunión 02

Investigación - Etapa 01

Investigación perfil de
identidad y comunicación

Análisis - Etapa 02

Análisis / Referentes
Internacionales homólogos

Definición del perfil y posicionamiento estratégico.

Sector en que se inscribe: Público - Privado

Subsector concreto: órgano de carácter asesor de la ONEMI.

Alcance geográfico: Entidad Nacional.

Trayectoria: 10 años.

Carácter de su propiedad: 193 organismos miembros.

Tipo de dirección: Estado de Chile público y privado.

Cultura interna: Espacio colaborativo de encuentro y trabajo intersectorial.

Escala del mercado: Masivo y universal.

Tipo de audiencia: Integrantes PNRRD, ONEMI, gobierno.

Situación competitiva: Líder en el país.



Img 32, Plataforma Colombia. Fuente: <Undrr.org>

Análisis Referentes Interacionales

Nombre: Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

País: Colombia

Año: 2018

elementos visuales

Tipografía 1 : lineal, gruesa y con bordes redondeados, título.

Tipografía 2 : lineal, delgada y con bordes redondeados, bajada

Imagen: Representación del continente Americano a través de figuras geométricas que se entrecruzan.

Paleta de colores: Se asemeja a la paleta del Marco de Sendai pero se le suman colores de transición.

parámetros

Pregnancia: grado de recordabilidad: medio - bajo.

Legibilidad: media

Se logra una lectura parcial del isotipo, rápida asociación a América y a algún concepto relacionado a la interacción entre países. Deja de lado conceptos que se asocian a la reducción de riesgo de desastres. Además, no logra un buen peso visual entre isotipo y tipografía.

Coherencia: Existe coherencia entre la imagen y lo que quiere comunicar, ya que podemos entender que se refiere a América. No obstante si el isotipo no tuviese el texto como apoyo, se haría difícil relacionarlo a una plataforma de reducción del riesgo de desastre.



**Plataforma Regional para la Reducción
del Riesgo de Desastres en las Américas**

**IV Sesión - Guayaquil, Ecuador
del 27 al 29 de Mayo 2014**

Img 33, Plataforma Ecuador. Fuente: <Undrr.org>

Análisis Referentes Interacionales

Nombre: Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

País: Ecuador

Año 2014

elementos visuales

Tipografía 1: lineal, gruesa y condensada, título.

Tipografía 2 : lineal y con mayor espesor, bajada.

Imagen: Representación del continente americano construido por hexágonos (figura asociada a la estabilidad y la resistencia), siendo enfrentado por acontecimientos (flechas).

Paleta de colores: Se asemeja a la paleta del Marco de Sendai, con colores cálidos y fríos y con un alto nivel de saturación.

parámetros

Pregnancia: grado de recordabilidad: medio - alto.

Legibilidad: media

Se logra una lectura parcial del isotipo, rápida asociación a América y a algún concepto relacionado a la interacción entre países. Deja de lado conceptos que se asocian a la reducción de riesgo de desastres. Además, no logra un buen peso visual entre isotipo y tipografía.

Coherencia: Existe coherencia entre la imagen y lo que quiere comunicar, ya que podemos entender que se refiere a América. No obstante, si el isotipo no tuviese el texto como apoyo, se haría difícil relacionarlo a una plataforma de reducción del riesgo de desastre.



Img 34, Plataforma México. Fuente: <Undrr.org>

Análisis Referentes Interacionales

Nombre: Plataforma Global para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

País: México

Año 2017

elementos visuales

Tipografía 1: lineal, geométrica y con variación en el estilo de la fuente.

Tipografía 2: lineal, delgada y con un gran interletraje.

Imagen: Los cuatro íconos simbolizan los elementos clave de la resiliencia y la sostenibilidad en la cultura maya. Estos íconos se utilizaban en las telas mayas tradicionales en Chiapas (México). Chaac: dios de la lluvia; Ceiba: árbol sagrado; Tierra: deidad de la tierra; y Serpiente: fertilidad de la tierra.

Paleta de colores: Se utilizan los cuatro colores que representan las prioridades del Marco de Sendai.

parámetros

Pregnancia: grado de recordabilidad: medio - bajo.

Legibilidad: Legibilidad: media

Se logra una lectura parcial del isotipo, ya que si bien podemos asociarlo a elementos culturales indígenas; la falta de conocimiento sobre estos, nos da una lectura incompleta de sus significado. En este caso, la tipografía funciona como apoyo para asociar mejor los elementos del isotipo.

Coherencia: Existe coherencia entre la imagen y lo que se quiere comunicar, se logra apreciar un trabajo elaborado con una buena elección de elementos. Sin embargo, su significado no es fácil de comprender para quienes no tienen conocimientos previos, la intención de éste es clara y consecuente.



Img 35, Plataforma Canadá. Fuente: <Undrr.org>

Análisis Referentes Interacionales

Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

País: Canadá

Año 2017

elementos visuales

Tipografía 1: lineal, gruesa y condensada.

Tipografía 2 : lineal y con mayor espesor, bajada.

Imagen: Representación del globo terrestre, acompañado de una hoja de maple, que se asocia a Canadá, el país anfitrión. Además de un grupo de líneas con los colores del Marco de Sendai.

Paleta de colores: Utiliza los colores del Marco de Sendai, más el rojo canadiense y un gris con poca saturación.

parámetros

Pregnancia: grado de recordabilidad: medio - bajo.

Legibilidad: media

No se logra una correcta lectura del isotipo, podemos llegar a asociarlo a una entidad mundial por el mapa y a Canadá por la hoja de maple. No obstante, no se percibe un concepto asociado a la reducción de riesgo de desastres, por lo que la tipografía toma el rol de explicar el isologo.

Coherencia: Existe poca coherencia entre la imagen y lo que se quiere mostrar. El logotipo cumple, sin embargo, se puede notar limitado trabajo conceptual y de síntesis de forma, son elementos individuales que juntaron y les dieron un significado, pese que a nivel de composición visual no funciona del todo.



Img 36, Conferencia mundial Undrr. Fuente: <Undrr.org>

Análisis Referentes Interacionales

Nombre: World Conference on Disaster Risk Reduction.

País: Japón - Año 2015

elementos visuales

Tipografía 1: lineal y delgada.

Tipografía 2: lineal y delgada.

Imagen: Se presentan 5 figuras curvas unidas por sus extremos, las que podemos asociar a personas tomándose de las mano, representando así la interacción, el trabajo en equipo y la colaboración entre los participantes.

Paleta de colores: Se utilizan los cuatro colores que representan las prioridades del Marco de Sendai más un quinto color que se ve presente en otras plataformas.

parámetros

Pregnancia: grado de recordabilidad: medio - alto.

Legibilidad: media

Se logra una parcial lectura del isotipo, ya que si bien podemos asociarlo a figuras humanas y conceptos atribuidos al trabajo colaborativo, puede llegar a tener otras interpretaciones que se alejan de la intención real de la conferencia. En este caso, la tipografía cumple la función de orientar la lectura del isotipo.

Coherencia: Existe poca coherencia entre la imagen y lo que se quiere comunicar. Existen dobles lecturas que perjudican la coherencia del logotipo.

Análisis referentes internacionales Colores Marco de acción de Sendai

Año: 2015 - 2030

Prioridad 1 - Color Rojo

Comprender el Riesgo de Desastres.

Prioridad 2 - Color Violeta

Fortalecer la gobernanza del riesgo de desastres para gestionarlo.

Prioridad 3 - Color Naranja

Invertir en la reducción del riesgo de desastres para la resiliencia.

Prioridad 4 - Color Verde

Aumentar la preparación para casos de desastre a fin de dar una respuesta eficaz y “reconstruir mejor” en los ámbitos de la recuperación, la rehabilitación y la reconstrucción.



Img 37, **Antigua Identidad:** caso de rediseño PNRRD <citrid.cl>

Análisis Caso Estudio

Nombre: Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres

País: Chile

Año 2012

elementos visuales

Tipografía 1: lineal, delgada y en mayúsculas.

Tipografía 2: lineal y delgada.

Imagen: Se aprecian una construcción de formas hexagonales, las que podemos asociar a conceptos como estabilidad y resistencia.

Paleta de colores: Se utilizan los colores propios del Gobierno de Chile.

parámetros

Pregnancia: grado de recordabilidad: medio - bajo.

Legibilidad: media

Los signos no poseen suficiente claridad, contraste, ni una buena nivelación en los pesos visuales de sus elementos, lo que perjudica su lectura si las condiciones de tamaño, distancia y luz no son los adecuados.

Coherencia: El sentido intencionado de los signos no es fácilmente interpretable, ya que se presta a interpretaciones equivocadas.

Calidad gráfica: media

No se aprecia armonía estética ni unidad estilística, aunque sí puede llegar a ser reconocible y asociables al país por su paleta de colores, los elementos por sí mismos no representan a la marca en su totalidad.

Singularidad: Los signos no satisfacen el grado de diferenciación necesaria en el contexto institucional específico y general, se pierden en el conjunto como uno más.

Vigencia: Los signos no parecen contemporáneos, estos siguen una línea gráfica poco actualizada, similar a la que tenía el Gobierno en los años 2000.

Análisis Condicionantes Verbales

Resolución de características formales: tamaños tipográficos impiden una buena identificación.

Capacidades identificadoras: medio.

Grado de singularidad: medio.

Capacidad distintiva: bajo.

El nombre “Plataforma Nacional para la Reducción de Riesgo de Desastres”, no entrega capacidades identificadoras, tampoco singularidad con respecto al universo comparativo con las demás organizaciones.

Se propone un reajuste de las denominaciones con el fin de facilitar una óptima identificación: verbal y visual.
Agregar geolocalización y temporalidad: año.

Análisis FODA en torno la Identidad Visual (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)

Fortalezas

Marca existente.

Comunidad activa con quien conectar.

Capacidad de crear instancias de trabajo y coordinación multisectorial con red de actores establecida.

Equipo de trabajo sólido.

Debilidades

No existe identidad de marca sólida.

Escaso o inexistente departamento de diseño.

La falta de fidelización de la marca con la comunidad.

Desconocimiento de la marca.

Amenazas

Incertidumbre con respecto a lograr la interacción deseada con actores y comunidad

Desconocimiento de las labores de la plataforma por la comunidad.

Oportunidades

Alianza, co-branding con organización existente (ONEMI).

No tener competencia directa.

COLABORATIVO TERRITORIAL RRD
INTERSECTORIAL
 REDUCCIÓN DEL RIESGO PREVENCIÓN
 SECTORIAL

Img 38. Resumen Conceptual Brief PNRRD.
 Fuente <autoría propia>

COLABORACIÓN TRANSVERSAL PREVENCIÓN
 RED **MULTISECTORIAL** DIVERSIDAD
 COMPROMISO ESPACIO DE ENCUENTRO
 SISTEMA

Img 39. Resumen Conceptual Encuesta a integrantes PNRRD.
 Fuente <autoría propia>

10 NOVIEMBRE 2021 **Reunión 03**

Desarrollo Conceptual - Etapa 03



Proceso de conceptualización

Se presenta el **análisis conceptual** del *brief* y *encuesta al público objetivo integrantes de la PNRRD*.

