



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LABOR PERIODÍSTICA EN EL MINJUS Y DESEMPEÑO COMO  
COMUNICADOR EN DEPENDENCIAS DEL ESTADO**

PRESENTADA POR  
**MARYORI VALERA CARDENAS**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**  
**CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y  
PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LABOR PERIODÍSTICA EN EL MINJUS Y DESEMPEÑO  
COMO COMUNICADOR EN DEPENDENCIAS DEL  
ESTADO**

**Trabajo de Suficiencia Profesional**

**Para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Presentado por:**

**MARYORI VALERA CARDENAS**

**LIMA, - PERÚ**

**2019**

A mis hijos que son mi motor y motivo para salir adelante.

Expreso mi agradecimiento a todas las personas que confiaron en mi trabajo y a mi familia por todo su apoyo brindado durante estos años.

## INDICE

Dedicatoria .....	2
Agradecimiento.....	3
Índice .....	4
Introducción.....	6
CAPÍTULO I .....	8
1. Marco teórico.....	8
1.1 Comunicación gubernamental.....	9
1.2 Medios de comunicación.....	11
1.3 Oficina de Imagen Institucional.....	16
1.4 Crisis institucional.....	18
1.5 Periodista en el sector público.....	21
CAPÍTULO II.....	23
2. Descripción de la experiencia profesional.....	23
2.1 Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.....	23
2.1.1Cómo nace el MINJUS.....	24
2.2. Nuevo reto.....	28
2.2.1 Juntos.....	29
2.2.2. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento .....	30
2.2.3. ONPE .....	30
2.3. Nueva imagen .....	31

2.4. Manual de identidad gráfica .....	40
2.5. Campaña de posicionamiento.....	43
2.6. Percepción de los Derechos Humanos.....	45
2.7. Un nuevo MINJUS para los más necesitados... .....	56
2.8. Redes sociales .....	59
2.9. Manejo de crisis institucional.....	60
CAPÍTULO III.....	63
3. Conclusiones.....	63
Fuente de información.....	64
Anexos.....	66

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es parte fundamental de nuestra vida. Sin ella no pudiéramos expresar nuestro sentir ni conocer el deseo de los demás. Todo a nuestro alrededor comunica, desde un bostezo hasta un apretón de manos; desde un llanto de bebé hasta la sonrisa de un anciano.

Gestos, palabras, sonidos, son expresiones de comunicación que llevan consigo información valiosa. Pero ¿de qué vale expresar nuestro sentir si no sabemos comunicar?

Desde la acera del periodismo, es necesario saber escuchar para informar con detalle y sin error alguno. Una mala información y la reputación de una persona y/o entidad podría verse comprometida.

Si cruzamos la acera, vale decir, miramos los hechos desde la posición de comunicador en el Estado, vemos que es una gran responsabilidad dar a conocer las acciones que desarrolla el Ejecutivo.

Tengamos en cuenta que informar para el Estado es dar a conocer políticas del sector que favorecen a la población, sobre todo a la más necesitada; por ello debemos ser precisos y claros en nuestro lenguaje con la población.

Pocos son los profesionales que les ha tocado estar en las dos veredas, no obstante, esta situación te da la ventaja de saber qué debemos comunicar a los periodistas, cómo y cuándo. Te da un mayor campo visual de las acciones a realizar en beneficio de la institución.

El presente trabajo recoge mi experiencia como periodista y comunicadora, específicamente en el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (MINJUS), donde laboré por más de tres años, dejando posicionado el nombre de dicha institución, la cual era percibida como una dependencia solo de abogados de oficio y comparada con el Poder Judicial.

Hoy en día, el MINJUS es reconocido como la principal entidad del Estado que resguarda los derechos fundamentales de las personas.

Los años y la experiencia nos llevan a establecer una serie de estrategias a usar y saber detectar cuándo se acerca alguna etapa de crisis. ¿Y cómo logramos afrontar ello? La sólida base en la formación de un comunicador es clave para salir siempre airoso.

# CAPÍTULO I

## **I. MARCO TEÓRICO**

A lo largo del tiempo las empresas, entidades públicas y/o privadas, siempre han buscado posicionar su imagen en el medio, con el fin de generar un recordatorio en la opinión pública buscando así su preferencia sobre las demás. Compañías como Coca Cola, Pepsi, Toyota, por citar algunas grandes, han construido su imagen corporativa a base de esfuerzo y con el correr de los años, lo que significa que una imagen no se construye de la noche a la mañana, sino de manera paulatina.

Pero ¿qué es una imagen corporativa? Existen varias opiniones con relación a este tema, siendo lo dicho por P. Capriotti (2013) la que más se ajusta a realidad “la imagen corporativa es la imagen que tienen los públicos de una organización en cuanto entidad. Es la idea global que tiene sobre sus productos, sus actividades y su conducta” (pág.29).

Ciertamente, la identidad (o idea) de una organización estará influenciada decididamente por un conjunto de aspectos, sean positivos o negativos, los que darán como resultado la identidad de la organización.

Ello sucede con los establecimientos de salud, entidad adscrita al sector público, que lamentablemente por sus múltiples quejas y denuncias han devenido en una imagen negativa que muy difícilmente suelen revertir.

Y es que lamentablemente las entidades del Ejecutivo, principalmente las que brindan servicio a los más necesitados, acumulan un sinnúmero de aspectos contrarios a su imagen. Para los conocedores existen dos componentes que nos llevan a esta situación: la cultura corporativa y la filosofía corporativa.

Hablar de cultura corporativa es referirnos al “alma” (soul) de su identidad, representa aquello que la organización realmente es, o como dirían algunos es el componente que enlaza el pasado con el presente.

La filosofía corporativa vendría hacer la “mente” (mind) de la entidad y representa lo que la organización quiere ser. A diferencia del anterior, este componente vincula el presente de la organización con el futuro. (P. Capriotti, 2009, p. 23)

En resumen, la imagen corporativa de una entidad es la sumatoria de ideas, sensaciones, prejuicios que tenemos antes de conocer los servicios o productos de una marca; y /o las experiencias y juicio que adquirimos después de conocerlos.

Para establecer una mejor imagen es preciso realizar una serie de acciones que pasan por:

- Acercar la empresa o entidad a la población. No ser ajeno a ellos, menos si se trata de una dependencia del Estado que brinda ayuda a los más necesitados.
- Crear un vínculo emocional con los usuarios, estableciendo además un valor diferencial.
- Facilitar la identificación de nuestros servicios
- Mejorar los canales de comunicación existente.
- En algunos casos, el cambio de imagen es necesario para alejarnos de una mala percepción.

## **1.1 Comunicación gubernamental**

Tengamos en cuenta algo: una buena imagen dependerá de una buena comunicación. En el caso del Estado, la comunicación tiene que ser fluido y clara toda vez que se está transmitiendo un mensaje del más alto nivel, con un alcance mayor.

Para posicionar una determinada campaña, el Estado unifica sus canales de comunicación a través de sus equipos de comunicadores establecidos en las distintas dependencias de Imagen de los ministerios, Organismos Públicos Descentralizados (OPDs), y otras dependencias.

Por ejemplo, si se requiere posicionar un mensaje sobre el cuidado de nuestro patrimonio cultural, los equipos del Ministerio de Cultura, Biblioteca Nacional del Perú, Museos Nacionales, difundirán mediante su multiplataforma los mensajes claves.

Se espera que los mensajes del Gobierno sean difundidos con un mayor alcance y un solo lenguaje, evitando así malos entendidos. De esta manera se refuerza lo

dicho por Riorda, M (2008) “la comunicación gubernamental tiene un objetivo: generar consenso. Si la comunicación gubernamental no actúa bien, no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión”. (p.40)

En el caso de la defensa de los Derechos Humanos, el Gobierno lanzó un claro mensaje de apoyo a esta materia, siendo replicado por el MINJUS, por medio de sus canales informativos.

El pasado 28 de julio de 2012, el presidente de la República, Ollanta Humala Tasso, reforzó lo dicho líneas arriba al sostener en el Congreso de la República, durante su mensaje a la nación lo siguiente:

*“Un gobierno comprometido con la inclusión social no puede eximirse de la tarea de promover al mismo tiempo el respeto por los derechos fundamentales de todos sus ciudadanos y reconocerlos como sujetos de derechos. Este gobierno viene formulando una NUEVA política en materia de DD.HH. y ha creado el nuevo Ministerio de Justicia y Derechos Humanos”.*

Tengamos en cuenta que la comunicación debe ser construida con mucho cuidado en función de las tendencias a reaccionar negativamente por parte del público, evitando en todo momento ofenderlos.

Un mensaje claro sumará en el objetivo de generar una imagen positiva del sector público, pues establece un interés del Ejecutivo por comunicar las acciones que se realizan a favor de ellos.

Sin embargo, esta acción no implica que una campaña sea exitosa. Para ello, debemos de “existir” como institución y que la ciudadanía voltee la mirada hacia nosotros.

Para Capriorri, P (2009) es importante que como institución existamos para la población y para ello “debemos tener un valor diferencial con respecto a las otras organizaciones que existen en la mente de los públicos. Que el público nos considere como una opción y alternativa diferente” (P.11)

¿Y cómo marcamos la diferencia? A través de la comunicación. Saber comunicar es más que llevar un simple mensaje: es llevar esperanza, alegría, optimismo, novedades. Mucho dependerá del mensaje que se quiera transmitir.

Bien dice la deidad hindú Buddha: “Sean cuales sean las palabras que usamos, deberían ser usadas con cuidado porque la gente que las escucha serán influenciadas para bien o para mal”.

## **1.2 Medios de Comunicación**

Marshall McLuhan (1962), en su libro “La galaxia Gutenberg” vislumbra –en la década de los 60- cómo será la comunicación y destaca el uso de los medios para lograr la emisión del mensaje. “Toda tecnología tiende a crear un nuevo mundo circundante para el hombre” (P. 5).

Cincuenta años después, vemos cómo los medios de comunicación han desarrollado su capacidad de emitir mensajes en busca de una mayor repercusión.

Atrás quedó la imprenta para dar paso a la era digital. Aun cuando el medio ha evolucionado considerablemente, el mensaje seguirá siendo lo fundamental para el hombre.

Para Castells, M (2009) “el proceso de comunicación se define por la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del Proceso”. (P. 86).

Hoy las tecnologías en comunicación las encontramos no solo en los medios impresos, ondas radiales o señal de televisión. Fundamentalmente, ahora la comunicación se realiza en “línea” y con inmediatez. El surgimiento del Internet permitió expandir las formas de comunicar. Pocos hubieran podido imaginar que, a través de un aparato de comunicación, como el teléfono celular, podría albergar una aldea virtual.

Serán los medios de comunicación nuestros principales aliados a la hora de informar sobre las acciones que realicen las dependencias donde nos encontremos.

Toca a nosotros establecer cuáles son los mejores canales de comunicación para llegar con más efecto a nuestro público objetivo.

Para muchos, el Internet ha desplazado a la televisión de la preferencia de los jóvenes. Esta premisa parece no preocupar a De Moragas, M (2012), quien ve claro que el Internet no es un medio de comunicación. “La prensa, la radio y la televisión lo son, pero el Internet no. Es un espacio de comunicación, como lo fue el ágora o también la red telefónica” (P. 75)

Lo cierto, es que el Internet es un poderoso espacio de comunicación donde podemos reformar nuestra imagen institucional.

Casi todas las dependencias del Estado se encuentran inmersos en la gran marea del Internet, ya sea como página Web, usando Facebook, Twitter, subiendo videos en YouTube, u otra plataforma.

Aun cuando la diferencia sustancial de las nuevas plataformas informativas con las tradicionales, es el espacio (vale decir, mientras en un diario, radio o televisión, el espacio y/o tiempo está determinado; en el internet no hay límite de espacio ni tiempo), en ambos casos debemos simplificar la información para una rápida recepción del mensaje.

En este aspecto, no podemos dejar de señalar que la formación de un periodista es fundamental al momento de comunicar. En Internet podemos encontrar con miles de creadores de contenidos, pero con poco criterio para determinar qué es publicable y que no. (López, G. 2005. P.270)

Hemos visto cientos de videos donde las personas ven vulneradas su integridad al publicarse algún tipo de material sin su consentimiento y con la errónea idea de “exclusividad”.

Mientras que el periodista contrasta la información que le llega a sus manos, a efectos de comunicar con veracidad; el creador de contenidos solo ve la conveniencia de cuánto tráfico podría generar la publicación de un contenido en su página web.

Debemos saber aprovechar esta tecnología informática, ya que puede ser usada a nuestro favor o en nuestra contra. Imaginemos una denuncia en contra de una

institución pública. La noticia rápidamente puede propalarse en las redes sociales ocasionando un desprestigio a nuestra imagen.

El saber reaccionar a un hecho así será la capacidad que nos diferenciará de otros comunicadores.

La presencia de las entidades públicas en el Internet es de destacar. A través de esta plataforma comunicacional las dependencias del Estado han encontrado una forma de comunicar e interactuar con los miles de usuarios. Tan solo en Facebook, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo es el de mayor número de seguidores con más de 997 000; caso contrario es el Ministerio de Relaciones Exteriores con tan solo 128 000 seguidores.

<b>DEPENDENCIA DEL ESTADO</b>	<b>SEGUIDORES</b>
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú	A 997 mil les gusta
Ministerio de Educación del Perú	A 746 mil les gusta
Ministerio de Cultura del Perú	A 724 mil les gusta
Ministerio del Ambiente - Perú	A 472 mil les gusta
Ministerio del Interior del Perú	A 430 mil les gusta
Ministerio de Salud del Perú	A 426 mil les gusta
Mincetur Perú	A 355 mil les gusta
Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú	A 323 mil les gusta
Presidencia del Consejo de Ministros del Perú	A 285 mil les gusta
Ministerio de Defensa del Perú	A 252 mil les gusta
Ministerio de Agricultura y Riego del Perú	A 213 mil les gusta
Ministerio de Energía y Minas del Perú	A 209 mil les gusta

Ministerio de Vivienda Perú	A 200 mil les gusta
Ministerio de la Producción del Perú	A 194 mil les gusta
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos del Perú	A 171 mil les gusta
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú	A 158 mil les gusta
Ministerio de Economía y Finanzas del Perú	A 146 mil les gusta
Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social del Perú	A 143 mil les gusta
Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú	A 128 mil les gusta

### **1.3 Oficina de Imagen Institucional**

La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional es el órgano encargado de difundir las actividades institucionales a través de los diversos medios de comunicación, así como de promover una imagen positiva de la institución en la comunidad.

Coordina las acciones que ayuden a mantener una imagen unificada de la institución, así como ser el interlocutor con los distintos públicos de la misma, asistiendo a otras oficinas con la finalidad de coordinar las estrategias y políticas funcionales a adoptar al interior y exterior de la entidad.

Elabora las estrategias de comunicación interna y externa para una adecuada difusión de los mensajes de la institución hacia los diferentes públicos receptores.

Asimismo, se encarga de planificar, coordinar y elaborar las publicaciones y notas de prensa, y de mantener una buena relación con los medios de comunicación.

Para un periodista estar en el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos es un gran reto. No es simplemente realizar una nota de prensa para una determinada autoridad, sino estar al pendiente de las acciones que realiza el titular de la cartera ministerial y acompañarlo en sus actividades.

La cercana relación que uno tiene con el ministro es una responsabilidad enorme. El formar parte del área de Imagen y Comunicaciones te convierte, a su vez, en una especie de asesor a quien se le consulta en materia de imagen, crisis, y/o respuesta a brindar frente a una determinada circunstancia.

La forma de comunicar las acciones al interior de una dependencia del Estado está enmarcado en lo siguiente:

- **Nota de Prensa. -**

Es una herramienta cuyo fin es la divulgación de información en forma de noticia. Es de redacción ágil y se utiliza muchas veces la técnica de la pirámide invertida.