Resumen Conceptual Brief entregado por equipo ONEMI (Img. 38.)

Destacan conceptos como intersectorial, prevención, colaboración y reducción del riesgo de desastres. *Documento completo en anexo pag. 89.*

Resultados encuesta a público objetivo pregunta 9 (Img. 40)

Con respecto a la conceptualización y considerando un concepto como una representación mental de algo, ¿Cuáles crees que son los conceptos que mejor representan a la PNRRD? (documento completo en anexo pag. 91).

Resumen Conceptual Encuesta (Img. 39.)

Destacan conceptos como multisectorial, colaboración, espacio de encuentro, red, sistema, prevención.

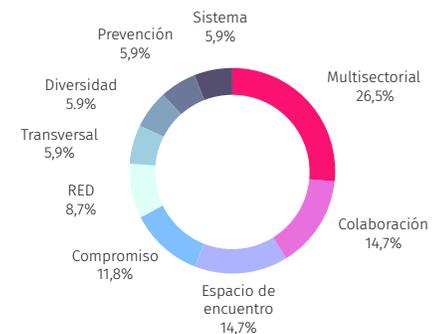
Conceptos destacados en torno a PNRRD

INTERSECTORIAL: MULTISECTORIAL - RED - COLABORACIÓN - ESPACIO DE ENCUENTRO - TRANSDISCIPLINARIO.

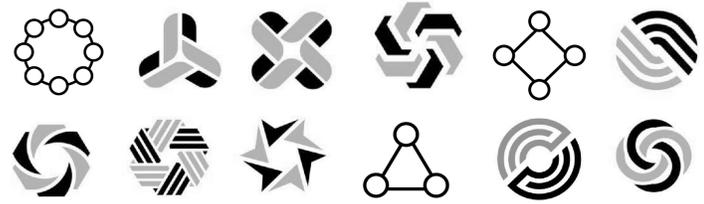
PREVENCIÓN
REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
TERRITORIAL

Selección de conceptos a usar en la creación de la identidad visual

INTERSECTORIAL
PREVENCIÓN
REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES



Img 40. Resultados encuesta a integrantes de la PNRRD.
 Fuente: <autoría propia>.



Img 41. Síntesis forma Concepto Intersectorial . Fuente: <autoría propia>.



Img 42. Síntesis forma Riesgo de Desastres. Fuente: <autoría propia>.



Img 43. Síntesis forma Prevención. Fuente: <autoría propia>.

Síntesis de forma

INTERSECTORIAL (Img. 41)

Intervención coordinada de instituciones .

Abstracción forma- compuesto por varias formas que se conectan.

REDUCCIÓN RIESGO DE DESASTRES (Img. 42)

Reducir la probabilidad de que una amenaza se convierta en un desastre.

Abstracción forma- Amenaza: forma que amenaza la armonía o estabilidad de otras formas. **Reducción:** forma que envuelve hacia el interior apartando de un exterior.

PREVENCIÓN (Img. 43)

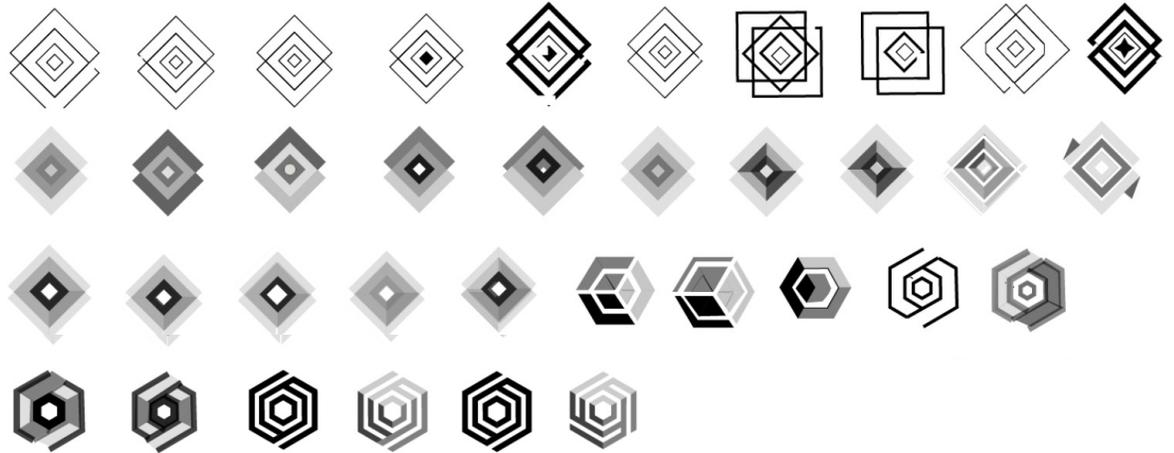
Medida tomada de manera anticipada para evitar que suceda algo negativo.

Abstracción forma - Forma que envuelve o cubre algo.

Propuesta 01



Propuesta 02



Img 44. Bocetos proceso propuestas de diseño. Fuente: <autoría propia>.

1 DICIEMBRE 2021

Desarrollo Propuesta de diseño- Etapa 04

Propuestas de diseño

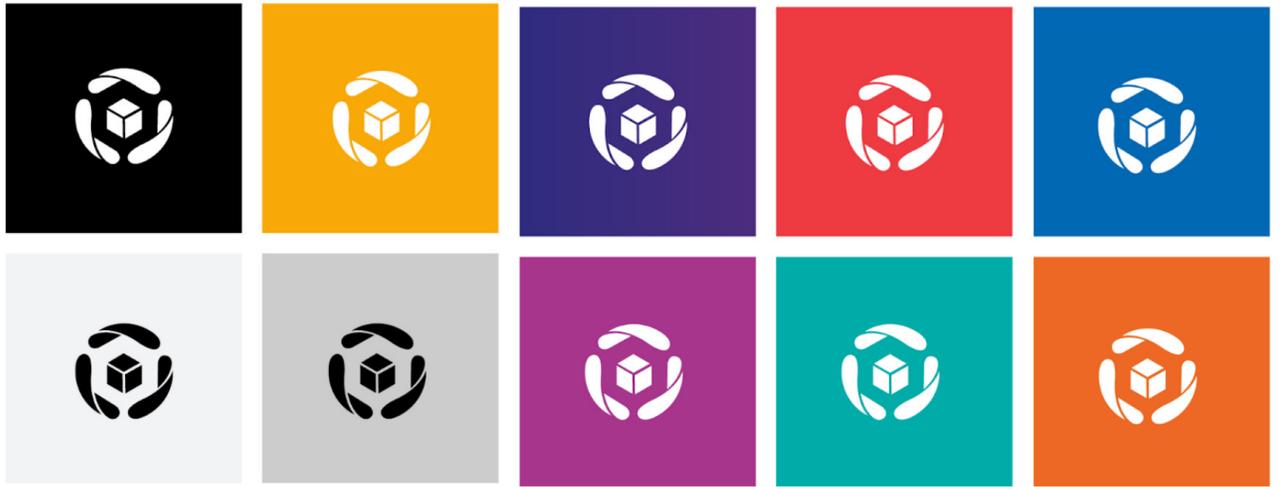
Reunión 04

Presentación de propuestas

En esta etapa se presentan 4 propuestas de diseño distintas, para la PNRRD.

Se expone parte del proceso de diseño de bocetos (Img. 44); para luego presentar 2 propuestas personales, tentativas, para el rediseño de la PNRRD.

Cada una posee diferentes combinaciones de color del isotipo, además de su interacción con distintos fondos de color. Dando énfasis en la propuesta que usa los colores del Marco de Sendai.



un color negro



un color amarillo



un color violeta oscuro



paleta sendai



paleta gobierno de Chile



escala de grises



tres colores gobierno + amarillo



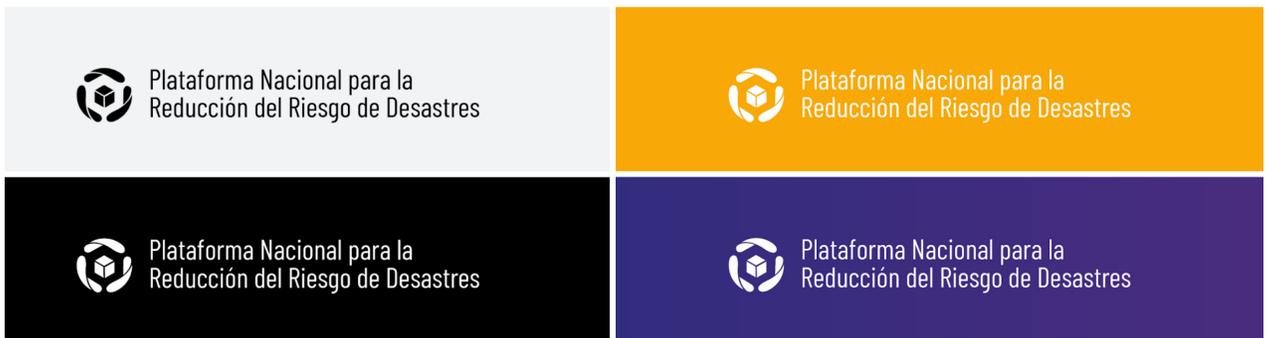
un color rojo



paleta 3d sendai

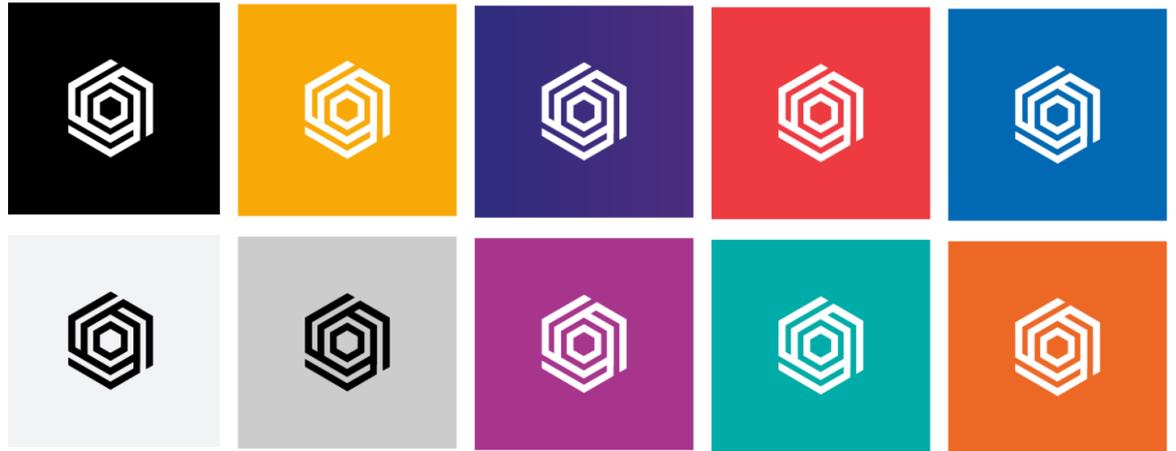


paleta 3d gobierno de Chile



Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres

Propuesta 01



un color negro



un color amarillo



un color violeta oscuro



paleta sendai



paleta gobierno de Chile



escala de grises



tres colores gobierno + amarillo



un color rojo



paleta 3d sendai



paleta 3d gobierno de Chile



Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres



Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres



Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres



Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres



Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres

Propuesta 02

PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

PLATAFORMA
PARA LA RRD



Img 45. Requerimientos ONEMI. Fuente: <ONEMI>

13 DE DICIEMBRE

Desarrollo Propuesta de diseño - Etapa 04

PROPUESTA SELECCIONADA NÚMERO 02

* feedback

Desarrollo de propuesta de diseño seleccionada
Orden de texto, extensión de texto y selección tipográfica

Requerimientos de ONEMI con respecto a la la propuesta seleccionada
(IMG. 45)

- Versión extensa: PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
- Versión reducida - PLATAFORMA
PARA LA RRD
- Texto con mayúscula y con espaciado simple.
- Usar fondo azul para presentar propuestas.
- Considerar variaciones en tonalidades de grises.
- Considerar cambios de matiz, entre negrita y normal.
- Considerar juego de tamaños.

Tipografías seleccionadas por ONEMI:

- Gidugu
- Cuprum
- Karla
- Cabin
- Cabin Condensed
- Ropa Sans
- Overlock
- Marvel
- Simonetta

TIPOGRAFÍAS PROPUESTAS POR EQUIPO ONEMI

PLATAFORMA RDD	gidugu	1 estilo
PLATAFORMA RDD	cuprum	8 estilos
PLATAFORMA RDD	karla	7 estilos
PLATAFORMA RDD	cabin	8 estilos
PLATAFORMA RDD	cabin condensed	8 estilos
PLATAFORMA RDD	ropa sans	2 estilos
PLATAFORMA RDD	overlok	6 estilos
PLATAFORMA RDD	marvel	4 estilos
PLATAFORMA RDD	simonetta	4 estilos

TIPOGRAFÍAS PROPUESTAS POR EQUIPO ONEMI - DISPOSICIÓN DE TEXTO 1

 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE *cuprum*

 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE *karla*

 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE *CABIN COND*

 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE *overlock*

 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE *marvel*

 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE *simonetta*

TIPOGRAFÍAS PROPUESTAS POR EQUIPO ONEMI - DISPOSICIÓN DE TEXTO 2



TIPOGRAFÍAS PROPUESTAS POR EQUIPO ONEMI DISPOSICIÓN DE TEXTO 2 + INTERACCIÓN



INTERACCIONES TIPOGRÁFICAS CON ALTERNATIVAS

	PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE	<i>oswald</i>
	PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE	<i>roboto cond</i>
	PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE	<i>raleway</i>
	PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE	<i>readex</i>
	PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE	<i>poppins</i>
	PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRE	<i>quicksans</i>

<i>oswald light</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD	<i>roboto cond</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD	<i>lato</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD
<i>Raleway</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD	<i>readex</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD	<i>cuprum</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD
<i>poppins</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD	<i>quicksans</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD	<i>cabin cond</i>		PLATAFORMA PARA LA RDD

INTERACCIONES TIPOGRÁFICAS ALTERNATIVAS - DISPOSICIÓN DE TEXTO 2



PROPUESTAS TIPOGRÁFICAS ALTERNATIVAS - DE LAS CUALES SE SUGIERE SU USO

OSWALD - ROBOTO



ROBOTO



PROPUESTAS TIPOGRÁFICAS ALTERNATIVAS - DE LAS CUALES SE SUGIERE SU USO

OSWALD

oswald reg / DIS-B1



oswald cond light + oswald reg / DIS-B4



oswald reg / DIS-B2



oswald cond medium + roboto regular / DIS-B5



oswald reg + oswald light / DIS-B3



oswald light / DIS-B6



Versión de texto completo & completo justificado - paleta Gobierno Chile

oswald		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES			PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
cabin		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES			PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
roboto		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES			PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

Versión de texto completo & completo justificado + bold - paleta Gobierno Chile

oswald	<i>oswald regular / DISG-A1b</i>		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES		<i>oswald regular / DISG-A1.1b</i>		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
cabin	<i>cabin cond regular / DISG-A2b</i>		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES		<i>cabin cond regular / DISG-A2.2b</i>		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
roboto	<i>roboto cond regular / DISG-A3b</i>		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES		<i>roboto cond regular / DISG-A3.3b</i>		PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

DESARROLLO DE PROPUESTA
*** feedback**

Equipo ONEMI solicita

- Versión colores de Gobierno / Sendai
- Variaciones sobre tres tipografías / roboto, oswald, cabin cond
- Versión de texto completo / completo justificado / semi reducido

Además se propone opción reducida al máximo del nombre de la PNRRD (proceso académico).

Versión de texto semi reducido justificado

oswald regular + bold / DISG-

oswald  PLATAFORMA
PARA LA RRD

cabin cond regular + semibold

cabin  PLATAFORMA
PARA LA RRD

roboto cond regular + bold / l

roboto  PLATAFORMA
PARA LA RRD

Versión de texto reducido al máximo

oswald regular / DISG-B1c

oswald  PLATAFORMA RRD

cabin cond regular / DISG-B2c

cabin  PLATAFORMA RRD

roboto cond regular / DISG-B3c

roboto  PLATAFORMA RRD

Versión de texto completo & completo justificado - paleta Sendai

oswald	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
cabin	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
roboto	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

Versión de texto completo & completo justificado + bold - paleta Sendai

oswald	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
cabin	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES
roboto	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES	 PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

Versión de texto semi reducido justificado

oswald  PLATAFORMA
PARA LA RRD

cabin  PLATAFORMA
PARA LA RRD

roboto  PLATAFORMA
PARA LA RRD

Versión de texto reducido al máximo

oswald  PLATAFORMA RRD

cabin  PLATAFORMA RRD

roboto  PLATAFORMA RRD



Workshop - Reunión 05

12 enero 2022

Desarrollo de propuesta de diseño - Etapa 04

Workshop presencial en ONEMI, Santiago:

Equipo FAU: Javiera Aguirre
Daniela Saldaña

Equipo ONEMI: Marco Sagardia
Dafne Núñez
Natalia Silva

Las diferentes propuestas que se exponen son solicitudes de diseño específicas del equipo de comunicaciones de ONEMI.



Reunión 06

6 de mayo 2022

Desarrollo de propuesta de diseño - Etapa 04

Reunión coordinación del proyecto

Se presentan dos propuestas en las que el espaciado entre la imagen y la tipografía respeta el distanciamiento de cada elemento para su correcta lectura. Se usa “plataforma” en minúscula para darle contemporaneidad a la propuesta.

La primera propuesta responde a los colores del Marco de Sendai y usa la herramienta de degradado del color. La segunda, utiliza la misma referencia de color; sin embargo, la aplicación se realiza en pares complementarios.

También se propone el uso de la marca en vertical, otorgando versatilidad en los distintos formatos que puedan ser exigidos para su implementación.



20 de mayo 2022

Selección Propuesta final

Desarrollo de propuesta de diseño - Etapa 04

ONEMI selecciona la propuesta de diseño final. Solicita incorporar leyenda **“10 años” o “2012-2022”**, para celebración de la década de la PNRRD. Además de las aplicaciones para presentación (ppt), documento (.doc), y difusión en redes sociales (perfil de twitter).

Fecha de entrega anterior al 6 de junio, para la primera sesión plenaria 2022 y lanzamiento de la nueva identidad visual, realizada el 10 de junio.



27 de mayo 2022

Reunión 07

Desarrollo de propuesta de diseño - Etapa 04

*Se selecciona logotipo con un poco más de espaciado entre tipografía e imagen.
Reseña 2012-2022 justificada en la letra D.*



Img 46. **Documento (word)**. Fuente: <autoría propia>



Img 47. **Logotipo final**. Fuente: <autoría propia>



Img 48. **Presentación (ppt)**. Fuente: <autoría propia>

Reunión 08 - Finalización de Proceso

3 de junio 2022

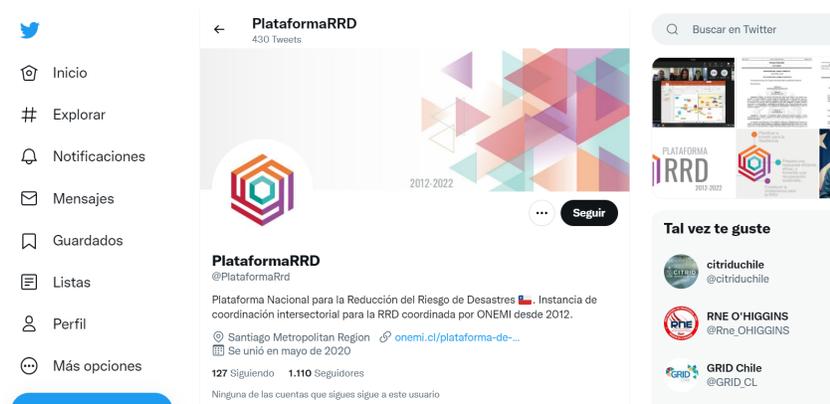
Aplicación - Etapa 05

En esta reunión se revisan los requerimientos mínimos para el lanzamiento de la marca, para luego dar por finalizado el proceso de rediseño y de instancias de planificación conjunta con la ONEMI.

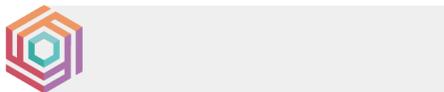
Los pasos a seguir, se realizan de manera independiente ya que se contempla una entrega posterior de material, que no considera una instancia de reunión o corrección.



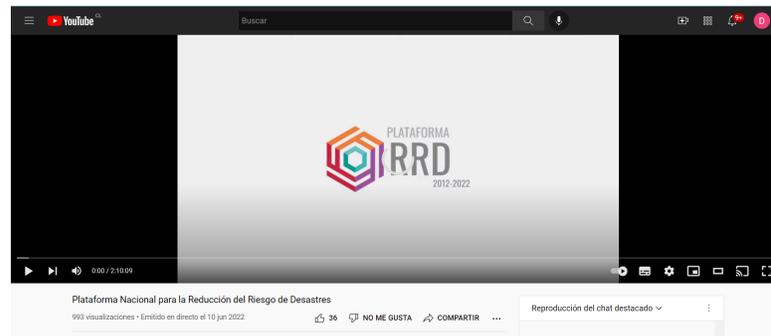
Img 49. **Secuencia animación.** Fuente: <autoría propia>



Img 50. **Lanzamiento de la marca en twitter.** Fuente: <twitter: @plataformarrd>



Img 51. **Cápsula viñeta.** Fuente: <autoría propia>



Img 52. **Primera sesión plenaria, lanzamiento de la marca youtube.** Fuente: <youtube: OnemiChile>

6 de junio 2022

Aplicación - Etapa 05

Entrega de Insumos Gráficos

En esta instancia se carga la información de la nueva identidad, como material a utilizar por la ONEMI para el lanzamiento de este rediseño. Los insumos que fueron diseñados y entregados a través del soporte digital son:

- Gráfica de twitter (Img. 50)
- Tipografía de uso (Img. 52)
- Recursos youtube (animación Img. 49 y cápsula de viñeta Img. 51)
- Plantilla de ppt (Img. 48)
- Plantilla de word (Img. 46)
- Logotipo (Img. 47)



6.2 Análisis de la nueva identidad visual de la PNRRD

Luego de revisado el proceso de rediseño mediante la exposición de la bitácora, la cual reunió toda la información relevante que determina las decisiones de ejecución y trabajo; se puede realizar un análisis de los componentes que conforman el resultado final de la identidad visual entregado a la ONEMI.