- **Comunicados. -**

Se publican, por lo general, con el fin de aclarar algún problema de la empresa u organización ante la opinión pública. Es una forma que tiene la organización de dar a conocer un suceso interno o fijar su posición frente a un hecho en controversia.

- **Folletos informativos. -**

Son de aparición circunstancial o de coyuntura y describe los objetivos, políticas y funciones de la organización. Informan en pocas páginas los aspectos más importantes de la organización.

- **Boletín informativo. -**

Dispositivo de información de estilo ligero, ágil que lo usan las empresas para llegar a públicos internos y externos. Contienen noticias de la organización y buscan mejorar el clima de la organización. Tienen una periodicidad específica (quincenal, mensual, bimensual, etc.).

- **Conferencia de prensa. -**

Es la reunión convocada por la empresa para dar a conocer a los periodistas un importante acontecimiento de la organización para aclarar algún tema de opinión pública vinculado a la empresa.

- **Elaboración de memoria anual. -**

Documento técnico que contiene el balance anual presupuestal de la institución.

- **Publicidad institucional y/o corporativa. -**

Es aquella que trata de mejorar el concepto de los públicos sobre la organización.

- **Uso de redes sociales. -**

Las notas, comunicados, mensajes claves, y/u otra comunicación es difundida a través de nuestra multiplataforma informativa, llámese página web, redes sociales, etc.

## **1.4. Crisis institucional**

¿Qué se entiende por crisis? De acuerdo a la RAE son aquellas situaciones imprevistas que irrumpen en el escenario y pueden alterar el curso de los acontecimientos significativamente.

Para Remy, P (2012) “las crisis son circunstancias que amenazan la vida o salud del negocio: quieren liquidarlo o dejarlo gravemente afectado, de forma que su futuro previsible difícilmente será el mismo. Algo así como la categoría superior o premium de los problemas”. (P.18)

Las crisis invaden y obstaculizan la toma de decisiones conscientes, analizadas y seguras ya que el pensamiento, casi obsesivo y permanente, sobre las consecuencias de las primeras ocupan la mente insistentemente.

Para algunos, las crisis pueden afectar las posiciones de poder de personas u organizaciones. Un gerente puede verse obligado a renunciar y un Presidente a declinar a su cargo. Para una empresa, una crisis puede significar un accidente,

una huelga de grandes dimensiones, un daño al medio ambiente, las declaraciones de alguno de sus integrantes, la situación financiera o información que se filtró.

Es por ello que debemos estar preparados ante cualquier crisis que se pueda presentar, a fin de contrarrestar los efectos negativos que de alguna u otra manera provocarán en nuestro sector esta situación.

Será el nivel de crisis la que determine las acciones a desarrollar en un primer momento. La primera reacción que debemos tener es buscar la información real de los hechos acontecidos, a fin de saber cómo debemos actuar. No podemos negar un hecho que a simple vista pudo haber sido nuestra responsabilidad.

Para Cabrera, M (2010), el origen de la crisis puede ser tanto natural, como provocada por el hombre. La crisis natural es prácticamente indistinguible de los desastres naturales y de las situaciones de emergencia, urgencia y ruptura de sistemas operativos en organizaciones. Las crisis creadas por el hombre es el resultado de la combinación de detonadores que incluyen factores primarios y accesorios. (P. 10)

El caso de Domino's Pizza es un tema a analizar muy detenidamente. Los continuos errores al momento de comunicar los hechos, perjudicaron enormemente la imagen ganada por esa empresa durante años.

Pedir disculpas por una situación adversa no es sinónimo de debilidad, sino por el contrario, demuestra un compromiso con el cliente o usuario. En el caso de Domino's en lugar de pedir disculpas al cliente lo que se produjo fue un reclamo de parte los responsables de la tienda. El tema no quedó allí, la vocera oficial de la empresa tuvo expresiones erradas al momento de justificar el proceder de los trabajadores de la empresa de comida rápida.

La frase "no somos comunicadores, somos pizzeros" reflejó todo lo que no se debe hacer en momentos de crisis.

Hace poco vimos con asombro esta noticia:



## Puntualidad extrema

Japón: una empresa de trenes pidió disculpas por partir 20 segundos antes



Aun cuando parezca exagerado el pedido de disculpas, por parte de los responsables de la empresa de transporte, ello refleja el compromiso asumido con los miles de usuarios, quienes confían en este servicio para llegar a tiempo a sus destinos.

La Metropolitan Intercity Railway Company de Japón acrecentó la admiración de propios y extraños con este significativo hecho y reafirmó su responsabilidad de servicio con la comunidad.

Aun cuando la “demora” de salida del tren no tuvo reclamos entre los pasajeros, la compañía japonesa evitó cualquier contratiempo.

Tengamos en cuenta que el objetivo del comunicador en una etapa de crisis será siempre: establecer políticas, procedimientos y un plan de acción a seguir en cada escenario de posible crisis. De esta manera facilitamos el direccionamiento de las acciones a seguir, orientadas a prevenir y a afrontar con efectividad una situación adversa.

Específicamente, lo que debemos buscar siempre es:

- Proteger la reputación de la organización.
- Establecer un manual de acción en momentos de crisis.

- Determinar un gabinete de crisis y proveerlos de las herramientas necesarias.
- Disponer de voceros oficiales antes eventuales etapas de crisis.
- Identificar potenciales escenarios adversos.
- Prevenir las posibles situaciones que pudieran convertirse en crisis.

Cabe recalcar que dependerá mucho la reacción que tome el comunicador al momento de generarse una crisis. Esto determinará cuánto tiempo más se propalará una situación adversa o no.

## **1.5. Periodista en el sector público**

Al llegar a este punto vale hacerse la siguiente pregunta ¿Es necesario pasar por un medio de comunicación antes de ingresar a una oficina del sector público?

La respuesta es sí. La experiencia en un medio de comunicación te permite conocer cómo se maneja la noticia. Sirve estar del otro lado de la acera.

El haber estado en un medio de comunicación te permite tener una visión clara de lo que un periodista busca de una institución pública o privada: la noticia.

El periodista de un medio de comunicación lo que busca son noticias que resulten de interés para la población. La periodista española Susana de Pablos resalta la importancia de una nota de prensa institucional (Crónica ya – 2010)

“Yo trabajo siempre a partir de estos documentos, pues para mí gozan de total credibilidad. La razón está en que se trata de un comunicado corporativo oficial. Es muy importante que las empresas tomen conciencia de la necesidad de incorporar a su plantilla a un licenciado en periodismo, o bien contratar a una agencia especializada en comunicación corporativa. En ambos casos, es preferible que incluyan en sus servicios las estrategias de comunicación online”, señala la comunicadora.

Por su parte, la periodista Bettina Mendoza, actual comunicadora en la Comunidad Andina de Naciones, considera importante que un comunicador que quiera laborar

en una oficina de imagen haya pasado por una sala de redacción, ya que ello te da una visión clara de lo que deseas transmitir.

“Definitivamente es un plus haber estado en un medio de prensa para pasar al sector público, porque te permite como periodista, al cubrir una comisión, saber qué necesidad tiene el periodista, qué requiere de uno.

Al estar en la otra acera, sabes perfectamente qué es lo que necesita un periodista, qué errores no debes cometer para que tu nota no salga mal.

Definitivamente la experiencia de estar en un medio de comunicación es básico. Los que no pasan por ello, muchas veces tiene la dificultad de comprender la necesidad de los hombres de prensa al momento de informar”

El manejo de la información es fundamental para establecer un claro mensaje de las acciones que quieres dar a conocer a la comunidad.

Jamás informemos de algo que no queremos se dé a conocer. Debemos tener en claro que la conversación que podamos sostener con un hombre de prensa es material vital para ellos. Por eso, debemos saber qué comunicar y qué no.

## CAPÍTULO II

### II. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

#### 2.1 Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

La independencia de nuestra República trajo consigo la instauración de una entidad encargada de velar por el ordenamiento jurídico. Es así como en 1826 nace el “Ministerio de Justicia y Negocios Eclesiásticos”, siendo su primera autoridad el ilustre precursor, José Hipólito Unanue y Pavón.

Desde entonces, el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (MINJUS) ha pasado por varias denominaciones:

- Ministerio de Relaciones Exteriores, Justicia y Negocios Eclesiásticos (1844)
- Ministerio de Justicia y Hacienda (1852)
- Ministerio de Justicia, Instrucción y Beneficencia (1857)
- Ministerio de Justicia, Instrucción, Beneficencia y Culto (1862)
- Ministerio de Justicia, Culto, Instrucción y Dirección General (1905)
- Ministerio de Justicia y Culto (1935)
- Ministerio de Justicia y Trabajo (1942)
- Oficina Nacional de Asuntos Jurídicos y Culto (1968 establecido por el gobierno militar)
- Ministerio de Justicia (1981)

Si bien durante todos estos años la labor del sector estuvo enmarcada en la administración de justicia, el nombramiento de cargos eclesiásticos y judiciales, la coordinación con las demás secretarías para la redacción y promulgación de los dispositivos que emita el Poder Ejecutivo, entre otras atribuciones, no fue hasta el año 2011 que se le consignó una función primordial: velar por los derechos humanos.

El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (MINJUS), durante sus años de creación, pasó por gobiernos democráticos, autocráticos<sup>i</sup> y militares. Por ello la importancia de contar con una institución que resguarde el respeto, cuidado y protección de los derechos humanos.

### **2.1.1 Cómo nace el MINJUS**

La última estructura organizacional del MINJUS fue en 1993 durante el gobierno de Alberto Fujimori Fujimori, régimen que un año antes llevó a cabo un autogolpe de Estado donde se restringieron libertades y se atentó contra la integridad de muchas personas.

Frente a este panorama el Gobierno del presidente de la República, Ollanta Humala Tasso, desarrolló, en el año 2011, una política de sector abocada a la defensa de los derechos fundamentales de las personas, labor que le fue encomendada al MINJUS, de acuerdo a Ley N° 29809, promulgada el 8 de diciembre de 2011.

De esta manera se establece que:

#### ***Artículo 5. Finalidad y principios***

*El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos tiene la finalidad de promover y difundir los derechos humanos, postulando políticas de acceso a la justicia, con énfasis en las personas en condición de vulnerabilidad.*

*Formula las políticas de defensa jurídica de los intereses del Estado y, en particular, contra los actos que afecten la probidad en el ejercicio de la función pública.*

*Vela por la vigencia del Estado Constitucional de Derecho y el fortalecimiento de la institucionalidad democrática, postulando la vigencia de los principios de igualdad, legalidad, transparencia, ética pública, seguridad jurídica y paz social.*

Ahora, el MINJUS quedaba establecido de la siguiente manera:

- Viceministerio de Justicia
- Viceministerio de Derechos Humanos

Para el entonces ministro de Justicia, Francisco Eguiguren Praeli, la decisión de crear una dependencia que aborde la defensa de los derechos fundamentales abrió en el Perú una agenda de trabajo nunca antes abordada por ningún ente del Estado.

*“Me refiero a la firme decisión de convertir la promoción y la defensa de los Derechos Humanos en una política de Estado, con una visión renovada y moderna en la cual, la plena vigencia de los derechos humanos se basa en la promoción del bienestar general fundamentado en la justicia y en el desarrollo integral y equilibrado de la Nación”,* expresó Eguiguren Praeli.

¿Y cómo es la protección de los derechos humanos en otras naciones? Tan solo en Latinoamérica existen 10 países que cuentan con una dependencia gubernamental abocada a la protección de los derechos fundamentales de las personas, estos son:

Argentina	Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
Brasil	Ministério dos Direitos Humanos
Chile	Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
Ecuador	Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos Ecuador
Costa Rica	Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto
	Departamento de Derecho Internacional y Derechos Humanos
Colombia	Ministerio del Interior
	Dirección de Derechos Humanos
Honduras	Secretaría de Derechos Humanos
México	Secretaría de Gobernación

	Subsecretaría de Derechos Humanos
Paraguay	Ministerio de Justicia
	Dirección General de Derechos Humanos
Uruguay	Secretaría de Derechos Humanos

El actual director académico de la Academia de la Magistratura (AMAG) y exasesor del Viceministerio de Derechos Humanos, Luis Pacheco Mandujano, señaló que la defensa de los derechos humanos es fundamental en un estado de derecho y mejor aún si esta protección parte del Ejecutivo.

“Y el mejor lugar donde se puede encontrar esta protección de los derechos humanos, de acuerdo a la experiencia Latinoamericana es el Ministerio de Justicia” refiere el letrado, quien recuerda que el Minjus tiene una larga historia de evolución, desde el siglo XIX hasta la fecha, pero –anota- cuando el Estado peruano se volvió un estado laico, independientemente de la influencia religiosa, pasó a ser un Ministerio de Justicia.

“Las experiencias en otros países de América Latina, como Ecuador, señalan que el Ministerio de Justicia también debería tener la misión de fomentar políticas públicas, de protección de derechos fundamentales, por eso se crea esta otra cartera de Derechos Humanos y se le agrega al Ministerio de Justicia, esto durante el gobierno de Humala”, acota.

De esta manera, nuestro país se sumó a la lista de naciones que cuenta con una dependencia gubernamental abocada a la protección de los derechos humanos.

## 2.2 Nuevo reto

En 1993, estando aún en las aulas de la universidad, se dio inicio a mi carrera en el periodismo.

Por aquel entonces el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP Canal 7 me abrió sus puertas para cumplir la función de coordinadora y reportera en el área de prensa. Posteriormente, mi labor como periodista la continué en el noticiero RED Global de canal 13.

Lo aprendido en las aulas de estudios fue una importante base para mi desarrollo profesional. La redacción, tipo de entrevistas, elaboración de crónicas, investigación periodística, entre otros, fueron temas enseñados en la universidad y puestos en práctica en el campo.

Esta labor me permitió conocer la realidad del Perú al desarrollar informes de casos sociales, entrevista a políticos, autoridades locales, sociólogos, entre otros. Cuan cierta es aquella frase popular que dice “una cosa es que te cuenten y otra que lo vivas”. El periodista ve los hechos de manera privilegiada y debe tener la habilidad de sintetizar los acontecimientos para poder contarlo a la opinión pública.

De esta manera nos acercamos a la opinión del mexicano Diego Petterson Farah quien refiere que “*ser periodista es ver pasar la historia con boleto de primera fila*”.

La experiencia ganada en los medios de comunicación me permitió desarrollar un trabajo minucioso y con mayor visión en el sector público. Poco a poco fue creciendo mi nivel profesional, pasando de Especialista en Comunicaciones a Jefa de Imagen en dependencias como el Proyecto Especial de Titulación de Tierras y Catastro Rural – PETT, en el año 2005.

## 2.2.1 Juntos

Sin embargo, fue en el Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres “Juntos”, (creado bajo D.S. N° 032-2005-PCM) en ese entonces a cargo de la Presidencia del Consejo de Ministros, donde tengo un acercamiento más a fondo de la realidad de nuestro país.

Bajo el cargo de Gerente de Promoción y Difusión implementé toda una estrategia de promoción y políticas de acceso a los servicios de salud y educación de las familias más pobres del Perú, beneficiando directamente a miles de pobladores de 14 regiones.

La creación de un logo institucional, así como el establecimiento de una identidad gráfica, fortalecieron su imagen. A través del envío de notas de prensa a los medios de comunicación, se daba a conocer las acciones que realizaba el programa bandera del gobierno de Alejandro Toledo Manrique.

Los logros obtenidos en este programa -según informe de la ONG Contribuyentes con Respeto, un 80% de niños menores de 36 meses asisten a sus controles de salud- valieron para que el nuevo gobierno de Ollanta Humala continuará adelante con esta asistencia a los más necesitados.

“Juntos” se convierte así en el programa social más grande del país e inédito en nuestro medio.