A continuación se expondrá en detalle el análisis de los elementos que constituyen la propuesta. Este análisis es parte del material explicativo que sustenta y acompaña la producción y entrega de insumos gráficos al mandante, como última instancia de interacción.

La renovación de identidad busca expresar una estrategia de marca con fuertes valores para la gobernanza, así como reforzar la posición de PNRRD para el reconocimiento tanto nacional e internacional en la gestión del riesgo de desastres, potenciando su alcance en todo nivel sectorial y territorial del país.

La estrategia de diseño vincula la PNRRD con las prioridades del Marco de Acción de Sendai (2015 - 2030), adoptando su paleta de colores de carácter internacional.

Su forma como símbolo representa el carácter intersectorial (exterior) de la PNRRD en pos de la prevención (interior) del riesgo de desastres y los colores nos recuerdan el compromiso a nivel internacional.



ANTES



DESPUÉS

En cuanto al análisis secundario que se puede realizar a los procesos de trabajo y las decisiones de diseño, es importante destacar que en este caso específico, el mandante resulta ser, al mismo tiempo, el público objetivo o consumidor de la identidad visual y del material generado. Esto quiere decir, que la propuesta de rediseño será utilizada con fines de difusión y participación hacia los mismos integrantes de los organismos asociados a la plataforma.

Es por esto, que el grado de cercanía con la terminología y contenido específico de la PNRRD, que poseen las personas que harán lectura de la identidad, permite tomar decisiones de diseño acordes a la forma de interacción esperada. Dentro de este contexto, fue posible tomar los requerimientos de la ONEMI respecto a las herramientas de diseño (color, tipografía e imagen) y utilizarlos a partir de la posibilidad de síntesis que significa tener un público objetivo que maneje siglas, colores, y fundamentos propios.

Un ejemplo de esta situación, está relacionada al ítem tipografía, donde se pudo sintetizar el extenso nombre que lleva la PNRRD, pues los consumidores son integrantes de esta misma entidad, permitiendo denominarla “Plataforma RDD”. Otro elemento que fue clave dentro del manejo de información que tenían los participantes, fue la elección de los colores del Marco de Sendai, ya que al ser parte de un esquema global que organiza el trabajo para la reducción del riesgo de desastres de la ONU, manejaban las implicancias y cualidades que posee la propuesta cromática a un nivel que alcanza mayor profundidad de lectura e interpretación.

Respecto a las influencias y restricciones que generaron las instancias de diseño, tanto académicas como profesionales, se puede determinar que el proceso de trabajo directo con la ONEMI, tuvo como limitante de un óptimo desarrollo, la lenta toma de decisiones y la demora en el intercambio de propuestas. Dentro de esta dinámica, el equipo de comunicaciones de la ONEMI, realizó observaciones respecto a elementos de diseño que no necesariamente propiciaban la efectividad de la nueva identidad visual, sino que respondían a ideas preconcebidas y preferencias que carecían de un sustento empírico.

En consecuencia de lo anterior, el proceso de elaboración de propuestas paralelas con un alto contenido académico, permitió que las decisiones que finalmente rigieron el rediseño, tuvieran un sustento teórico facilitando la creación de una propuesta que se acercara a una solución más efectiva.

The background of the page is white with decorative particle-like patterns. In the top right corner, there is a dense cluster of blue and light blue particles. In the bottom right corner, there is a dense cluster of pink and magenta particles. Some scattered particles of these colors are also visible in the top left and bottom left areas.

Capítulo 7 - Conclusiones

7.1 Conclusiones en torno al planteamiento

Luego de haber revisado los conceptos clave, analizado referentes, definido los procesos de diseño y realizada la propuesta de rediseño de la PNRRD, es posible identificar el cumplimiento de los objetivos generales y específicos de manera detallada.

Respecto al objetivo general de este documento:

“Generar una propuesta de rediseño para la PNRRD que responda tanto a los requerimientos de la ONEMI, como a los parámetros de diseño en los que se enmarca la identidad visual en su fundamento teórico.”

Se puede aseverar que en una primera instancia, se satisface la necesidad de generar una propuesta de rediseño, la cual consta de variantes académicas y variantes profesionales, que significan el trabajo conjunto con la ONEMI. Respecto al cumplimiento de los requerimientos establecidos por el mandante, se logró llegar a una solución que fuera satisfactoria para la resolución de la propuesta. Esta situación está sustentada en la reciente aplicación de la propuesta desarrollada, en todos los canales de difusión en los que la plataforma opera.

Luego tenemos, en el aspecto teórico de la identidad visual, que habiendo realizado un marco referencial que sustentara las decisiones de diseño, las propuestas responden a estándares y parámetros adecuados para generar una identidad visual eficiente. Dentro de este último punto, se enmarca el primer objetivo específico:

“Revisar y analizar las cualidades del rediseño de identidad visual y sus conceptos asociados, con el fin de sustentar de forma teórica el ejercicio de renovación de identidad”

Donde, como se mencionó anteriormente, la revisión de conceptos, definiciones y autores, permitió sistematizar el proceso de rediseño, facilitando la exposición comparativa de las propuestas.

En cuanto al segundo objetivo específico:

“Proponer un esquema metodológico del proceso de rediseño, con el fin de aportar un documento de síntesis para proyectos que desarrollen la renovación de la identidad visual.”

Fue posible desarrollar un esquema que determinara la metodología proyectual o pasos a seguir en el proceso de rediseño. Como parte fundamental de la constitución de este esquema, se encuentra la revisión de bibliografía relacionada al branding y la identidad visual. La lectura crítica de distintos autores, permitió entender diversas perspectivas de trabajo, donde los puntos comunes se tradujeron en la estructuración del capítulo 3, proceso de rediseño.

A partir de cinco etapas clave en el proceso de trabajo, se establece una herramienta que cumple con el objetivo planteado y que sirve como metodología general para procesos de rediseño de identidad visual.

En el contexto específico de las propuestas para la plataforma, luego de haber aplicado la metodología al propio proceso de rediseño, es posible revisar la forma en la que se desarrollaron las propuestas. Es así como el tercer objetivo:

“Evaluar el desarrollo del ejercicio de rediseño de identidad visual desde una perspectiva comparativa entre el ámbito académico y profesional”

fue cumplido con éxito, a partir de la elaboración de una bitácora que permitiera evidenciar los procesos de manera paralela. A partir de este material, se concluye que el rediseño de identidad visual, consta de diversas soluciones posibles y que estas dependen del ámbito o contexto de realización, permitiendo reflexionar sobre los distintos aspectos que aporta cada experiencia, tanto académica como profesional.

Como consecuencia de este proceso de interacción entre la realidad profesional y mi proceso personal de titulación, surge la metodología de trabajo del presente documento. La oportunidad de comparar las experiencias, mediante un análisis de los procesos y resultados de diseño, tiene como enfoque poder demostrar las distintas variables que pueden influir en el resultado de la identidad visual.

Según este planteamiento y la revisión comparativa de ambas experiencias, se constata que, en el ejercicio universitario trabajamos en función de una base teórica -académica. Realizar proyectos que se acerquen a estándares que los teóricos del diseño han propuesto por años, es un método que ordena las reglas fundamentales por las cuales nos regimos para evaluar y ser evaluados. Este proceso de aprendizaje nos llena de conocimiento, experiencia y herramientas para trabajar en distintos contextos de realización.

Sin embargo, como muestra la elaboración de este proyecto, la experiencia profesional consta de factores que son difíciles de contemplar en el desarrollo "ideal" de un proyecto de diseño. La presencia de clientes, que en la mayoría de los casos aportan conocimientos desde otras áreas, y nos pone frente a ellos como expertos en la materia, evidencia que el diseño final de la plataforma tiene una gran influencia de sus propias impresiones y apreciaciones respecto al diseño esperado.

De esta manera, se plantea que este documento significa un aporte a la revisión de este tipo de experiencias, donde se puede concluir que, a pesar de existir diversos factores externos que aporta el mandante, el diseño cumple con los parámetros clave establecidos por el brief del encargo, del mismo modo que por los estándares de diseño determinados por nuestro equipo de trabajo para la realización de éste.

Se puede concluir que gracias al proceso formativo que he experimentado en mis años en la facultad, he podido desarrollar un proyecto con aplicación profesional, realizar un análisis crítico de la experiencia, así como plantear una guía en un contexto académico que considere las implicancias que tiene el diseño en ámbitos de realización profesional.

7.2. Conclusiones respecto al rediseño de identidad visual de la PNRRD

Los distintos procesos de rediseño de la identidad visual de una marca, tienen cualidades particulares en cuanto a tiempos de realización de cada una de sus etapas, así como de las características y elementos específicos a diseñar.

El proceso específico de rediseño de la identidad visual de la PNRRD, estuvo enmarcado en el proceso de realización de este proyecto de título y su duración estipulada era de un semestre. Sin embargo, existieron diversos factores que extendieron este proceso, el cual finaliza después de dos semestres.

El flujo de trabajo se llevó a cabo principalmente a través de plataformas de comunicación remota, a través de videoconferencias y comunicación vía correo electrónico, lo que permitió que se realizara una propuesta de rediseño de manera conjunta.

Uno de los motivos que se asocian a la extensión de los plazos estipulados, fue la conformación de los grupos de trabajo. Tanto los integrantes de la ONEMI como aquellos pertenecientes a la PNRRD, fueron partícipes del proceso de rediseño y su numerosa conformación, fue un factor a considerar en el intercambio de información. De esta manera, se evidencia que trabajar colaborativamente con equipos multitudinarios aporta elementos diferenciadores respecto a otros contextos de realización.

De esta forma, se puede concluir que el proceso de rediseño realizado en este proyecto es un caso particular de las muchas situaciones en las que se puede desarrollar este encargo. La diversidad de mandantes y las posibilidades que sus lineamientos generan, determinarán la forma final que tomará la identidad visual de la marca.

7.3 Proyecciones de la investigación

Teniendo en cuenta que en el desarrollo de esta memoria se lograron revisar, analizar y diseñar distintos elementos asociados al rediseño de la identidad visual, es posible determinar las distintas proyecciones y aplicaciones que este documento contempla.