## **2.2.2. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento**

Al frente de la dirección general de la Oficina General de Comunicaciones, del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, desarrollé una estrategia comunicacional, a efectos de informar a la población sobre las ventajas del Ejecutivo en materia de vivienda, como el programa MiVivienda verde (programa que incorpora criterios de sostenibilidad en su diseño y construcción, disminuyendo el impacto sobre el medio ambiente).

Cabe señalar que durante el escándalo suscitado por el caso Lava Jato, la aprobación del entonces presidente de la República, Pedro Pablo Kuczynski, alcanzó el 19% -según encuesta de IPSOS de un universo de 1254 entrevistados realizado del 7 al 9 de marzo de; mientras tanto la gestión del ministro del sector Carlos Bruce, llegó al 33% de respaldo. Ello evidencia el trabajo en equipo que se realizó en favor de la institución.

## **2.2.3 ONPE**

En la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), desde mi puesto de asesora de la alta dirección, se desempeñó una serie de estrategias comunicacional a fin de revertir la mala imagen que tenía dicho ente ante la población.

A través de una comunicación clara y respuestas rápidas a las consultas, no solo de la ciudadanía, sino también de las autoridades, es que se logró el objetivo de mejorar la percepción ciudadana.

Es así que, de acuerdo a la encuesta de CPI, realizada entre el 22 al 25 de octubre de 2018, con un universo de 1400 personas, la ONPE cuenta con el 68.4% de aprobación al desempeño público, superando así al propio Jurado Nacional de Elecciones (JNE) quien tiene apenas un 67.6% de aceptación.

El filósofo inglés, John Loocke, conocido como el **padre del liberalismo clásico** solía decir que “*el conocimiento de ningún hombre puede ir más allá de su experiencia*”. Y es que al hacer una pausa y ver el camino recorrido –hasta el momento– se puede afirmar que cada peldaño dado en la escalera del progreso ha sido fundamental para llegar a donde me encuentro. Todas las experiencias suman y nos hacen mejores profesionales.

Con la experiencia obtenida en más de 10 años de trayectoria profesional, y de haber conocido *in situ* la realidad socioeconómica del Perú es que asumo un nuevo reto: liderar –en una coyuntura especial- la Oficina General de Imagen y Comunicación (OGIC) del MINJUS, en momentos que surgía la dependencia (Viceministerio) de Derechos Humanos, un tema muy delicado teniendo en cuenta los antecedentes de abuso y/o maltrato de estos en nuestra sociedad, ya sea a consecuencia del terrorismo, violencia, discriminación y otros.

### **2.3. Nueva imagen**

La creación del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, no solo representó un reto para el Gobierno de abanderar la protección a los derechos fundamentales de las personas (según hemos visto, el Estado no contaba con una entidad propia encargada abordar este tema); sino también de acercar ello a la población peruana.

Es así como se establece la necesidad de cambiar la imagen institucional de esta dependencia del Estado, labor que recayó en la Oficina General de Imagen y Comunicación (OGIC) del MINJUS.

Para llegar a esta situación se realizó una serie de análisis que pasaron desde conocer la realidad de los derechos humanos en nuestro país, hasta cómo es percibido el MINJUS por parte de la población.

El ex ministro de Justicia, Baldo Kresalja, señalaba una realidad recurrente:

*“Muchos de nuestros compatriotas confunden al Ministerio de Justicia (MINJUS) con el Poder Judicial. Ello se refleja, por ejemplo, cuando piden su intervención para resolver un asunto que tienen pendiente en los tribunales. Las principales razones de esa confusión son el desconocimiento de los objetivos del MINJUS, su carácter algo abstracto, así como su falta de presencia territorial.” **Diario La República 12 Dic 2005***

Ciertamente, este desconocimiento se veía reforzado -en algunos casos- por los medios de comunicación; ejemplo de ello fueron las llamadas telefónicas que realizaban a la OGIC a preguntar sobre la situación en que se encontraban los menores de edad del Centro Juvenil de Diagnóstico y Rehabilitación de Lima (más conocido como Maranguita) cada vez que se producía una reyerta o motín.

Si bien las cárceles están a cargo del Instituto Nacional Penitenciario (INPE), órgano adscrito al MINJUS; los centros de rehabilitación juvenil son potestad del Poder Judicial.

En este simple ejemplo se evidencia la poca labor de difusión y posicionamiento del MINJUS que realizaron las anteriores gestiones.

Partiendo de este punto es necesario hacer una evaluación de cuáles eran, en ese entonces, las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del principal ente rector en materia de Justicia y Derechos Humanos.

<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidad</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Ente rector que vela por un adecuado acceso a la justicia.</li> <li>▫ Presencia de abogados de oficio (hoy defensores públicos) del MINJUS a nivel nacional.</li> <li>▫ Realización de Festival de la Justicia (espacio donde se dan a conocer los servicios del MINJUS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Existencia de fuentes cooperantes para el desarrollo de proyectos</li> <li>▫ Alta demanda de los ciudadanos de los servicios que brinda el MINJUS</li> </ul>
<b>Debilidad</b>	<b>Amenaza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Confusión entre MINJUS y Poder Judicial.</li> <li>▫ Escaso conocimiento de la labor del MINJUS</li> <li>▫ Pocos voceros institucionales</li> <li>▫ Falta de coordinación entre unidades orgánicas</li> <li>▫ Inadecuada tecnología para un servicio eficiente y de calidad</li> <li>▫ Falta de cultura organizacional y procesos de mejora continua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Situaciones como las reyertas en los penales dañan la imagen del MINJUS.</li> <li>▫ Los conflictos sociales afectan la imagen institucional</li> <li>▫ Incremento de la criminalidad y la inseguridad ciudadana.</li> <li>▫ Desconfianza de la población hacia sus autoridades</li> </ul>

En vista que la entidad ahora contaba con una dependencia abocada a la protección de los derechos humanos, urgía un cambio en la imagen del sector. Es así como se lleva a cabo el lanzamiento del nuevo logo institucional, el cual tendría como propósito acercarnos más a la población y marcar una clara diferenciación con el Poder Judicial.

Para esta labor se contrató los servicios de la empresa “Gustavo Rodríguez - imagen y comunicación”, la cual buscó un logo que refleje el cambio y mejora que experimenta la institución, así como respetar los derechos fundamentales, llámese vivienda, salud, ente otros.

Téngase en cuenta que el anterior logo no representaba nada de los nuevos objetivos trazados; su símbolo solo reflejaba un mapa del Perú con una balanza de la justicia.



Para replantear la imagen del MINJUS se tuvo que tener en cuenta determinados aspectos y a la vez, reflejar esto en la sociedad, tales como:

- Defender los intereses del Estado, que son los derechos de todos los peruanos.
- Hacer respetar el derecho a la libertad a la vida, de credo, a educarse, a tener salud, a una vivienda, a la justicia misma, a vivir con bienestar.
- Dar a entender que el Minjus está cambiando y mejorando.

Así, surgen tres alternativas de nuevo logo:

### **Primera opción**



**Significado:** Quien pida ayuda, ya sea un individuo o el mismo Estado, recibirá la protección necesaria para que sus derechos prevalezcan y no sean pisoteados.

Es como extender una barrera protectora a partir de la persona misma, para ayudarlo y darle todas las herramientas que necesite en su búsqueda de justicia.

Esta barrera está viva, vibra al ritmo de nuestro corazón.

## Segunda opción



**Significado:** Somos personas que ayudamos a personas.

Somos más cercanos, más humanos.

Las personas que requieran de los servicios del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos podrán recibir más y mejores prestaciones, con calidad. Y eso genera confianza.

Como cuando estrechamos una mano cálida y amiga.

### Tercera opción



**Significado:** La idea de alcanzar cualquier cosa es inherente al ser humano. Para hacerlo necesitamos vivir con libertad, para elegir, para creer, para esforzarse y para ser mejores.

Cuando somos pequeños levantamos nuestra mano esperando tocar aquello que vemos. Ese sueño no debería cambiar por falta de justicia o por la violación de nuestros derechos como personas.

Esta institución está destinada a proteger estos ideales. A brindarnos mejores servicios, con calidad.

Y así podemos seguir soñando con alcanzar las estrellas.

Tras una evaluación con las máximas autoridades del sector Justicia y Derechos Humanos, además del análisis de la OGIC, se llegó a la conclusión que la tercera opción era la más acorde con nuestro objetivo de mejorar la imagen del MINJUS.

Es así que bajo la RM 0120-2012-JUS, del 27 de abril de 2012, se establece que el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos es la entidad competente en materia de derechos humanos; defensa pública del Estado, acceso a la justicia, política penitenciaria, regulación notarial y registral y supervisión de fundaciones, defensa, coherencia y perfeccionamiento del ordenamiento jurídico y relación del Estado con entidades confesionales.

Por cuanto y bajo la recomendación de la Oficina de Prensa e Imagen Institucional – OPII (lo que posteriormente sería la OGIC), se establece el nuevo logo y slogan institucional a fin de ser utilizados con fines de comunicación masiva de las funciones y servicios que brinda el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

**Logotipo:** consta de dos elementos que trabajan juntos como un conjunto



# Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

**Slogan:**

“Tú también tienes derechos”

## 2.4. Manual de Identidad Gráfica

La implementación del nuevo logo institucional había sido el primer paso dado para mejorar la imagen del MINJUS; ahora tocaba posicionar el mismo en la población, a través de los medios de comunicación y la realización de campañas informativas, no solo en Lima, sino al interior del país.

A lo largo de toda su vida institucional, el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos jamás contó con un manual de identidad gráfica, material donde se plasman las líneas maestras de la imagen de una entidad, servicios, productos o institución.

El manual de identidad gráfica del MINJUS consta de 132 páginas y en él se describe los signos gráficos escogidos para mostrar su imagen, además de sus posibles variaciones (forma, color, tamaño, etc.).

Su uso está establecido para todos los funcionarios y colaboradores de la institución, vale decir, nadie puede hacer uso inadecuado de las piezas gráficas, como deformación del logo o utilización inadecuada de los colores. Ejemplo:

### Aplicaciones de color



## Cambios o modificaciones no autorizados



La uniformidad en los documentos, piezas gráficas, artes, bocetos, entre otros, fue un aspecto bien recibido por la mayoría de colaboradores, y hasta los propios funcionarios, quienes vieron en dicho manual la identidad institucional que tanto hacía falta.

A nivel de comunicación interna, la OGIC desarrolló una campaña informativa explicando y orientando el correcto uso del Manual de Identidad, además de las ventajas que ello traería.

Cabe señalar que antes de la publicación de este documento, existían diversos escritos oficiales que no guardaban una relación: cuando querían ponían el logo institucional; omitían la denominación oficial del año dado por el Ejecutivo; cada dependencia imprimía sus *merchandising* a su gusto sin ningún estilo definido.

Aun cuando el MINJUS contaba oficialmente con sus propias redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter) se detectó que varias oficinas habían creado sus propios canales informativos en Internet, generando una competencia entre los propios trabajadores y confusión en nuestro público objetivo.

Una vez detectado este último aspecto, considerado negativo, se determinó que la OGIC sea la única oficina encargada de informar a la población sobre las acciones que se realizan en el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. No se trataba de ver qué oficina tiene más seguidores (o mayor tráfico en Internet), sino el de llevar un mensaje claro y oficial al público en general, instituciones públicas y privadas, autoridades, entre otros.

Sumado a ello, se posicionó a la OGIC como la dependencia encargada de velar por la correcta imagen de nuestra institución, siendo necesario para cualquier fin – en materia de imagen- contar con la aprobación de esta oficina.

No hubo rechazo ni resistencia al cambio, sino desconocimiento de los colaboradores por las ventajas que genera tener una identidad institucional.

## 2.5. Campaña de posicionamiento

El involucramiento de la defensa y conocimiento de los Derechos Humanos es una labor que le compete, no solo al Estado, sino también a la sociedad civil en su conjunto. A fin de hacer partícipe a todos estos actores se implementó una estrategia de comunicación.

Para efectos de dar a conocer a la población sobre la existencia de una dependencia del Estado abocada a la defensa de sus derechos, se intervino en los principales medios de comunicación, a través del ministro del sector, Francisco Eguiguren y otros voceros, como el entonces viceministro Juan Jiménez Mayor (quien posteriormente, en el 2012 asumiría la titularidad del MINJUS), dando cuenta que los abogados del ministerio estaban a disposición de aquel ciudadano que sienta vulnerado sus derechos; y en el ámbito internacional, la firme posición del Estado peruano de hacer respetar la defensa de sus intereses como nación (como la defensa en el caso de los comandos Chavín de Huántar).

La participación de los defensores públicos (ex abogados de oficio) fue un aspecto a resaltar, toda vez que ellos intervenían en casos donde las personas, sean varones, mujeres o niños habían sufrido algún atentado a su integridad física o privado de su libertad.

Tal es el caso del joven estudiante Gastón Mansilla Yupanqui, quien en enero de 2012 disparó a un delincuente en defensa propia. Por esta acción fue detenido el universitario y recluido en un centro penitenciario. El caso se volvió mediático y la rápida acción de los defensores público permitió la liberación de Mansilla Yupanqui.

Este tipo de acciones, por parte de los abogados del MINJUS, valió el reconocimiento de la Organización de Estados Americanos (OEA), quien a través de una resolución destacó la labor que realizan los defensores públicos de la región –entre ellos el Perú- garantizando el fortalecimiento del acceso a la justicia de las personas en condición de vulnerabilidad.

Así, los medios de comunicación local vieron en el MINJUS una primera fuente a recurrir cuando existían casos sociales donde los derechos de las personas se veían afectados. Cabe la aclaración que a diferencia de los otros abogados de oficio que se podían encontrar en sectores como Mujer, Desarrollo e Inclusión Social, Trabajo u otros, los abogados del MINJUS contaban con el adiestramiento del nuevo Código Procesal Penal, documento que también era impulsado a nivel nacional por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

La implementación de los Centros de Asistencia Legal Gratuita (ALEGRA) fue otra manera de acercar el ministerio a la población más necesitada. Mediante estos centros la ciudadanía se asesoraba de manera gratuita en materia de denuncias de tipo familiar, civil y laboral, así como atención de víctimas y Conciliación Extrajudicial.

A nivel Estado, como una manera de reparar el daño causado por el terrorismo se hizo entrega en las zonas más afectadas del Perú, como Lucanamarca (Ayacucho), de una determinada cantidad de dinero por concepto de reparaciones civiles a las comunidades.

Otro aspecto a señalar fue la elaboración del Plan Nacional de Derechos Humanos 2012-2016. Su constitución se dio tras recoger la opinión de las organizaciones sociales y comunidades al interior del país como Ayacucho, Piura, entre otros. Los encuentros regionales contaron con una asistencia notable, logrando recabar valiosa información.

La necesidad de involucrar a la sociedad civil en esta labor de defensa y protección de los derechos fundamental se vio reflejada con la instauración del “Premio Nacional de los Derechos Humanos”. En su primera edición (2012) se reconoció la labor del médico Hugo Rodríguez Ferrucci, en mérito a su importante trayectoria profesional y destacada labor en la promoción y vigencia del derecho a la salud; asimismo, se otorgó esta distinción a la profesora Cristina Miranda Hurtado, en mérito a su trayectoria profesional y destacada labor en la promoción y vigencia del derecho a la educación.

Como se puede apreciar, la OGIC tuvo un papel importante al momento de dar a conocer a la ciudadanía sobre las acciones realizadas por el MINJUS. De poco hubiera valido es que estas labores no se hubieran dado a conocer.