En primer lugar, se puede aplicar el aprendizaje que significó este proyecto, para entender el rol que tenemos como profesionales. En el contexto actual de sociedades globalizadas, se han constituido lenguajes universales que van más allá de lo verbal. A partir de este hecho, queda en evidencia la necesidad de formar diseñadores gráficos que tengan las herramientas adecuadas para desenvolverse de manera colaborativa con otras disciplinas. Es así como los requerimientos de los integrantes que pueden formar parte de un equipo de trabajo, tienen la condición de ser formulados desde el manejo de sus propias herramientas y áreas del conocimiento que los rigen. En este aspecto, los diseñadores gráficos se convierten tanto en intérpretes de contenido, así como en ejecutores prácticos de lenguajes visuales con componentes que permiten representar y generar identidades concretas.

Además se logra realizar una proyección del uso de este documento como un relato empírico que detalla una experiencia que puede ser de utilidad en otras formas de realización. Cabe destacar la limitada teorización que existe sobre la tematica del rediseño, demostrado en la escasez bibliográfica, aún cuando es un ejercicio habitual en los encargos de diseño, los que son efectuados generalmente a través de la experiencia del diseñador.

Luego de presentada una propuesta de metodología para el proceso de rediseño, así como la aplicación de este esquema al caso de la plataforma, se establece la posibilidad de aplicar esta propuesta a otros casos de rediseño. De esta modo, se propone que en futuras investigaciones o procesos proyectuales, se pueda utilizar el contenido generado a modo de guía, en cuanto a conceptos y procesos.

Finalmente, el empleo de esta metodología a nuevos y variados casos de estudio, permitiría en una instancia futura, estudiar en profundidad las distintas características que posee el proceso de diseño propuesto. De esta forma, se evalúa que este proyecto de título tiene un carácter proyectual en su fundamento, pero que abre la posibilidad de extenderlo en su aspecto investigativo.

A. Brief encargo del proyecto

MANDANTE

NOMBRE DEL PROYECTO	Renovación Imagen Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres		
NOMBRE DEL MANDANTE	ONEMI		
MARCA	Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres		
PRODUCTO	Logotipo (imagen gráfica de la marca)		
CONTACTO CONTRAPARTE		TELÉFONO	
EMAIL		OTRO	

INFORMACIÓN

<p>INFO GENERAL DE LA CONTRAPARTE a qué se dedican? Cuales son sus particularidades en su actividad?</p>	<p>La Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres es una instancia de trabajo y coordinación multisectorial que consta de más de 190 organizaciones del ámbito público, académico, sociedad civil, privado, fuerzas armadas y de orden, organizaciones internacionales presentes en el país e incluso organismos autónomos. Es coordinada por la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI o su sucesor legal SENAPRED) desde su constitución en el año 2012.</p> <p>Surge de la necesidad planteada por Naciones Unidas de conformar una instancia multisectorial que albergara e impulsara la gobernanza¹ de la Gestión del Riesgo de Desastres (GRD) en los países, para apoyar la implementación de acuerdos internacionales a los que Chile ha adherido y su vinculación con instrumentos nacionales afines a la Reducción del Riesgo de Desastres (RRD). Al momento se ha trabajado en el desarrollo e implementación de un importante instrumento nacional en materia de Gestión y Reducción del Riesgo de Desastres: Política y Plan Estratégico Nacional para la GRD 2015-2018, y la recientemente promulgada Política Nacional y Plan Estratégico Nacional para la RRD 2020-2030.</p> <p>Ambos instrumentos han tenido una buena acogida, logrando una creciente adhesión y compromiso tanto en la etapa de desarrollo como de implementación en su etapa inicial, generando a la fecha ya varias instancias de sensibilización tendientes a la apropiación de este instrumento en el quehacer sectorial, como ha sido el caso de SUBDERE, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, la Dirección de Obras Portuarias del MOP, por mencionar algunos organismos que nos han pedido presentación específica de la Política.</p>
<p>AUDIENCIA OBJETIVO a quiénes quieren llegar?</p>	<p>Integrantes del Sistema Nacional de Protección Civil coordinado por la ONEMI (o su sucesor legal, SINAPRED) y profesionales afines a este tema. Es un público que conoce de la materia, la que se centra en torno a conceptos como GRD (Gestión del Riesgo de Desastres) y RRD (Reducción del Riesgo de Desastres). Están presentes en el ámbito público, academia, sociedad civil, privado, fuerzas armadas, incluye también a organismos internacionales que son aliados estratégicos para que el país avance en materias de GRD y RRD, como por ejemplo la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNDRR).</p>
<p>PROPUESTA DE VALOR cuál es tu propuesta de valor?</p>	<p>La plataforma es un espacio colaborativo, de encuentro y trabajo intersectorial, en el que organizaciones públicas y privadas diseñan, implementan y evalúan estrategias para contribuir a un Chile resiliente y sostenible en todo lo que respecta GRD y RRD. Bajo una mirada multidisciplinaria se co-construyen iniciativas alineadas a la Política Nacional vigente a la fecha.</p>

¹ Gobernanza: Arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía.

PROYECTO

<p>OBJETIVO DEL PROYECTO SOLICITADO Logotipo</p>	<p>El objetivo de este proyecto es facilitar a todo público mayor conocimiento de esta instancia en el país, sensibilizando a través de una nueva imagen de la Plataforma, permitiendo llegar con un mensaje más cercano a las partes interesadas, permitiendo además comprender la importancia de su quehacer, facilitando la aproximación de que la RRD es tarea de todos, no solo de la ONEMI ni del gobierno. Esto en el entendido de que el principal mensaje que alza la Plataforma Nacional (y sus símiles regionales) radica en la necesidad de apropiación de iniciativas tendientes a la RRD en el quehacer de todos los actores y sectores de la sociedad, desde un trabajo colaborativo y transdisciplinario y apelando a la co-responsabilidad y partícipes de una cultura preventiva.</p>
<p>ALCANCE DEL PROYECTO Logotipo</p>	<p>Dado el tiempo que ha transcurrido desde que se inició el trabajo de la Plataforma y el dinamismo que se ha evidenciado en la forma de trabajo y lo prolífero de éste, la diversidad de sus organismos miembros, se ha considerado prudente impulsar una renovación de la imagen corporativa de este mecanismo de gobernanza, lo que pudiera entonces traducirse en un primer hito entregable, correspondiente a un logo y otros insumos gráficos. Esto para ser lanzado como conmemoración de los 10 años de esta instancia en sesión plenaria de este espacio interesectorial.</p> <p>La Plataforma actualmente interactúa con el medio a través de su cuenta Twitter (@PlataformaRRD), creada en mayo del 2020 y administrada por funcionarios de la ONEMI, siendo uno de los principales mecanismos a utilizar para hacer difusión de las actividades que al alero de esta instancia se desarrollan. A la fecha de junio 2021 hay más de 750 seguidores.</p> <p>En las últimas sesiones plenarios, la Plataforma Nacional también ha retransmitido sus jornadas de encuentro (rendición de cuentas o presentación de avances o novedades) de manera pública, ya sea por canal YouTube de la ONEMI, habiéndose conectado cerca de 500 personas en la sesión de mayo.</p>

PROYECTO

<p>LOGOTIPO Tiene un logotipo actualmente?</p>	
<p>NOMBRE</p>	<p>Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres</p>
<p>TAG LINE si aplica</p>	<p>Actualmente no tiene</p>
<p>IMAGINERÍA debería incluirse una imagen en el logo?</p>	<p>No es requisito</p>

<p>ESTILO DE DISEÑO BUSCADO si aplica, puede incluir referencias</p>	<p>Se busca que el diseño sea fácil y accesible, y que el logo transmita seriedad, además de modernidad e innovación. Una referencia útil es el uso de los colores en el logo e imagen del Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030 (no es vinculante a este requerimiento).</p>
<p>OTRAS CONSIDERACIONES</p>	<p>La Plataforma cuenta con un logo, pendones y cuenta de twitter. Así también en la página web de la ONEMI hay un banner con información alusiva a esta instancia. https://www.onemi.gov.cl/plataforma-de-reduccion-de-riesgos-de-desastres/</p> <p>No es obligatorio que el trabajo gráfico se enmarque en las normas de estilo o de diseño gráfico del gobierno. Justamente se busca libertad en ello y si bien es cierto la Plataforma es coordinada por la ONEMI, es un ente multidisciplinario y muy diverso en cuanto a organismos que la conforman, facilitando su apropiación a nivel sistémico.</p> <p>Si se considera necesario, la ONEMI facilitará coordinación con representantes antiguos de modo de capturar, de varias fuentes, qué creen respecto de esta instancia, qué les gustaría que se reflejara en esta renovación de imagen, qué creen es el principal valor agregado de esta instancia, entre otras percepciones o antecedentes que orienten a los estudiantes.</p> <p>Pudiera ser de interés también, capturar percepciones de equipos regionales de ONEMI para plasmar algunos acentos en logos de las Plataformas Regionales.</p>
<p>INTENCIÓN DE USO firmas de correo, tarjetas de presentación, etc.</p>	<p>Uso y aplicaciones: Impresas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pendones - Papelería <p>Digitales Desktop</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plantilla presentaciones .ppt genérica y por mesas temáticas. - Plantilla de informes .docx - Formatos de gráficos estadísticos - E-mailing - Firma de correo <p>La Plataforma actualmente interactúa con el medio mediante la RRSS Twitter (@PlataformaRRD), siendo uno de los principales mecanismos a utilizar para hacer difusión de todas las actividades que al alero de esta instancia se desarrollan</p> <p>Digitales RRSS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logo Perfil - Foto Encabezado
<p>PLAZO DE ENTREGA</p>	<p>Como fecha de entrega se considera diciembre de 2021.</p>

B. **Brief Conceptual**

Fuente: <ONEMI>

Misión:

Ser la instancia de coordinación a nivel nacional del SINAPRED, liderada por la ONEMI, que orienta y diseña iniciativas para la gestión del riesgo de desastres de manera intersectorial con el objeto de implementar la Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres y su Plan Estratégico.

Sistema Nacional de Prevención y Respuesta ante Desastres (SINAPRED)

coordinación , orienta , diseña ,intersectorial , gestión , implementar, reducción de riesgo y desastres.

Visión:

Ser un mecanismo de gobernanza, a través de una efectiva asociación y coordinación de carácter transdisciplinario, reconocido nacional e internacionalmente, que promueve el enfoque de gestión del riesgo de desastres posicionando su alcance en todo nivel sectorial y territorial.

transdisciplinario , coordinación / asociación , nacional e internacional , gestión del riesgo de desastres, sectorial , territorial .

Qué ofrece:

- Coordinación interinstitucional
- Articulación de iniciativas GRD
- Visibilizar iniciativas sectoriales
- Espacio de trabajo colaborativo
- Espacio de intercambio de buenas prácticas

Beneficios:

Racionales: Aprendizaje de diferentes materias y experiencias asociadas a la RRD / aplicar la red de contactos / interactuar con múltiples actores.