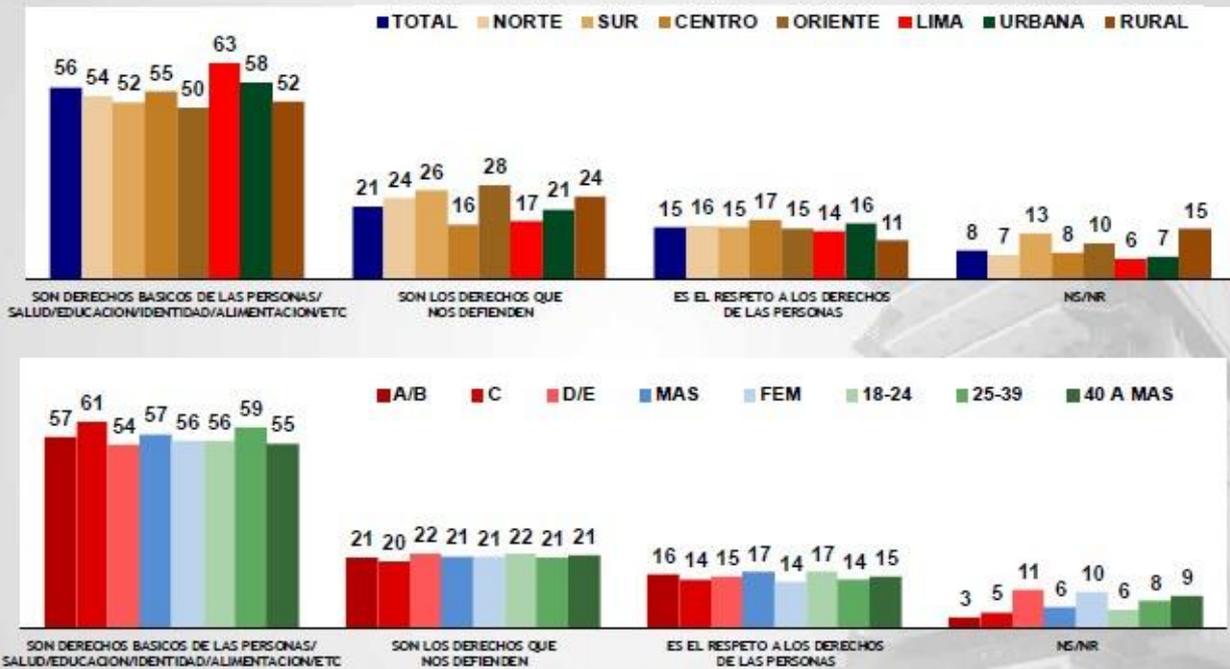
## **2.6. Percepción de los Derechos Humanos**

Desde la institucionalización del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (en el año 2011), se llevó a cabo todo un proceso de posicionamiento sobre la importancia de los Derechos Humanos en nuestra sociedad.

A fin de saber con detenimiento qué significaba ello para la población se realizó una serie de encuestas para comprobar cuánto saben los peruanos sobre la defensa de sus derechos. A nivel del Estado peruano no se tenía un registro detallado sobre esta materia, teniendo en cuenta que recientemente se había constituido el Viceministerio de Derechos Humanos.

La Universidad ESAN desarrolló una encuesta, entre los días 4 y 17 de setiembre del 2013, con un universo de 3310 encuestados, del cual se desprende los siguientes resultados.

P1. ¿Qué es para usted Derechos Humanos?

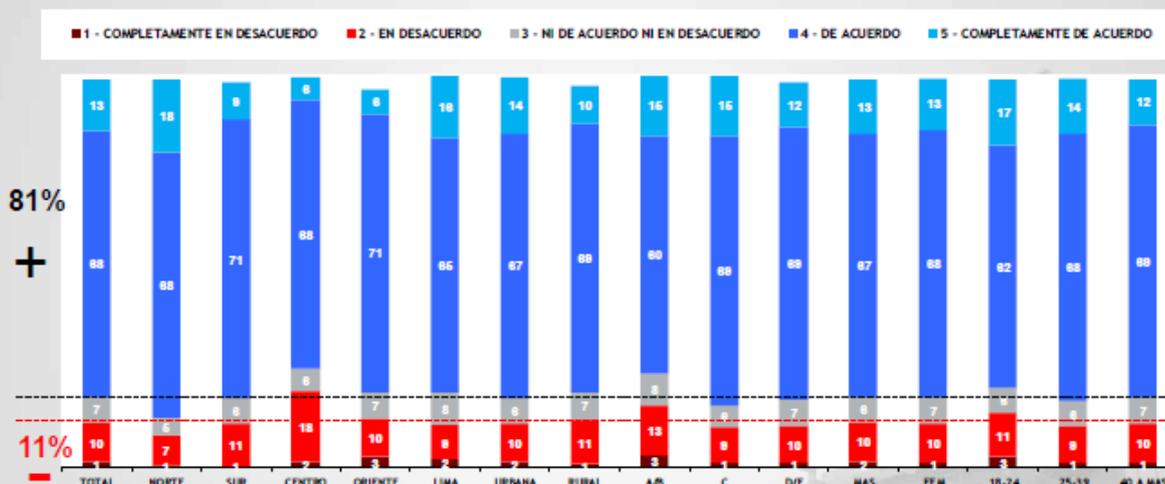


Tan solo en esta respuesta podemos recoger que para el 56% de la población, al hablar sobre Derechos Humanos nos referimos a aquellos derechos básicos de las personas, como el acceso a la salud, educación, identidad, alimentación, etc. Para el 21% de los encuestados se trata de los derechos que nos defienden; el 15% dicen que es el respeto a los derechos de las personas; mientras que un 8% no saben ni responden.

El estudio también arrojó información valiosa sobre la discriminación que existe en el Perú. Consultado sobre si “piensan que la discriminación ocurre todo el tiempo”, el 68% mencionó que está de acuerdo con esta afirmación; un 13% completamente de acuerdo; el 10% dijo no estar de acuerdo; 1% completamente en desacuerdo; y un 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Estas cifras permitieron abordar temas sensibles en nuestra sociedad. Temas como la discriminación, orientación sexual, discapacidad, pobreza, etc. debían ser abordados y difundidos de manera clara y directa por parte de nuestras autoridades.

P13.1 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?  
 “La discriminación ocurre todo el tiempo y nadie hace nada”



¿Y cómo podríamos concentrar estos mensajes? Apelando a los gustos del peruano promedio, y teniendo en cuenta los resultados de las encuestas en cuanto a la percepción que se tiene de los derechos humanos en nuestro país, se dispuso la realización de un mega evento denominado “Semana por los Derechos Humanos”.

En su primera versión (2013) el MINJUS lanzó el libro “Juan y María te enseñan tus derechos”, dirigido a los escolares, quienes de manera didáctica y entretenida aprendían sobre la importancia de sus derechos y a denunciar los actos discriminatorios.

Posteriormente, se hizo entrega del Premio Nacional de Derechos Humanos a la Dra. Teresa de Jesús Pasco Ramírez de Aysanoa, oncóloga pediatra, y al policía de tránsito, sub oficial de tercera, Marco Novoa Céliz, por su destacada labor en la promoción y cumplimiento de los derechos fundamentales.



Dado el éxito obtenido en el año 2013 con estas dos actividades, al año siguiente (2014) la OGIC organizó un encuentro de mayor alcance y con la participación de destacados artistas y especialistas en la materia.

Esta vez la “Semana por los Derechos Humanos” debía comprometer aún más a la sociedad civil y nuestras autoridades. Se dispuso la realización de un conversatorio internacional en el zoom de la Universidad de Lima donde expertos nacionales y extranjeros ilustraron a los concurrentes sobre preceptos del ser humano.



En los parques zonales de los distritos emergentes y en algunas provincias del Perú se proyectaron cintas latinoamericanas que abordaban la realidad de nuestra sociedad. Al final del mismo se entraba a un conversatorio y se analizaba la película.

En el plano deportivo, la final del campeonato de fútbol peruano tuvo como protagonistas a Sporting Cristal y Juan Aurich. Antes de iniciarse el encuentro, personal del MINJUS desplegó una banderola en el centro de la cancha invocando a los asistentes a no permitir la discriminación, acto que fue aplaudido por los

presentes y los comentaristas deportivos. Asimismo, los jugadores se pusieron la camiseta alusiva a la semana de los Derechos Humanos.



Se continuó con el reconocimiento a personajes involucrados en la defensa de los derechos fundamentales de cualquier individuo.



Pero, fue la presencia del entonces secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, junto a la del mandatario Ollanta Humala, lo que marcó el realce de la semana de actividades. Cabe señalar que dada la importancia y el significado que representa la imagen de la máxima autoridad de las Naciones Unidas, se viabilizó por todos los medios que Ban Ki-moon sea figura de nuestra actividad, hecho que comprometió a las autoridades locales a desplegar todos sus esfuerzos por la defensa y protección de los más necesitados.

La presencia de las autoridades, anteriormente citadas, permitió que el gobierno presentase el Plan Nacional de Educación en Derechos y Deberes Fundamentales (al 2021).



El mensaje de buscar la igualdad entre todos sin importar raza, condición social, creencias, orientación sexual y otros, fue abordado con sumo cuidado por nuestras autoridades y voceros.

Bajo el lema “Yo tengo derechos” se desarrolló una campaña en contra de la discriminación. Mediante una serie de videos institucionales se abordó la temática de la igualdad en la persona. Casos como el de Abel Bravo, joven artista que por tener tatuajes en el cuerpo fue objetivo de miradas extrañas en su entorno. “Una persona no puede juzgar por su ‘pinta’, sino por sus méritos y por lo que es”, nos refiere Bravo.

La árbitra de fútbol Silvia Reyes nos narra sobre lo duro que puede llegar a ser dirigir un encuentro de fútbol de varones. Pese a ello, dice que no se amilana ante nada y que seguirá adelante.

Estos testimonios fueron propalados en los principales medios de comunicación, pero fue en el Internet, en nuestras redes sociales, donde se registró una mayor actividad y comentarios sobre la realización de la campaña.



### Tengo Derecho - Silvia Reyes

891 visualizaciones

👍 4

💬 0

➦ COMPARTIR

≡+ GUARDAR

⋮



Yo tengo derechos - Kerstin Forsberg

154 visualizaciones

👍 1

💬 0

➦ COMPARTIR

📌 GUARDAR



Yo tengo derechos - Abel Bravo

182 visualizaciones

👍 2

💬 0

➦ COMPARTIR

📌 GUARDAR

⋮



Yo tengo derechos - Richard Torres

## 2.7 Un nuevo MINJUS para los más necesitados

Con el pasar de los años la imagen del MINJUS se fue posicionando en nuestra sociedad. Atrás quedaba la imagen de aquel gran estudio de abogados dentro del Estado como era percibido el Ministerio de Justicia, para dar paso al ente protector de los derechos fundamentales.

El exministro de Justicia y Derechos Humanos, Daniel Figallo Rivadeneyra sostuvo que la creación del despacho viceministerial de Derechos Humanos fue un paso fundamental no solo para el gobierno de entonces, sino para el Estado peruano, toda vez que se pasaba del discurso a la acción.

El Ministerio de Justicia no sólo cambió de denominación, sino que cambió en su esencia. Era percibido como un Ministerio asociado a asuntos judiciales (incluso se le confundía con el Poder Judicial); además era visto como un Ministerio de Asuntos Penitenciarios. Sin embargo, con el Viceministerio cobró mayor presencia los asuntos relacionados con la planificación de las políticas en materia de Derechos Humanos, temas de discriminación, educación en derechos, reparaciones relacionadas con la violencia política, compromisos internacionales del Ejecutivo, entre otros temas”, recordó el jurista.

Para el experimentado periodista Eduardo Bruce, el cambio de imagen del MINJUS fue fundamental. “Por primera vez muchos divisaron que el Gobierno les tendía la mano para mitigar su marginación. Ha sido un gran logro (la nueva imagen)”, detalló Bruce Montes de Oca.

Como comunicador dijo que ahora la imagen que imparte el sector Justicia y Derechos Humanos es la de un ente dedicado a la defensa de los derechos de las personas, lo que significa una buena noticia para los ciudadanos marginados y desprotegidos. “Y resulta una mala noticia para aquellos que en realidad no le dan importancia la fundamental defensa del que menos tiene, que ha sufrido y sufre abusos, lo que es inadmisibles en un estado de derecho moderno”, puntualizó.

Por su parte, el doctor Luis Pacheco Mandujano, resaltó el rol que ahora le toca cumplir al MINJUS en este quinquenio. Ahora ha pasado a ser un ministerio de Derechos Humanos, con el cual el tema de la defensa y protección de los Derechos Humanos pasa a convertirse “en un asunto que forma parte de la agenda del Estado

y ya no queda en manos de las ONG, las cuales han cumplido una labor importante en décadas pasadas”.

Tras la implementación del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, por primera vez en la historia del Perú se consultó a la ciudadanía sobre su impresión en torno a la labor que realiza dicha institución.

La encuesta realizada por la empresa IPSOS, entre el 13 y 16 de diciembre de 2013, bajo un universo de 1231 personas, arrojó que el 31% de los consultados conoce de los servicios que brinda el MINJUS, mientras que un 58% decía no conocerlos aún.

<b>¿Conoce los servicios que brinda el MINJUS?</b>	
Respuesta	Total
Sí conoce	31
No conoce	58
No precisa	11

De las personas que dijeron haber hecho uso de los servicios del MINJUS, el 40% recurrió a los defensores públicos, el 31% lo hizo a través de la conciliación, mientras el 14% lo hizo mediante el Sistema Peruano de Información Jurídica (SPIJ).

<b>¿Cuál es el servicio que más ha usado del MINJUS?</b>	
Respuesta	Total
Defensa Pública Jurídica	40
Conciliación	31
Sistema Peruano de Información	14
Arbitraje	7
Otro	1
No precisa	7

Consultados si estarían dispuestos a usar o volver a usar los servicios del MINJUS, el 50% dijo que sí estarían dispuestos; un 21% se mostró contrario; pero un 29% aun no definía su posición.

<b>¿Estaría dispuesto a usar o volver a usar los servicios del MINJUS, o no?</b>	
Respuesta	Total
Sí estaría dispuesto	50
No estaría dispuesto	21
No precisa	29

La encuesta (adjunta en los anexos) refleja que poco a poco la población va confiando en la nueva imagen del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Dicho resultado demuestra también que las acciones realizadas por la Oficina General de Imagen y Comunicación (OGIC) fueron los más adecuados.

## 2.8 Redes Sociales

Plataformas como YouTube, Facebook y Twitter fueron los principales aliados para desarrollar, vía Internet, nuestro plan comunicacional.

Recuerden que a finales del 2011 e inicios del 2012 el uso de las redes sociales se venía posicionando, por lo que era de imperiosa necesidad tener presencia activa en este medio digital. La realización de videos institucionales, además de diseños gráficos fortalecían el mensaje brindado.

De acuerdo a una encuesta de Ipsos Apoyo, difundida a mediados del 2011, de un universo de 1283 personas, el 72% mira videos en Internet, mientras que el 86% busca información para sus tareas o trabajo.

<b>En general, las actividades más realizadas por los internautas son buscar información para hacer tareas y trabajo, chatear a través del Messenger y ver videos <i>online</i></b>			
<b>Actividades</b>	<b>Total</b>	<b>Lima</b>	<b>Interior</b>
Buscar información en Internet para hacer tareas y trabajos	86%	85%	88%
Chatear a través del Messenger	74%	75%	73%
Ver videos en Internet	72%	71%	72%

Fuente: Ipsos Apoyo

Punto aparte es el cambio de la página web institucional. Para darle una mayor movimiento y tráfico en el ciberespacio se rediseñó la web del MINJUS poniendo al alcance de la población los servicios que brinda la entidad, a favor de la población más vulnerable.