Emocionales: Compañerismo / Trabajo en Equipo / Fortalecer las relaciones profesionales.

Costes y Esfuerzos:

- Disponer tiempo para participar en las Mesas de Trabajo
- Que las organizaciones deban recurrir a la disposición de recursos propios para impulsar las metas
- Que las instituciones no contemplen las HH de las Mesas de Trabajo de la Plataforma en sus propias planificaciones
- Reseteo cuando hay cambio de contrapartes, lo que demanda nuevos procesos de sensibilización y apropiación.

Valores de la Organización:

- Compañerismo
- Solidaridad
- Trabajo en Equipo
- Visión compartida
- Co responsabilidad

C.

Encuesta público objetivo - Integrantes PNRRD -

<octubre 2021>

1. Sobre misión:

Mencione la misión que cumple la PNRRD en la actualidad.

- 1.1. Es una estructura de coordinación responsable de articular múltiples actores para tributar a la implementación de la Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres.
- 1.2. Promover y aplicar una política transversal de reducción de riesgo de desastres para el país desde el Estado, con la sociedad civil, academia, etc.
- 1.3. Coordinación entre instituciones del ámbito público, privado y académico en relación a temáticas asociadas a la GRD.
- 1.4. Coordinar, Asesorar y Analizar las acciones y políticas en materia de Gestión de Riesgo de Desastres de manera participativa y coordinada.
- 1.5. Avanzar en la concreción de la Política Nacional para la RRD y su Plan Estratégico (vigente) como instrumento rector en la materia, desde los diferentes sectores que la componen, posicionando su alcance en todos los niveles territoriales.
- 1.6. Realizar la coordinación intersectorial permitiendo la creación de instrumentos e iniciativas de los diversos sectores.
- 1.7. Promover la reducción del riesgo de desastres en diferentes niveles de la administración pública y coordinar acciones público-privadas en la materia.
- 1.8. La Plataforma Nacional para la Reducción de Riesgo de Desastres tiene la Misión de establecer la Reducción del Riesgo de Desastres como prioridad nacional, de manera integral y prospectiva, fomentando una cultura preventiva para contribuir al desarrollo sostenible del país.
- 1.9. Articular la Gestión de Riesgos de Desastres con la sociedad civil, en una etapa pre emergencia, y en el contexto de todo el ciclo del riesgo.
- 1.10. Ser un espacio de encuentro intersectorial para la definición de estrategias para la GRD en Chile.
- 1.11. Es un órgano asesor de la ONEMI, que constituye un mecanismo de gobernanza intersectorial cuyo fin es articularse como promotor de la RRD en distintos niveles.

- 1.12.** Órgano consultor de ONEMI en materias de Reducción del Riesgo de Desastres (RRD). Permite la articulación intersectorial e interdisciplinaria como un enfoque transversal de RRD y el compromiso de las distintas instituciones en la gestión del riesgo.
- 1.13.** Ser una instancia de coordinación e interacción con los integrantes del Sistema de Gestión del Riesgo de Desastre, con interacción multisectorial y transversal, para fortalecer el trabajo en gestión y respuesta.
- 1.14.** Promover la Intersectorialidad en temáticas de GRD.
- 1.15.** Coordinar a los miembros componentes del SINAPRED para el diseño e implementación de la Política Nacional para la RRD.
- 1.16.** Incorporar el enfoque de gestión del riesgo de desastres (GRD) en el ámbito público y privado en Chile.
- 1.17.** Fomentar acciones asociativas en torno a la reducción del riesgo de desastres en el país.
- 1.18.** Órgano asesor de ONEMI de carácter multisectorial para promover los procesos de GRD en el país.
- 1.19.** Reducción de riesgo de manera integral (supongo).
- 1.20.** La Plataforma Nacional, tiene como fin un punto de encuentro de carácter multisectorial que asesora a la ONEMI en materias de RRD.
- 1.21.** Promover la reducción del riesgo de desastres en todos los ámbitos de acción del quehacer nacional y a distintas escalas territoriales. Asesorar a ONEMI.

2. Sobre visión: ¿Cuál es la visión que tiene proyectada la PNRRD?

- 2.1.** Ser el mecanismo de articulación más efectivo y robusto que tiene Chile para planificar e implementar iniciativas públicas y privadas tendientes a la reducción del riesgo de desastres.
- 2.2.** Es el espacio desde donde se materializa la articulación de los actores que materializa y visibiliza la política de RRD del país .
- 2.3.** Que sea capaz de mostrar las instancias de trabajo y colaboración en forma activa y permanentes, pudiendo visualizar los proyectos e iniciativas que se encuentran en curso a niveles regionales por ejemplo.
- 2.4.** Ser un referente Nacional e Internacional como una

organización de excelencia en el trabajo coordinado y participativo en materias relativas a la Gestión de Riesgo de Desastres.

2.5. La visión es que Chile cuente con una robusta gobernanza para la Reducción del Riesgo de Desastres, en donde esta sea asumida como una tarea intersectorial e interdisciplinaria.

2.6. Lograr el trabajo coordinado intersectorialmente e interinstitucional.

2.7. Lograr que la sociedad chilena en su conjunto logre una adecuada comprensión del riesgo de desastres, así como sus impactos y medidas necesarias para su reducción.

2.8. La Plataforma Nacional para la Reducción de Riesgo de Desastres es el comité técnico conformado por especialistas en materias propias de la RRD, que representan al sector público, privado, academia y la sociedad civil organizada.

2.9. Ser rol clave en la coordinación y la relación intersectorial en lo que respecta a la GDR. Monitorear y asistir la implementación de la estrategia.

2.10. Ser un referente mundial de mecanismo de gobernanza para la GRD.

2.11. Erigirse en el principal ente articulador de política intersectorial para la RRD, con una representación amplia y activa que propugne que la RRD sea asumida como prioridad nacional.

2.12. ---

2.13. Ser una instancia potenciada en el ámbito de la gestión como órgano asesor, fortaleciendo su trabajo en la línea de los desafíos de la Nueva Ley de ONEMI.

2.14. Coordinación en temáticas de RRD.

2.15. ---

2.16. Establecer y mejorar las capacidades de gestión del riesgo de desastres en nuestro país, desde la prevención, preparación, alerta, respuesta y evaluación ante una emergencia, desastre o catástrofe en Chile.

2.17. Ser una instancia asesora, validada institucionalmente en el país.

2.18. Ser un espacio de encuentro y coordinación entre distintos actores del sistema nacional de GRD.

2.19. Un Chile con menor riesgo / equidad del riesgo (algo así?).

2.20. Lograr al corto plazo una cultura para la Prevención en la reducción de riesgos de desastres.

2.21. Marcar liderazgo en RRD en Chile. Convertirse en el marco nacional para alinear las iniciativas sectoriales y territoriales para la RRD en Chile. Lograr la RRD en el tiempo en el país

3. Objetivos: ¿Mencione los objetivos que persigue la Plataforma?

3.1. Aunar esfuerzos, instalar la GRD como enfoque transversal, ser vehículos o promotores de la la GRD.

3.2. (a partir de la página institucional)

1) Tener un rol de ente consultivo de ONEMI en materias de Reducción del Riesgo de Desastres (RRD), cumpliendo como agente promotor de la RRD en diferentes niveles.

2) Ofrecer coordinación, análisis y asesoría en torno a las áreas prioritarias que requieren de acciones concertadas a través de un proceso coordinado y participativo.

3.3. Establecer directrices que permitan la formulación e implementación de directrices nacionales y regionales en relación a la GRD. Velar por la coherencia de los instrumentos globales en relación a los de índole nacional. Construir una red que permita el diálogo e intercambio permanente de experiencias y buenas prácticas en relación a la GRD.

3.4. Orientar las políticas, estrategias y acciones del Estado en materia de Gestión de Riesgo de Desastres.

Propender a la protección de la vida de las personas, el medio ambiente, el patrimonio colectivo (público) e individual (privado) de todos y todas las personas que viven en el país.

Concientizar a la población civil y jurídica sobre la Gestión de Riesgo de Desastres.

3.5. 1. Posicionar la RRD como un tema país (no de ONEMI) 2. trabajar en la implementación del Plan Estratégico Nacional para la RRD (vigente) y al cumplimiento de sus metas. 3. Actuar como un ente asesor para ONEMI en materias de RRD.

3.6. Coordinación, análisis y asesoría en las acciones establecidas en el plan estratégico.

3.7. Instalar, fomentar y fortalecer la reducción del riesgo de

desastres de forma transversal en todo el quehacer nacional, tanto en el ámbito público, privado, academia y sociedad civil.

3.8. 1.-Establecer directrices que permitan la formulación e implementación de instrumentos nacionales de Gestión del Riesgo de Desastres, conforme la Ley 21.364 que establece el Sistema Nacional de Protección Civil.

2.-Velar por la coherencia de los instrumentos nacionales en relación a los referentes internacionales en materias atinentes a la Gestión y Reducción del Riesgo de Desastres.

3.-Facilitar la interacción entre los representantes de distintos sectores, fortaleciendo el permanente diálogo e intercambio de experiencias y buenas prácticas en Gestión del Riesgo de Desastres.

3.9. Ser el rol articulador de la GDR en la sociedad civil.

3.10. Coordinar a instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil para la RRD.

3.11. 1. Promover la RRD a nivel nacional; 2.Constituirse en un mecanismo de gobernanza inclusivo y transversal para la formulación de política pública en RRD; 3. Fomentar a conformación de una “comunidad nacional” para la RRD; 4. Promover la consolidación de una cultura de la RRD a nivel sectorial y trans-societal.

3.12. ---

3.13. Ser una instancia de alto nivel político-administrativo para una adecuada coordinación sobre RRD a nivel regional y local.

3.14. Articular los distintos actores que intervienen en la GRD. Promover espacios de encuentro y trabajo coordinado.

3.15.---

3.16. Coordinar a los actores involucrados, Establecer directrices para RRDD, Desarrollar acciones permanentes de planificación en fases de prevención y preparación, con el objeto de mejorar la respuesta a emergencias y/o desastres que ocurran en el país y aplicar instrumentos internacionales ratificados por Chile en la materia.

3.17. Instalar la Gestión de Riesgo de Desastres como una labor prioritaria en el país, tanto en el ámbito público como el privado.

3.18. Asesorar al Servicio Nacional de Prevención y Respuesta ante Desastres y acompañar la incorporación de la GRD como objetivos transversales en distintos organismos y actores de la sociedad.

3.19. No estoy segura pero para mí lo concreto son las mesas que

permiten avanzar en metas concretas.

3.20. Asesorar, coordinar, realizar trabajo en conjunto con organizaciones de la sociedad civil y la comunidad en general.

3.21. Coordinar y asesorar a ONEMI respecto de ciertos temas establecidos, que requieren de esa mirada transversal y de procesos participativos. Creo que actualmente el objetivo es también elaborar estrategias/planes (actualmente se tiene el plan estratégico nacional) e implementar estas políticas.