## 2.9. Manejo de crisis institucional

Ninguna institución –sea pública o privada- está exenta de padecer una crisis institucional. A lo largo de mi carrera me ha tocado afrontar situaciones negativas que han mellado en parte la imagen ganada por la entidad donde laboré, no obstante, la intervención adecuada de funcionarios y los adecuados canales de comunicación me permitieron manejar las circunstancias adversas.

Tengamos en claro algo, la aplicación de una estrategia de crisis no revertirá la imagen negativa que podría haber generado una denuncia contra un funcionario y/o institución; sino ello permitirá aminorar el “golpe” generado por la crisis.

En el MINJUS se vivieron crisis institucionales, las cuales fueron manejadas adecuadamente gracias a la planificación anticipada de una eventual crisis. Si bien no todas las crisis son igual, ni tienen el mismo impacto, sí debemos tener presente los siguientes puntos:

- Establecer voceros de acuerdo a la magnitud del hecho.
- Definir canales por los cuales se informará sobre las acciones a seguir.
- Monitorear y anticipar las probables crisis que puedan surgir.
- Tener una relación de personas aliadas que puedan ayudar a reducir el impacto de la crisis.
- Localizar inmediatamente el foco que haya provocado la crisis.
- Definir quiénes integran un eventual gabinete de crisis.

Mi condición de jefa de la OGIC me permitió establecer una comunicación directa con las principales autoridades del sector Justicia y Derechos Humanos, y con ello detectar en qué momento se podría generar un conflicto y saber tomar las decisiones a tiempo.

En el MINJUS se vivieron situaciones tensas que pusieron a prueba nuestro temple y trabajo. En el sector público las denuncias, por lo general, tiene un objetivo claro: dañar la imagen de un determinado funcionario. Pero un comunicador con

experiencia sabe que el daño no quedará ahí, pues ese funcionario representa a una entidad, podría ser la cara visible de la institución, el máximo representante de su sector. Es ahí donde deviene la crisis.

Durante una campaña de fortalecimiento de imagen a favor de la Dirección de Defensa Pública y Acceso a la Justicia del MINJUS, se programó una serie de actividades en distintos centros educaditos de la capital, donde se hablaría de la importancia de nuestros derechos humanos.

Horas antes del inicio de esta campaña, se nos informó que en el programa se incluiría una puesta en escena que trataría sobre la trata de personas. Esta obra – según nos explicaron- había sido premiada por el Poder Judicial. Frente a esta situación la OGIC recomendó a las autoridades del MINJUS cancelar dicha presentación, debido a que desconocíamos las escenas y lenguaje utilizados, más aún si la presentación sería ante escolares. Sin embargo, la Alta Dirección aprobó su inclusión, sustentando que se trata de una obra reconocida por otro entre público.

La obra se inició sin contratiempo, no obstante, con el correr del tiempo la trama se volvió un poco fuerte para los menores de edad ya que se expusieron lenguajes soeces y mensaje inadecuados que generaron algunos cuestionamientos en los niños, ya que en el escenario había un cartel que decía “Prostíbulo”, lo que llevó a un menor de 10 años a preguntar qué era ello, incomodando a los propios educadores y directores de la institución educativa.

Frente a este hecho, dispuse que la obra acorte su final de manera inmediata y que un personal de Defensa Pública explique de manera adecuada cómo combatir la trata de personas, en un lenguaje claro y didáctico para los niños.

Otro momento crítico se produjo en junio de 2013, cuando el Gobierno negó el indulto al expresidente Alberto Fujimori, pedido que fuera presentado por su familia. Esta situación era previsible, por ello se aplicaron los canales correspondientes de comunicación, minutos después que el ministro de Justicia y Derechos Humanos, Daniel Figallo, leyera el fallo del pedido de indulto.

Las reacciones no se hicieron esperar y la oposición, cuestionó el accionar de la Comisión de Gracias Presidenciales, ente adscrito al MINJUS.

Ante los medios de comunicación y la opinión pública se expusieron con detalles cuáles habían sido los argumentos para que la comisión rechazara el pedido de libertad presentado por la hija del exmandatario, Keiko Fujimori.

En diciembre de 2014, se vivió una crisis mayor al revelar la entonces procuradora adjunta Yeny Vilcatoma, audios de una reunión de trabajo que había sostenido con su jefe y ministro de Estado, Daniel Figallo. En los audios se escucha a Figallo Rivadeneyra consultar sobre qué acciones legales podrían aplicarse en el caso del prófugo exasesor presidencial, Martín Belaunde Lossio.

La oposición tomó esta denuncia y exigieron la salida del ministro.

Las acciones para contrarrestar la crisis se pusieron en marcha. Renombrados letrados como Víctor García Toma, negaron que en este hecho exista alguna presión de parte de Daniel Figallo para beneficiar a Belaunde Lossio. A esta opinión se sumaron otros jurisconsultos.

Aun cuando los hechos demostraban la inexistencia de una falta del ministro, la oposición había politizado el tema y la renuncia del titular de Justicia y Derechos Humanos fue inminente.

Es preciso señalar que durante el tiempo que se desarrolló la crisis, en ningún momento se dejó de comunicar e informar sobre las acciones que el MINJUS realizó a favor de la ciudadanía. No se pudo dejar de lado la labor del área de Imagen cuando existe alguna emergencia. Toda oficina de Imagen vela por el bienestar institucional y no es exclusivo de ningún funcionario.

## CAPÍTULO III

### 3. CONCLUSIONES

El cambio de imagen en el sector Justicia fue fundamental para un mejor acercamiento con la población.

El Estado peruano, por primera vez, vela desde una dependencia del Ejecutivo por la defensa de los derechos humanos, poniéndonos a la par con otras naciones de la región.

Atrás quedó la dejadez de la ciudadanía por hacer respetar sus derechos. Desde el MINJUS se impulsa la defensa y valorización de los derechos de las personas.

Con el pasar de los años la imagen del MINJUS se fue posicionando en nuestra sociedad. Atrás quedaba la imagen de aquel gran estudio de abogados dentro del Estado como era percibido el Ministerio de Justicia, para dar paso al ente protector de los derechos fundamentales.

La dirección de una oficina de Imagen determinará el correcto manejo de las acciones a realizar frente a una eventual situación de crisis.

La rápida acción a desarrollar en estos momentos de crisis establecerá si la misma continuará, o por el contrario nos encontramos ante una situación manejada.

Debemos tener en cuenta la importancia de un área de Imagen de una institución. Ella da presencia mediática no solo a la autoridad, sino a la institución.

El comunicador de una oficina de Imagen debe brindar información clara y emitir ideas precisas sobre las acciones a destacar a nivel externo, vale decir, en los medios de comunicación.

Debemos apoyarnos en la inmediatez de las redes sociales a efectos de llegar con mayor prontitud a nuestro público objetivo, además de brindar los mensajes claros y precisos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Abad, F. (2010). *Filosofía Política de la Responsabilidad Socialista en Materia de Comunicación*. Caracas – Venezuela. Conatel

Cabrera, M. (2010) *Guía para el manejo de crisis y la comunicación de crisis*. Lima – Perú. Agence canadienne de developpement international

Capriotti, P (2009). *BRANDING CORPORATIVO. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago, Chile: Colección de Libros de la Empresa

Capriotti, P (2013) *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*. Málaga, España: IIRP

Castro, B (2007). *El auge de la comunicación corporativa*. Sevilla. Creative commons

De Moragas, M; Beale,A; Dahlgren, P; Eco, U; Fitch, T; y Gasser, U. (2012). *La comunicación: de los orígenes a Internet*. Barcelona, España: Editorial Gedisa S.A.

Evoca Comunicación e Imagen (2013). *Comunicación corporativa: al otro lado de la información*. Madrid, Barcelona: Evoca

Fajardo, G y Nivia, A (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional*. Colombia: UTADEO

Gumicio, A (2001). *Haciendo Olas. Historia de comunicación participativa para el cambio social*. La Paz – Bolivia. The Rockefeller Foundation.

Kaplún, G (2011). *Políticas, discursos y narrativas en comunicación*. Montevideo – Uruguay: Colección Investigaciones en Comunicación

Kaplún, M (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana – Cuba. Editorial CAMINOS.

López, G. (2005). *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València

MacLuhan, M y Powers, B.R. (1995). *La aldea global*. Barcelona. Editorial Gedisa, S.A.

MacLuhan, M (1962). “La galaxia Gutenberg”. Editorial Epublibre

Matos Mar, J (1986) *Desborde popular y crisis del Estado - El nuevo rostro del Perú en la década de 1980*. Perú: IEP Ediciones

Mata, M y Huergo, J (2009). *Construyendo comunidades... reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*. Buenos Aires. La Crujía Ediciones.

Ongallo, C (2007) *Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson.

Remy, P (2012) *Manejo de crisis. ¿Qué hace el día en que todo está en contra nuestra?* Lima: UPC

Riorda, M (2008). “Gobierno bien, pero comunico mal: análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental”, *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, Caracas; Febrero, Número 40.

Segovia, D. (2010). *Comunicación y democracia. El rol de los medios en la construcción del discurso político ciudadano*. Asunción, Paraguay: Base investigaciones sociales.

Vidales, C (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación – Tomo I*. México: Altos estudios.

De Pablos, S (2010) *Aquientrevista a Susana de Pablos – periodismo, comunicación empresarial, notas de prensa ...* Portal Crónica ya.

<http://comunicaya.com/aquientrevista-a-susana-de-pablos-periodismo-comunicacion-empresarial-notas-de-prensa/>

---

# ANEXOS



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

---

# “ENCUESTA PARA MEDIR LA OPINIÓN DE LA POBLACIÓN PERUANA EN RELACIÓN CON LOS DERECHOS HUMANOS”

---

Dirección General de Derechos Humanos  
Dirección de Políticas y Gestión en Derechos Humanos



**RESUMEN EJECUTIVO**



## PRESENTACIÓN DE LA PRIMERA ENCUESTA NACIONAL PARA MEDIR LA OPINIÓN DE LA POBLACIÓN PERUANA EN RELACIÓN A LOS DERECHOS HUMANOS

La propuesta de realizar la Primera Encuesta Nacional en materia de Derechos Humanos, surgió de la necesidad de conocer qué es lo que los y las ciudadanas tienen interiorizado en materia de DDHH.

Esta necesidad encuentra su justificación en que el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (MINJUS), como órgano rector en materia de Derechos Humanos, debe diseñar, implementar, evaluar y articular políticas públicas sobre la materia, priorizando a los grupos de especial protección.

El valor de la presente encuesta se centra fundamentalmente en identificar qué es lo que la población de nuestro país entiende respecto a los DDHH, y cómo este entendimiento se enmarca dentro del estado constitucional de derecho y en los tratados internacionales de los que el Perú es parte.

La encuesta tiene cuatro lineamientos: i) Opinión General sobre los derechos humanos, ii) Opinión sobre igualdad, no discriminación y poblaciones vulnerables, iii) opinión general sobre otros derechos y, iv) opinión general sobre el rol del Estado y los derechos humanos. Los resultados presentados, aparte de constituir una línea de base para nuestro trabajo, permiten conocer las opiniones, imaginarios y valoraciones, tanto a nivel nacional como macro regional, así como por nivel socioeconómico, grupo etario y sexo. Es decir, la información que se presenta resulta sumamente valiosa para los responsables de diseñar e implementar políticas públicas focalizadas, tanto a nivel nacional como regional.

Por otra parte, saludamos el trabajo de la empresa que, mediante licitación pública, acompañó al equipo técnico del MINJUS. La Universidad ESAN y sus profesionales José Angulo Marco, Frank Castro Bárcenas, Fernando Lévano Toledo, Juan Rabasa Lavarello, coordinados por Walter Eyzaguirre Vásquez, demostraron profesionalismo y un alto compromiso con la misión encomendada.

Finalmente, debemos reconocer el trabajo del equipo de la Dirección General de Derechos Humanos y del Viceministerio de Derechos Humanos y Acceso a la Justicia, responsable de llevar a buen puerto esta iniciativa: Rosa Elena Arias Rojas, Salvador Herencia Carrasco, Jessica Maeda Jerí, Carlos Mesías Reyes, Bertha Quesihuallpa de La Sota, Roger Rodríguez Santander, Domingo Rojas Chacaltana, Lizbeth Velez Gadea y Daniela Viteri Custodio. El coordinador fue Alonso Cárdenas Cornejo.

Tengo plena confianza que la primera encuesta nacional en materia de derechos humanos servirá para impulsar, garantizar y consolidar una cultura de derechos humanos en nuestro país.



José Ávila Herrera  
Viceministro de Derechos Humanos y Acceso a la Justicia  
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos





Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## Ficha Técnica

<b>Objetivo general</b>	Conocer la opinión que tiene la población peruana con respecto a los Derechos Humanos a fin de establecer una línea de base que permita determinar políticas, planes y programas de protección y promoción de los Derechos Humanos.
<b>Población en estudio</b>	La población en estudio está definida como el conjunto de personas mayores de 18 años de ambos sexos residentes en el área urbana y rural del país.
<b>Metodología</b>	Realización de encuestas directa en hogares.
<b>Tipo de muestreo y tamaño de muestra</b>	La muestra es probabilística, de áreas, estratificada y multietápica. El tamaño de muestra se determinó teniendo en cuenta un margen de error de 1.8%, en el supuesto de máxima dispersión de las respuestas, con un nivel de confianza de 95%. Se realizaron 3,310 encuestas efectivas.
<b>Trabajo de Campo</b>	Las encuestas se realizaron entre el 04 y el 17 de septiembre de 2013.



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## Distribución de la muestra

ZONA	MUESTRA CONGLOMERADOS	MUESTRA PERSONAS
Norte	71	710
Centro	52	520
Sur	52	520
Oriente	53	530
Lima Metropolitana	103	1030
Total	331	3310



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

# I. OPINIÓN GENERAL SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS

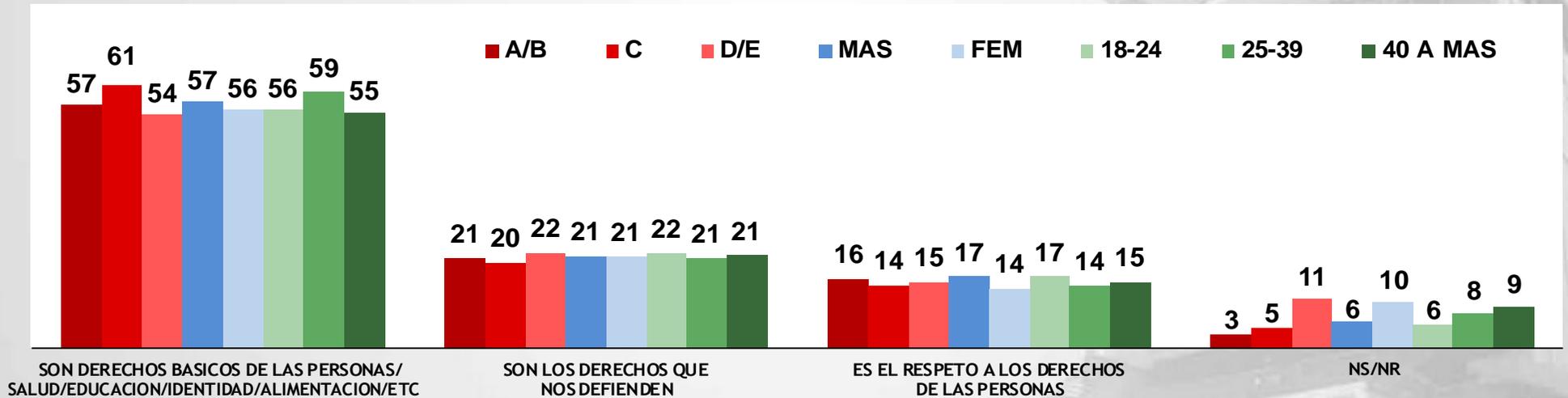
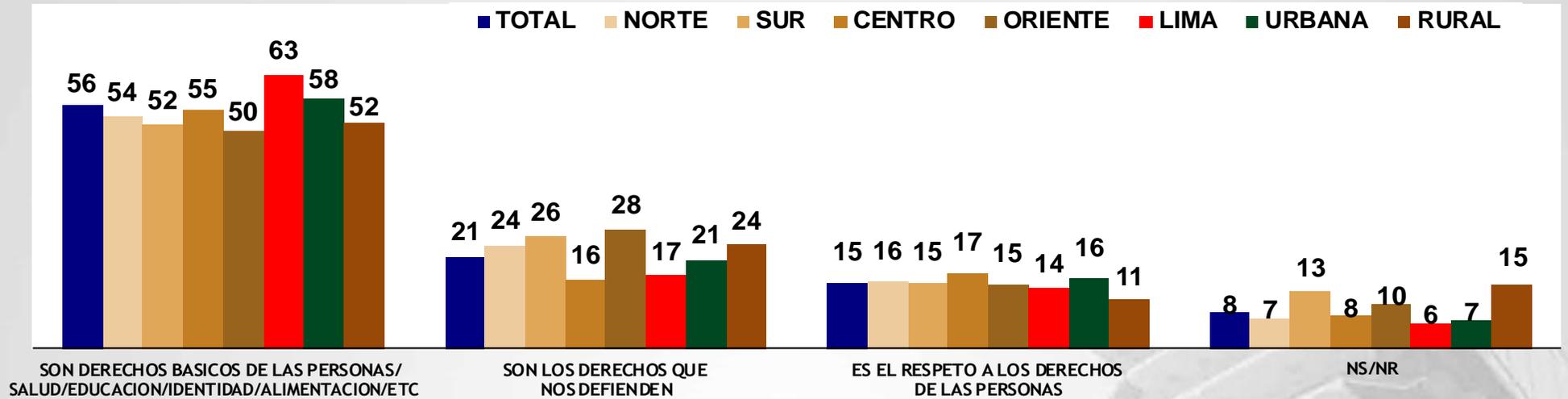