4. Fortalezas internas: ¿Cuáles crees que son los puntos fuertes, capacidades, recursos y ventajas de la plataforma?

4.1. Cohesión, capacidad de diálogo, multidisciplinariedad, sinergia, escalabilidad.

4.2. Fortalezas: un buen equipo de coordinación, amplia representatividad, diversidad de temáticas.

4.3. Cuenta con un importante número de participantes, de distinta índole, con visiones y experiencias.

4.4. Alta Convocatoria

Participación de Instituciones públicas y privadas

Incorporación de instituciones académicas

Multiplicidad de áreas participantes

4.5. La sensibilización que ha logrado la plataforma en algunos sectores más prioritarios. Ser reconocida como la instancia a nivel nacional que aborda la RRD de forma intersectorial

4.6. El trabajo coordinado entre los actores público privados.

4.7. Participación transversal de instituciones públicas, privadas y de la academia.

Elaboración de productos concretos que han permitido instalar la gestión del riesgo de desastres.

4.8. El espacio de rendición de cuentas, es una buena instancia que promueve la transparencia y la comunicación transversal.

El espacio de integración y coordinación (que no es natural dentro del estado), el tener la posibilidad de conectar de manera eficiente con colegas de otros servicios para discutir temáticas afines, y otras no tanto.

4.9. El alcance que tiene, la cantidad de actores que participan en

ella y el nivel de expertise de sus integrantes.

4.10. Mecanismos de coordinación interna y validación al interior de la ONEMI

4.11. La principal fortaleza de la RRD es el alcance y representatividad inter sectorial y transversal que ha alcanzado en una década.

4.12. La mayor dificultad de avanzar en la RRD en cualquier país es la coordinación de esfuerzos de los distintos organismos y actores que tienen responsabilidad en el tema. La Plataforma ha logrado cumplir con mucho éxito esta labor. Ha podido convocar y mantener un vínculo estable y permanente con las instituciones y generado un interés creciente por incorporar la gestión del riesgo en sus labores habituales, incluso creando direcciones de gestión del riesgo y metodologías innovadoras que se comparten y mejoran el sistema completo. La reciente conformación de las Plataformas Regionales da un impulso a que estas acciones se descentralicen y se logre una reducción más efectiva del riesgo en todo el país. También se debe destacar el intercambio de información y de conocimientos que ha permitido la existencia de la Plataforma y los logros alcanzados, donde se destacan las 2 Políticas Nacionales de RRD y sus planes estratégicos.

4.13. La posibilidad de integrar no solo al mundo científico, sino que a la academia y actores transversales, para fortalecer el trabajo no solo en el ámbito Nacional, sino que además generando políticas de buen trato dentro de la región.

4.14. Participación de diversos actores, vinculación y proyecciones conjuntas.

4.15. La diversidad de organizaciones, el compromiso y conocimiento técnico de sus participantes.

4.16. Contar con un equipo encargado de dar soporte a la Plataforma (Depto. de Gestión).

4.17. La principal fortaleza es la variada y nutrida red de contactos que se presentan y que permiten abordar problemáticas cada vez más complejas.

4.18. Diversidad de actores y capacidad de convocatoria.

4.19. Que se propone cosas concretas. Que es metódica en las reuniones.

4.20. Respecto de los puntos fuertes podemos señalar que es multisectorial, cuenta con una organización bien estructurada. Lo anterior permite abordar diferentes sectores y la realidad que tienen frente a la RRD, respecto de las ventajas podemos señalar que cuenta con la mirada profesional con conocimiento del tema.

4.21. Muy representativa de los actores de la RRD a nivel nacional. Transversal, multisectorial, multiactor

Excelente coordinación y liderazgo por parte de ONEMI

Se mantiene una actividad y contacto permanente de parte de ONEMI y entre los miembros (bajó un poco durante 2020 por la pandemia, pero ha retomado su ritmo)

Es una buena fuente de información/diseminación de iniciativas/noticias/herramientas/ etc.

Desde la perspectiva del sector público ayuda a entender qué se hace y quién lo hace, y da la posibilidad de establecer contactos para temas específicos.

Se cumple con la función de asesoramiento a ONEMI

Permite generar políticas públicas (como el plan estratégico) e implementarlas de manera coordinada y participativa e integral.

5. Debilidades internas: ¿Cuáles crees que son los puntos débiles y aspectos desfavorables de la plataforma?

5.1. No reconocida legalmente, sin presupuesto asignado, a voluntad de personas, si no hay compromiso de jefaturas se obstaculiza o dificulta trabajo constante de representantes.

5.2. Es un poco críptica para un público más amplio, parece muy cerrada al entorno no especializado. No tiene una imagen clara en este sentido.

Pareciera tener poca fuerza para el resto del Estado.

5.3. Creo que para fortalecer el trabajo permanente es importante realizar actividades periódicas que permitan visibilizar el trabajo que distintas instituciones se encuentran realizando, ya sea a través de sitios web o actividades periódicas.

5.4. Desigual nivel de conocimiento entre instituciones participantes

Calidad de la participación es desigual

Poca coordinación de los Ministerios, a nivel de su sector.

5.5. No cuenta con presupuesto asociado. Ha sido difícil que cada institución participante le otorgue el peso que requiere su representación para cumplir las tareas encomendadas en el Plan Estratégico, siendo muy pocos organismos los que se toman esas atribuciones de forma cabal (compromiso radicado desde el representante más no de la organización a la que representa).

5.6. Desconocimiento de las acciones paralelas

5.7. Creo que aún no se logra concientizar a los tomadores de decisiones, para que la GRD sea una prioridad país.

Falta de vinculación de las propuestas emanadas de la plataforma.

5.8. Cantidad insuficiente de profesionales dedicados, en general, a abordar materias asociadas a GRD, y en particular en ONEMI, a abordar los desafíos crecientes que implica la gestión propia de la plataforma.

Falta mayor fuerza en la incorporación del mundo privado en la plataforma (empresas de energía-agua-gas-telecomunicaciones-carreteras). No basta solo con la representación del ente público de esos sectores.

Falta mayor sensibilización de los trabajos realizados por la plataforma hacia los jefe de servicios representados en la misma.

5.9. Que se construye mucho desde los participantes y no de las instituciones.

5.10. Gran cantidad de mesas de trabajo poco coordinadas para el logro de macro objetivos

5.11. La personalización de la representación ante la plataforma en muchos sectores, en desmedro de un actuar más institucionalizado que se base en una cultura de la RRD consolidada de los organismos representados, particularmente en los órganos del Estado. También la ausencia de recursos dedicados para el desarrollo e implementación de políticas.

5.12. Se debe seguir descentralizando y apoyar con más fuerza el nivel local. Se debe incorporar el sector privado y lograr interesarlo con fuerza en el objetivo de la RRD.

5.13. La falta de interés e involucramiento de la Autoridad.

5.14. La periodicidad

5.15. Que sus definiciones no son vinculantes con la planificación/

ejecución presupuestaria de los organismos que representan, ni a nivel nacional ni regional.

Desvinculación con nivel municipal.

5.16. Conocimiento o Interacción entre de los integrantes de la Plataforma a nivel Nacional, Regional

Capacitación en aspectos de actualización de la Plataforma, a puntos focales de las instituciones, pensando en la rotación de personas.

5.17. Que falta financiamiento explícito para el financiamiento de iniciativas tendientes a fomentar la reducción del riesgo de desastres, como el monitoreo, por ejemplo.

5.18. Coordinación, compromiso y acompañamiento activo de parte de organismos o instituciones.

5.19. Pocos académicos, links con investigación en los temas.

5.20. Falta mayor conexión y difusión entre las diferentes mesas que se forman en la plataforma.

5.21. El gran número de personas que la integran, por un lado es bueno por la diversidad de instituciones, áreas de interés, formación, etc., pero es un desafío para la coordinación. La formación de mesas específicas de trabajo para las acciones comprometidas en el plan estratégico, es una buena forma de manejar esto.

Faltaría representatividad a nivel de los territorios, creo. No sé si se piensa (o se está haciendo) replicar el modelo a nivel regional (en regiones administrativas en Chile).

No tengo claro si existe alguna jerarquía o funciones específicas de algunos miembros de la plataforma. No sé si es una debilidad o no. Falta difusión a la ciudadanía de lo que hace la PNRRD.

6. Oportunidades externas: ¿Cuáles crees que son los factores del entorno que son positivos y favorables para la plataforma?

6.1. Su “marca”, ya se ha posicionado a nivel internacional incluso. Ha ido generando productos destacados y de gran impacto por lo que se va “contagiando” ese esfuerzo y trabajo, motivando a los más nuevos.

6.2. Hay un entorno crecientemente interesado en el tema a nivel del ciudadano desde donde se impulsa al Estado algo más responsable. Surge como un espacio que puede adquirir una relevancia y una voz frente a los temas del momento en materias de RRD, desde una

mirada de riesgo y no de emergencias (incendios, terremotos,

6.3. La relación con la institucionalidad a nivel global, que permite conocer experiencias y líneas de trabajo para abordar en el país como ejemplo.

6.4. Ofertas de capacitación para nivelar conocimiento sobre la materia, para los distintos ministerios y sus sectores.

Relación con organizaciones internacionales.

Perfeccionamiento con sector académico.

6.5. Se percibe una buena imagen de la plataforma en cuanto a su funcionamiento y a los diferentes productos que ha podido generar a su alero aun cuando no cuenta con presupuesto asociado, hay sectores que están más sensibilizados que otros.

6.6. Visualizar la realidad de diversos sectores.

6.7. La gestión del riesgo de desastres, así como la sustentabilidad y cambio climático son temas que la sociedad chilena ha comenzado a apropiarse y considerar como relevantes en la toma de decisiones país.

Existe mucha investigación nacional e internacional en materia de GRD.

El desarrollo tecnológico nos permite acceder a información mucho más precisa y en tiempo real, por lo que independiente del lugar donde vivamos, todos somos alcanzados por el impacto de un desastre.

El hecho de que periódicamente ocurran eventos (de distintos niveles) permite mantener latente el tema de la GRD.

6.8. El compromiso de todos los profesionales que gestionan y conforman la plataforma.

- La creciente relevancia de las temáticas asociadas a GRD y ACC.

- La promulgación de la Ley 21.364.

6.9. Aprovechar el paraguas de la “nueva ONEMI” para fortalecer las responsabilidades y el cumplimiento de objetivos de la plataforma, tanto la nacional como las distintas instancias regionales que se han abierto.

6.10. Ampliar el espectro de temáticas para una comprensión mayor de la GRD.

6.11. 1. Un aumento de la masa crítica de personas y organizaciones sensibles al tema de la RRD. 2. La oportunidad entregada por la

nueva ley SINAPRED para generar acciones compulsorias en los organismos vinculados a la GRD.

6.12. Cada vez hay más consciencia de la necesidad de reducir el riesgo, especialmente con la sensibilización que existe por el cambio climático y las crisis ambientales. Las generaciones más jóvenes y los niños son en general muy comprometidos con estas causas, lo que permite pensar que esta consciencia irá en aumento. La pandemia, comprendida como un desastre, también se convierte en una oportunidad para el mejoramiento de la gestión del riesgo ya que tiene al tema en primera línea ya desde hace dos años y permite que se puedan materializar muchos cambios.