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



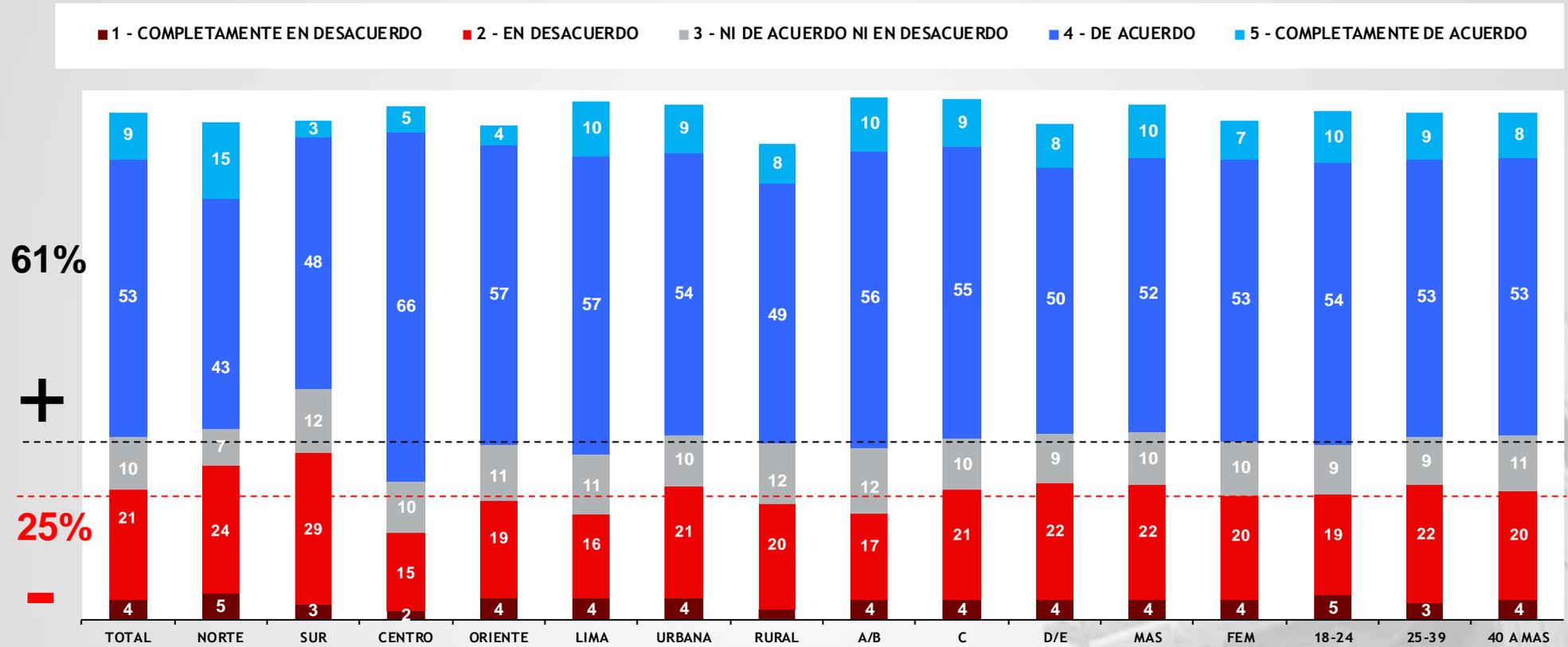
UNIVERSIDAD  
**esan**

# P1. ¿Qué es para usted Derechos Humanos?

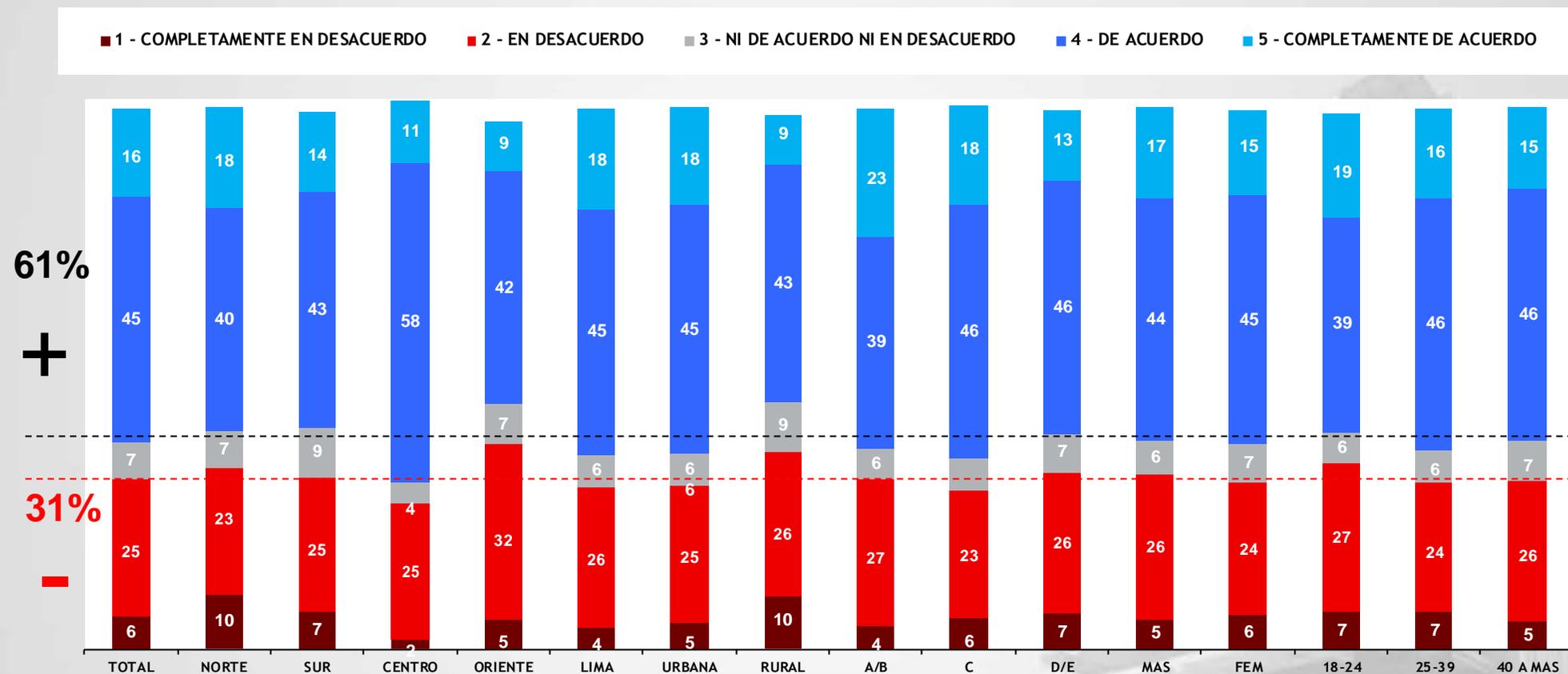


### P3.3 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“La democracia tiene problemas, pero es mejor que cualquier otra forma de gobierno”

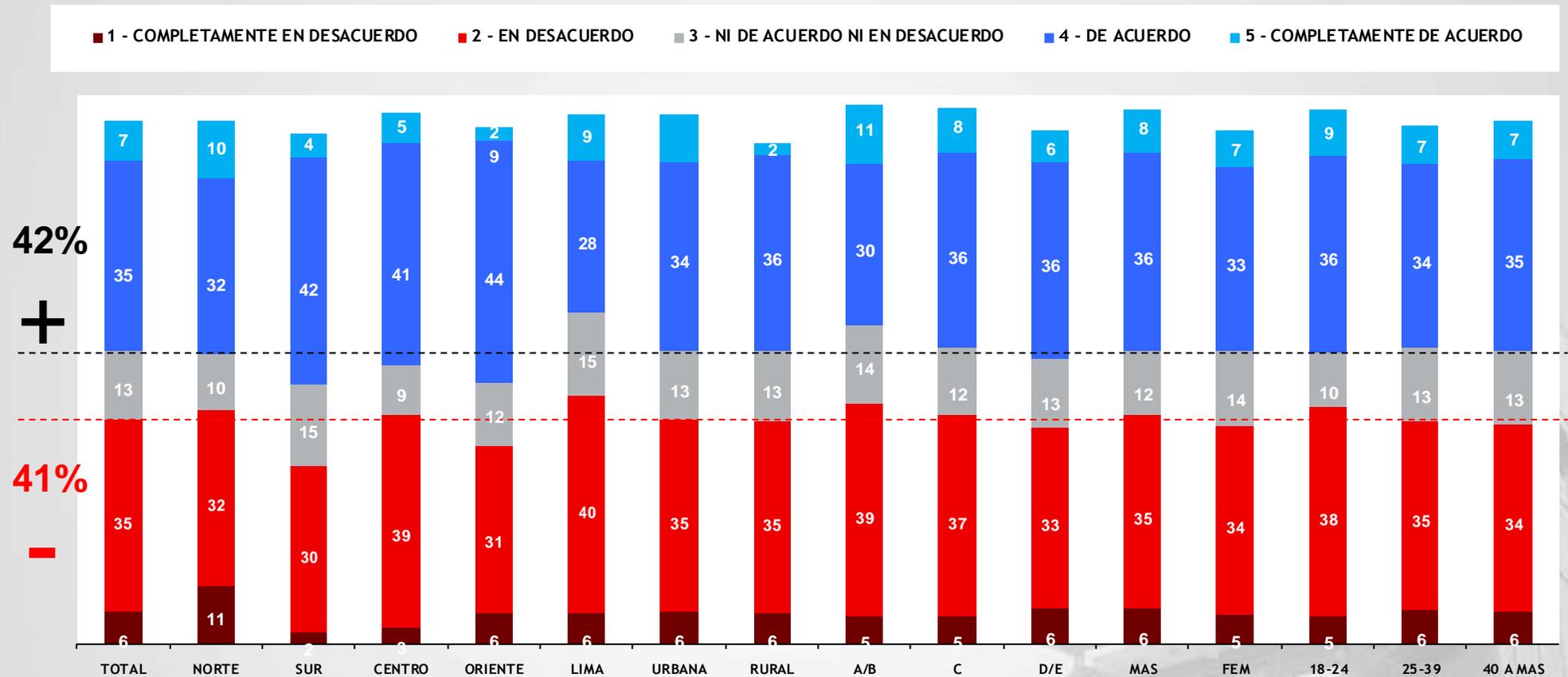


### P3.5 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación? “Los violadores de niños no merecen tener derechos humanos”

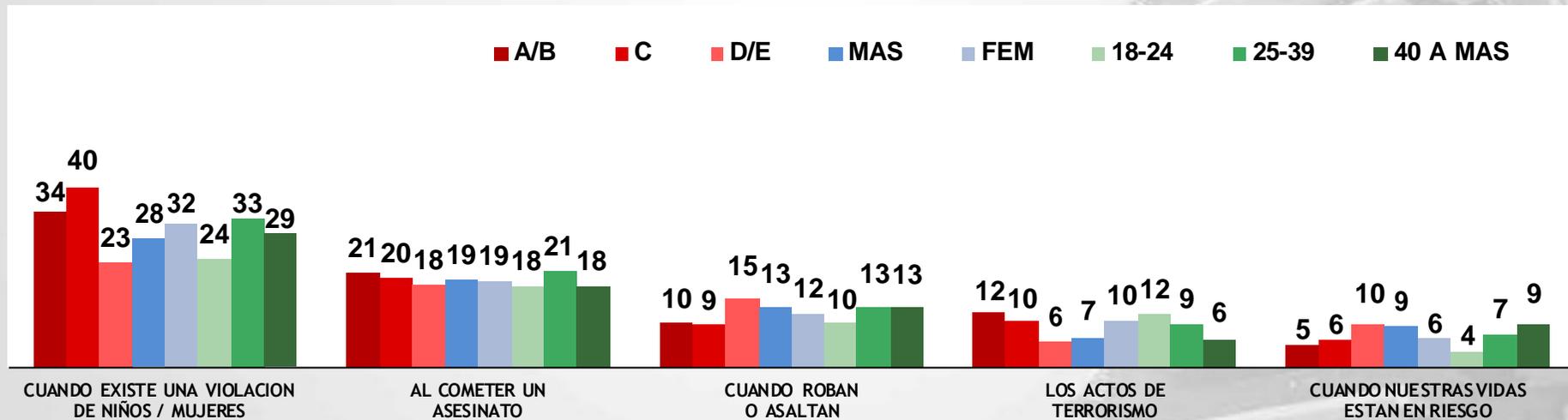
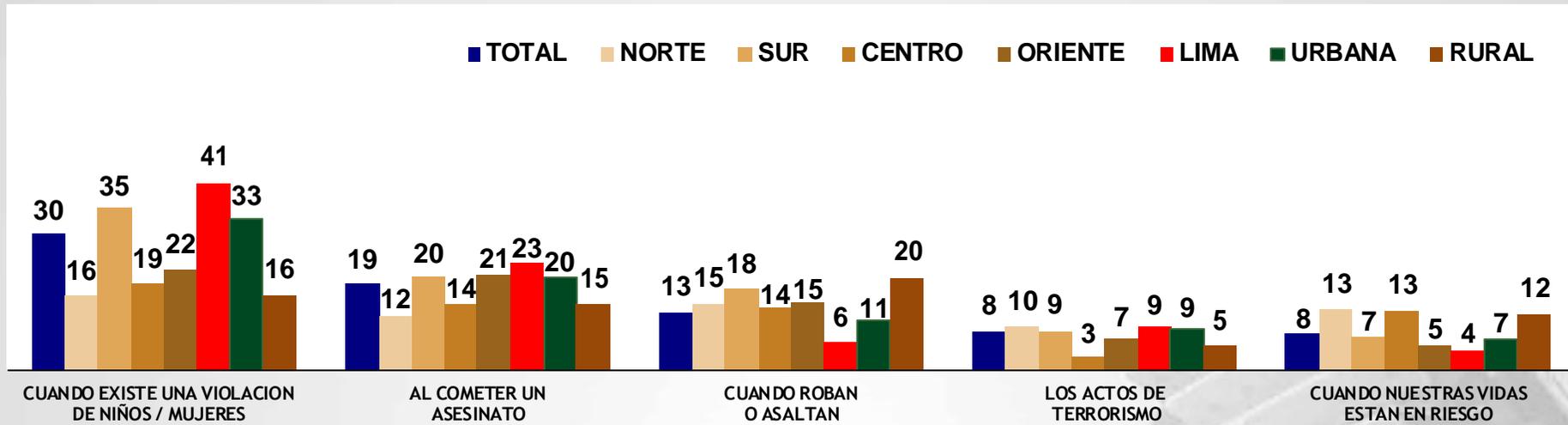


### P3.6 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“Los derechos humanos son un obstáculo para luchar contra la delincuencia”



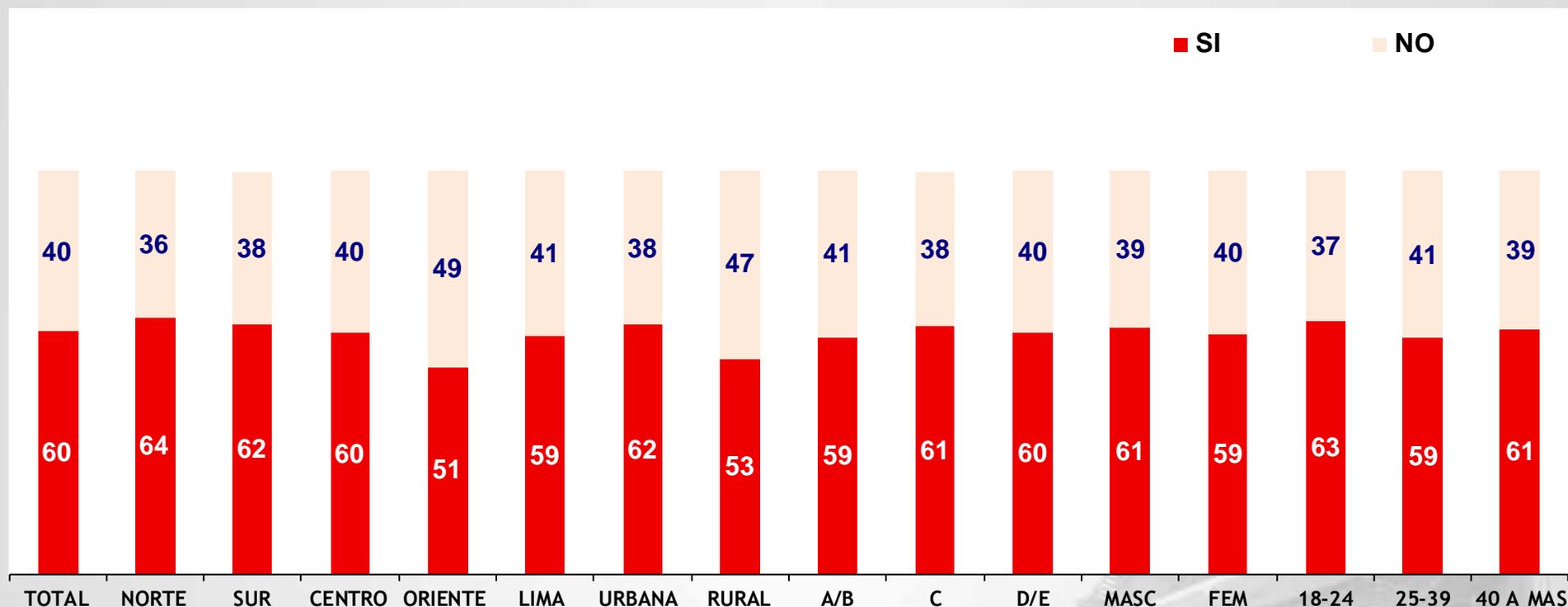
## P5. ¿Qué justificaría que hubiera violación de los derechos humanos?



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



## P8.2 ¿Usted considera que debe permitirse la pena de muerte por cometer actos terroristas?

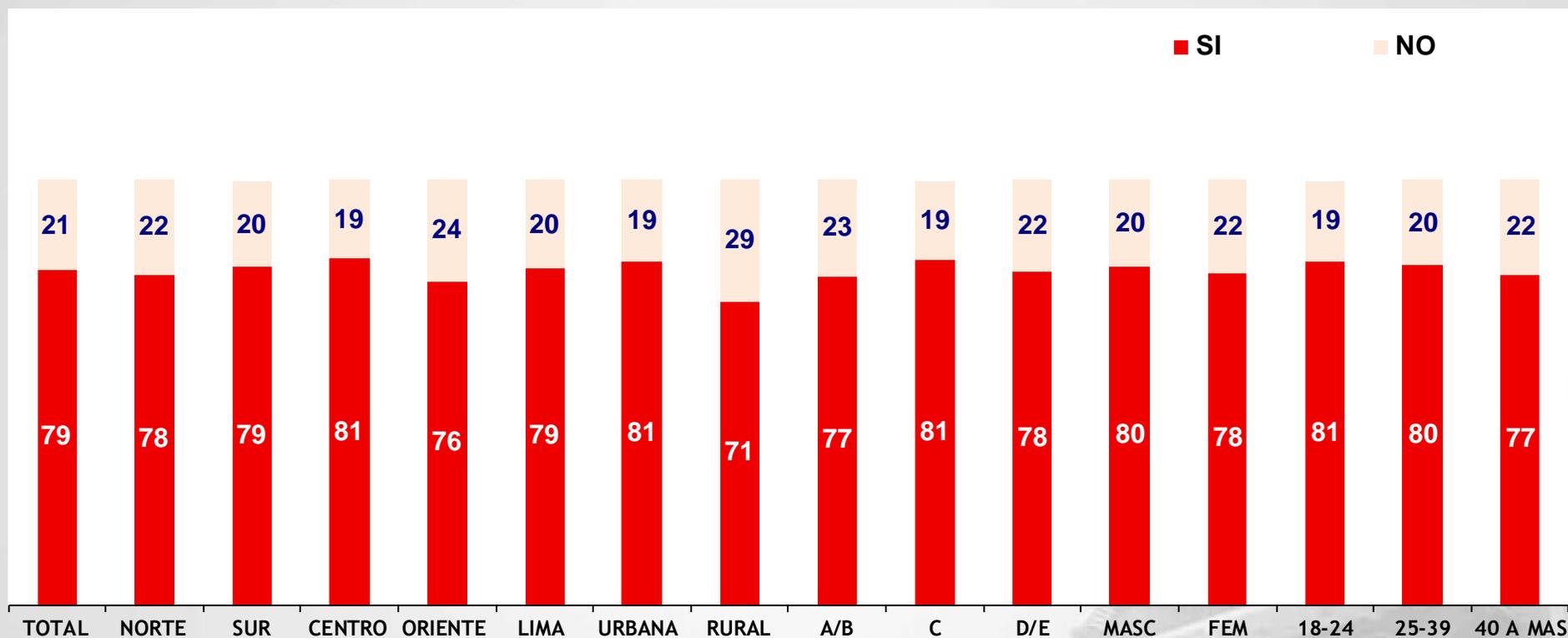


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

### P8.3 ¿Usted considera que debe permitirse la pena de muerte por violación a niños?

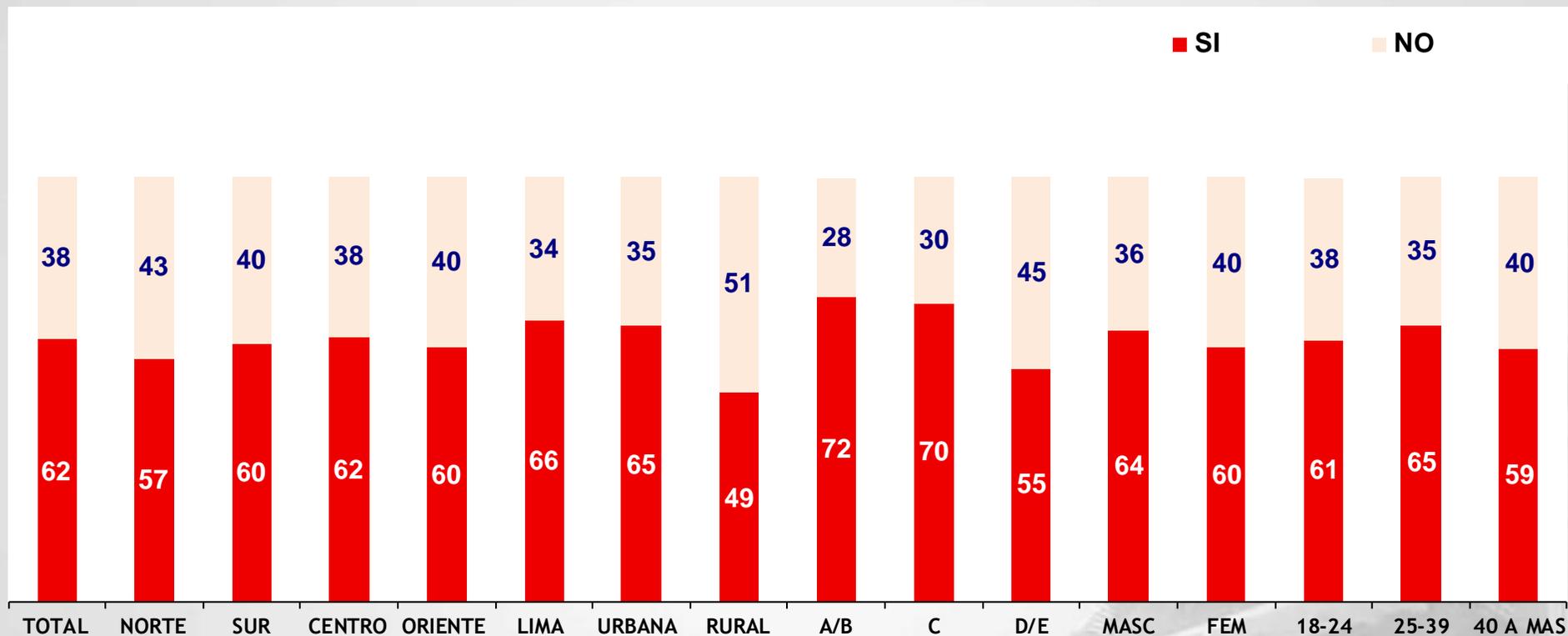


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## P9.2 ¿Usted considera que debe permitirse el aborto si la vida o la salud de la mujer corre grave peligro por el embarazo?

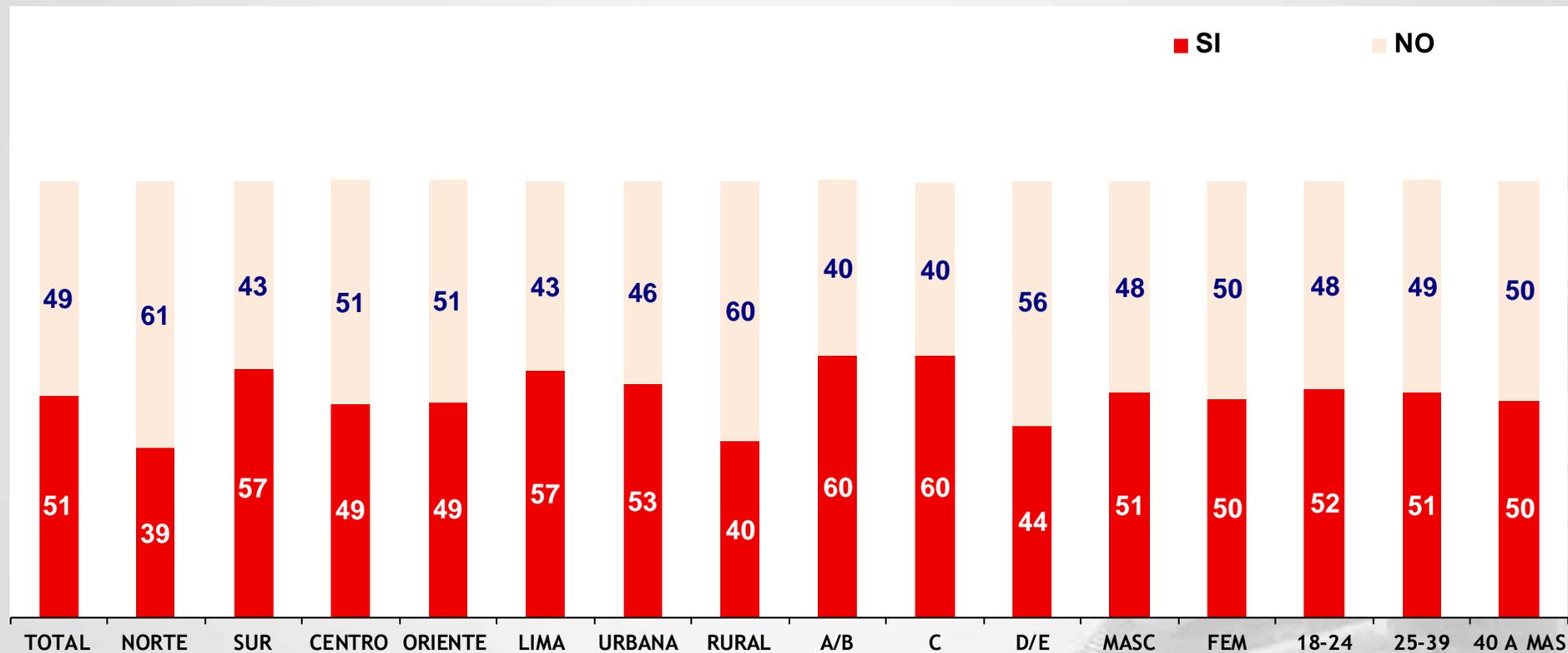


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

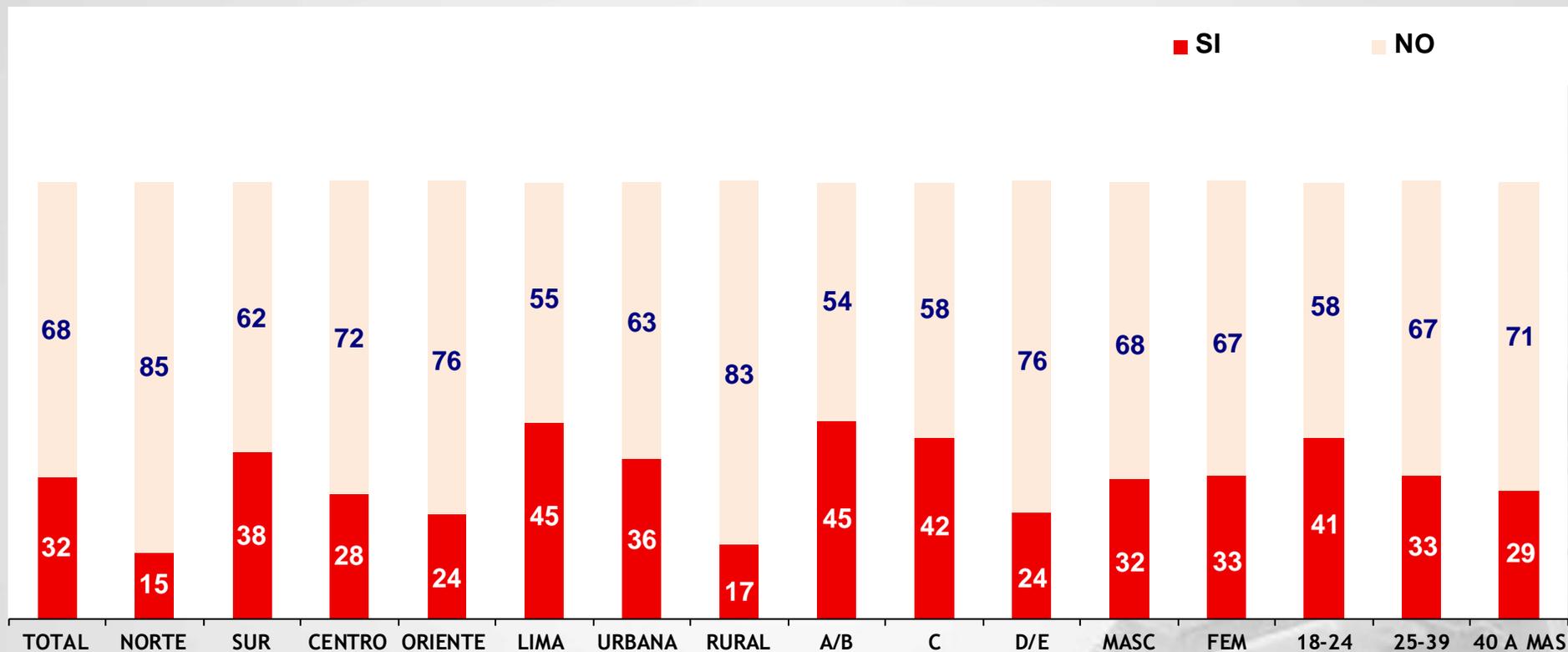


UNIVERSIDAD  
**esan**

### P9.3 ¿Usted considera que debe permitirse el aborto si el feto tiene una seria anomalía?



## P9.4 ¿Usted considera que debe permitirse el aborto si la mujer quedó embarazada producto de una violación?



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## II. OPINIÓN SOBRE IGUALDAD, NO DISCRIMINACIÓN Y POBLACIONES VULNERABLES