6.13. Positivos, creación de Unidades de GRD y favorables, la disposición de recursos para el desarrollo de iniciativas.

6.14. Disposición de diversos sectores en fortalecer y promover estos espacios.

6.15. Vinculación con los nuevos Gobiernos Regionales para aportar en las EDR (y en ese sentido desvincularla de los SENAPRED Regionales).

Vinculación con nivel municipal.

6.16. El compromiso de los puntos focales, las capacidades técnicas.

6.17. Las conexiones que se puedan establecer pueden permitir una mirada renovada y mas moderna.

6.18. Nueva Ley que hace más visible y vinculante algunas de las actividades que desarrolla la plataforma y fortalece su importancia.

6.19. Nueva ley. Posibilidad de fondos para los proyectos de las mesas. Min de ciencia . Itrend.

6.20. las distintas experiencias de los participantes de la plataforma.

6.21. La nueva ley.

Mayor consciencia en las personas (sociedad civil en general) respecto de los desastres y cómo estos les afectan.

Avances internacionales y generación de más información.

7. Amenazas externas: ¿Cuáles crees que son los factores del entorno que ponen en peligro a la organización?

7.1. Cambios de gobierno siempre “resetean” algunas contrapartes y hacen que retrocedamos en sensibilizar y comprender la RRD. La ausencia de presupuesto para externalizar tareas que son complejas de abordar y para lo cual no hay recurso humano especializado o dedicado a ello.

7.2. No veo factores del entorno suficientemente fuertes que amenacen a la organización, pero sí la falta de comprensión del riesgo en su complejidad por parte del Estado en general, la Política Nacional de Desarrollo Urbano es decorativa....
Un entorno comunicacional que se informa de materias que son propias de la Plataforma a través de otros medios, profesionales muchas veces que representan a una universidad o a sí misma/os. La imagen del riesgo en Chile está instalada en el desastre y no en el ciclo y en algunas personas que son voceras del tema.

7.3. Continuidad de representantes (cambios en instituciones o profesionales miembro). Priorización de temáticas particulares, asociada a escenarios cambiantes.

7.4. Falta de difusión a nivel nacional del que hacer de la PNRRD y su relevancia.

7.5. El cambio constante de representantes dificulta la continuidad de trabajo, sobre todo de aquellos que son de carácter más político. Baja voluntad política para impulsar el cumplimiento de metas que son de carácter más transversal.

7.6. Participación de representantes sin poder en toma de decisiones

7.7. La falta de priorización política de parte de los gobiernos o autoridades de turno.

La falta de conocimiento en materia de GRD, por parte de autoridades y jefaturas.

7.8. La falta de financiamiento público, tanto para la gestión de la plataforma, como para las instituciones que la conforman.

La falta de capacitación en materias de GRD para los representantes de la plataforma, y en general para los servicios que tienen rol dentro del ciclo de gestión de riesgo de desastres.

- 7.9.** Que el cambio de gobierno debilite los avances y se deba retroceder en algunos pasos.
- 7.10.** Desarticulación de mesas de trabajo, vaivenes políticos que impactan en los nombramientos de sus representantes.
- 7.11.** 1. Falta de priorización frente a otros temas emergentes (políticos, coyunturales, sanitarios). 2. Ausencia de visibilidad en la agenda pública y los programas de gobierno. 3. Falta de financiamiento para el desarrollo de políticas.
- 7.12.** La organización requiere de una institucionalidad formal y legal, no ser solo una institución basada en la buena voluntad sino que debe tener un reconocimiento a nivel del país.
- 7.13.** La falta de información en las autoridades.
- 7.14.** La poca relevancia que tiene para otros la temática.
- 7.15.** La PNRRD no aparece claramente explicitada en la nueva institucionalidad SINAPRED.
- 7.16.** Rotación de los representantes de los organismos presentes en la plataforma.
- 7.17.** La falta de reconocimiento por parte de la autoridad y la falta de formulas explicitas de financiamiento.
- 7.18.** Proyección dentro de la nueva institucionalidad.
- 7.19.** Qué hay muchos ministerios que no le toman el peso.
- 7.20.** Creo que no existe amenazas externas para que la plataforma este en peligro, es más existe una política de estado para trabajar este tema.
- 7.21 .** Cambios de administraciones de gobierno y que se pierda la relevancia del tema.
- Falta de interés y/o voluntad política de las instituciones públicas. Que hacer diario de las instituciones y poca de organización interna en las instituciones públicas que participan en la temática de RRD y para la participación institucional en la PNRRD, lo que podría afectar la participación efectiva de los representantes institucionales (recursos humanos con pocas horas de dedicación a la temática).

8. ¿Cuáles son los valores que caracterizan a la PNRRD?

8.1. transdisciplinariedad, compromiso, vocación, servicio.

8.2. La motivación, el compromiso y el dinamismo de sus miembros.

8.3. respeto, trabajo colaborativo, motivación de los participantes.

8.4. Participación

Colaboración

Coordinación

Transparencia

8.5. Principalmente el trabajo colaborativo. El nivel de compromiso que se cuenta por parte de algunos sectores

8.6. Protección a la vida

8.7. Transversalidad

Diversidad

Trabajo permanente

8.8. Aprendizaje

Colaboración

Disciplina

Flexibilidad

Perseverancia

Respeto

Responsabilidad

8.9. La calidad humana y técnica de sus integrantes, la disposición de ellos en el trabajo.

8.10. Transparencia, colaboración

8.11. 1. Transversalidad. 2. Transparencia. 3. Participación. 4.

Sostenibilidad. 5. Agencia

8.12. Responsabilidad. Compromiso. Innovación. Entusiasmo.

Conocimiento. Experiencia. Respeto. Información. Pluralidad.

Gobernanza.

8.13. Las instituciones integrantes y los aportes de cada uno de los actores, generando bases además que persiguen la construcción de Políticas Públicas.

8.14. Colaboración, compromiso

8.15. Diversidad, compromiso, conocimiento

8.16. Trabajo en equipo, responsabilidad social, pasión.

8.17. Empatía, sentido de colaboración, resiliencia ante la adversidad, perseverancia, vision multidisciplinaria y abierta.

8.18. Colaboración, diversidad, representatividad.

8.19. ---

8.20. El respeto, la ética, que son fundamentales para lograr el objetivo de la plataforma.

8.21. Compromiso, solidaridad, cooperación, excelencia

9. Con respecto a la conceptualización y considerando un concepto como una representación mental de algo, ¿Cuáles crees que son los conceptos que mejor representan a la PNRRD?

9.1. Red, nodos interconectados, multiplicidad de actores, no solo de gobierno, sistema.

9.2. Integración, transversalidad, sistema.

9.3. Espacio de encuentro. Red colaborativa. Fortalecimiento de capacidades desde la perspectiva de la colaboración.

9.4. Multisectorialidad. Espacio Común.

9.5. Trabajo en equipo.

9.6. Prevención.

9.7. Diversidad y trabajo.

9.8. Espacio de colaboración multisectorial.

9.10. COMPROMISO, CAPACIDAD, RESILIENCIA.

9.11. Espacio intersectorial de colaboración.

9.12. Multisectorial, espacio de encuentro, visión prospectiva, seguridad humana, política pública, acción interdisciplinaria, compromiso.

9.13. Compromiso con el país- Agente de cambio. Colaboración. (No conozco otra instancia en el país ni fuera de él que trabaje de esta manera colaborativa y desinteresada con un objetivo común, la RRD, tan amplia, diversa y representativa).

9.14. Espacio de encuentro.

9.15. Transversal, oportunidad y promoción.

9.16. Diversidad, compromiso, conocimiento.

9.17. Espacio de encuentro multisectorial de soporte y trabajo para instituciones públicas y privadas en materias GRD.

9.18. Multisectorial, prevencion, vision moderna y de red.

9.19. Espacio de encuentro para el fortalecimiento de la GRD

9.20. Multisecrorial diálogo concreto.

9.21. ---

- Aaker, J. (1997).** Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, No. 3
- Acaso, M. (2008).** El lenguaje visual. Paidós.
- Arnheim, R. (1986).** El pensamiento visual. Paidós.
- Barthes, R. (1970).** El imperio de los signos. Mondadori.
- Beuchot, M. (2004).** La semiótica. Teorías del signo y el lenguaje en la historia. Fondo de Cultura Económica, México.
- Burmam et al (2017).** Identity-Based Brand Management. Springer
- Castro, M. (2016).** Composición de textos en productos gráficos. IC editorial.
- Chaves, N. (1988).** La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gili.
- Costa, J. (2003).** Identidad Corporativa. Editorial Trillas
- Chaves, N. & Raúl Belluccia. (2003).** La marca corporativa: Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Paidós.
- Frutiger, A. (1981).** Signos, símbolos, marcas, señales. Editorial Gustavo Gili.
- Ferrer y Gómez. (2019).** Imagen y comunicación visual. Universidad abierta de Cataluña. <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Imagen-y-comunicacion-visual-3.pdf>. 8/Grupo Planeta Spain.
- Hardy, G. (2011).** Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities. Smashing Magazine. Laurence King Publishing Ltd
- Heller, E. (2008).** Psicología del color. Editorial Gustavo Gili
- Hoyos, R. (2016).** Branding el arte de marcar corazones. Ecoe Ediciones.
- Joly, M. (1993).** Introducción al análisis de la imagen. La marca editora.
- Kapferer, J. (2008).** The New Strategic Brand Management. Kogan Page
- Klein, N. (2000).** No logo: El poder de las marcas. Paidós
- Lupton, E. (2016).** Pensar con tipos: una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores. Editorial Gustavo Gili.
- Mizutori, M. (Sin fecha).** Nuestro trabajo. Oficina de Naciones Unidas para la reducción del riesgo de desastre. <https://www.undrr.org/es/sobre-undrr/nuestro-trabajo>
- Muñoz, A. (2014).** Elementos de semiótica en el diseño de marca como signo complejo. Publicitas Comunicación y Cultura. Revistas Usach.
- Naciones Unidas . (Sin fecha) .** Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. Naciones Unidas <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>.
- Peirce, C. S. (2005).** El icono, el índice y el símbolo (compilación de textos 1893-1903) . Grupo de Estudios Percianos. <http://www.unav.es/gep/IconoIndiceSimbolo.html>.
- Slade-Brooking, C. (2016).** CREATING BRAND IDENTITY® A GUIDE FOR DESIGNERS. Laurence King Publishing Ltd
- SEETHARAMAN et al. (2001).** "A conceptual study on brand valuation". *Journal of Product & Brand Management*. Vol. 10, No. 4, 243 - 256.
- Wheeler, A. (2009).** Designing Brand Identity. John Wiley & Sons, Inc.
- Wong, W. (1997).** Fundamentos del diseño. Editorial Gustavo Gili.