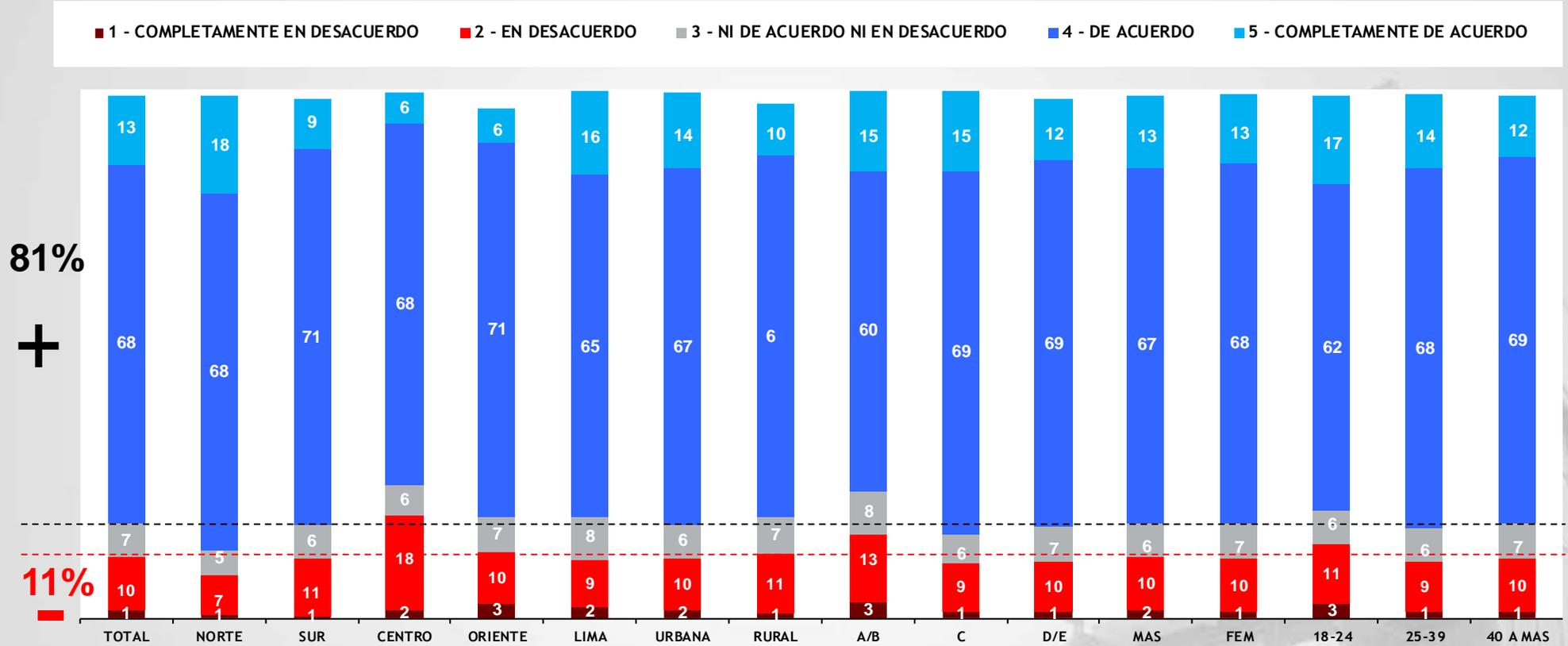


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

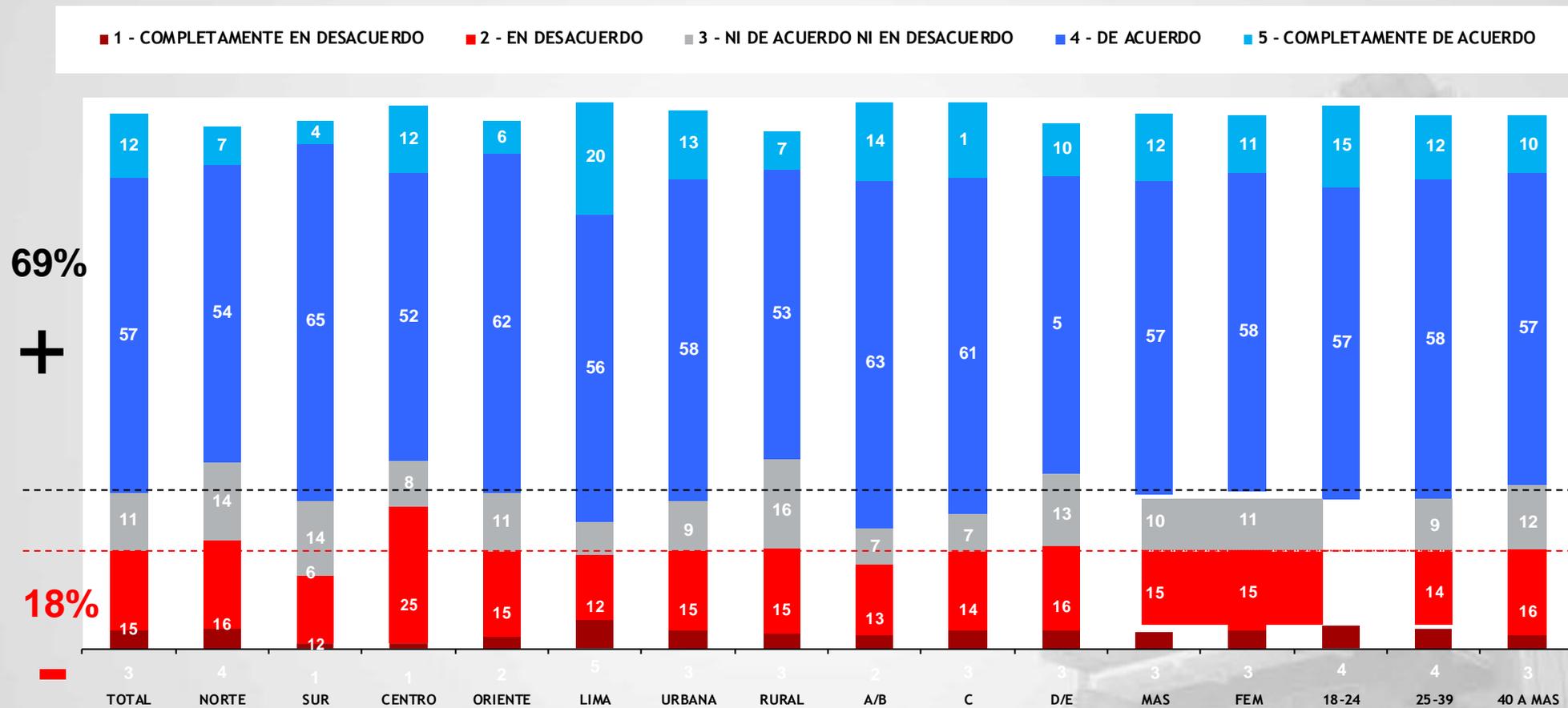


UNIVERSIDAD  
**esan**

P13.1 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?  
 “La discriminación ocurre todo el tiempo y nadie hace nada”

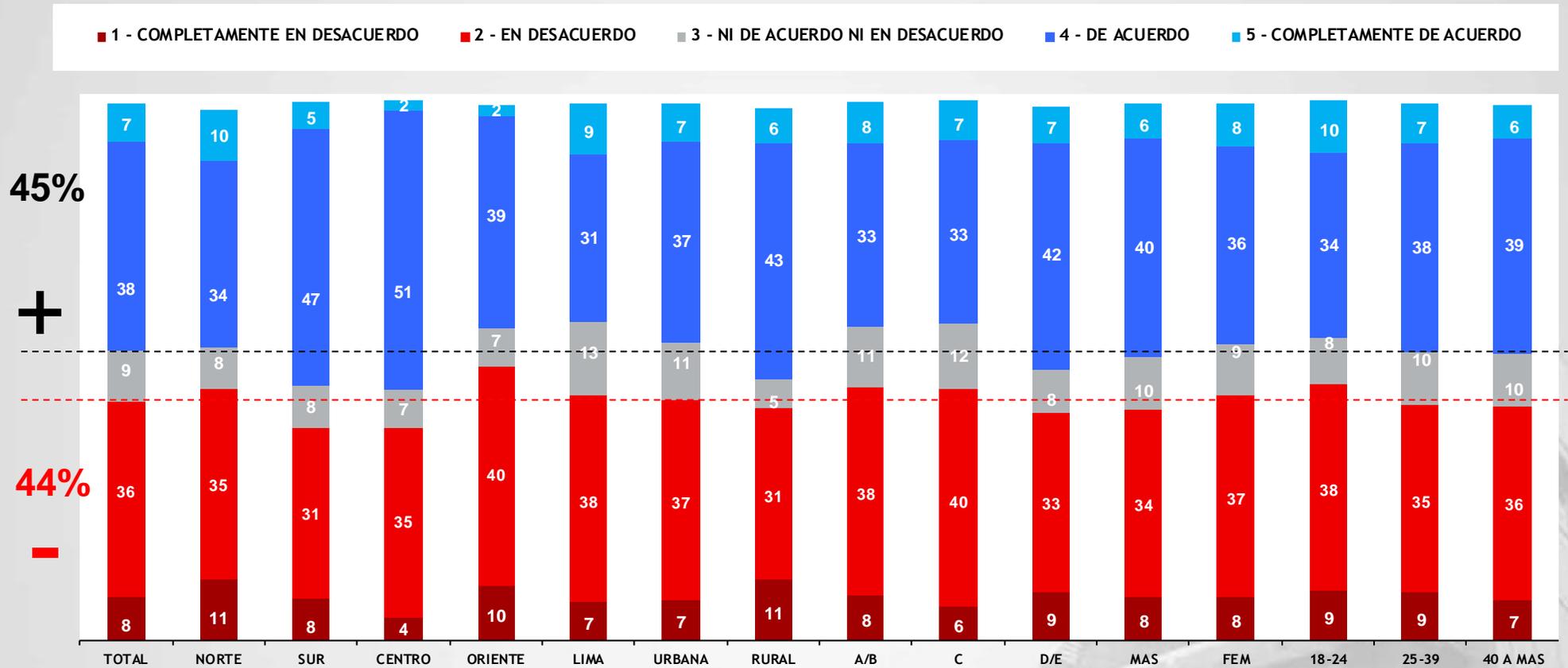


**P13.5 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?  
“Muchos medios de comunicación (como la TV) promueven la discriminación”**

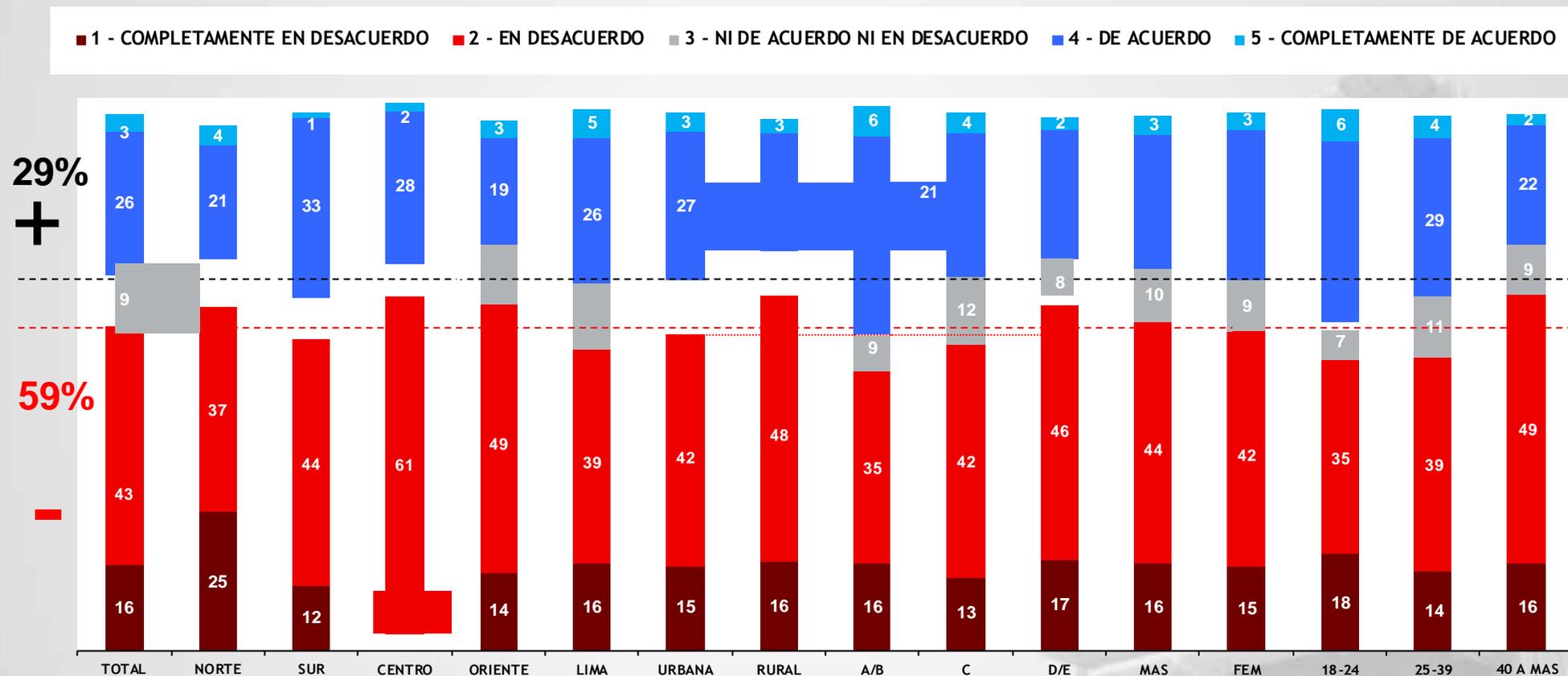




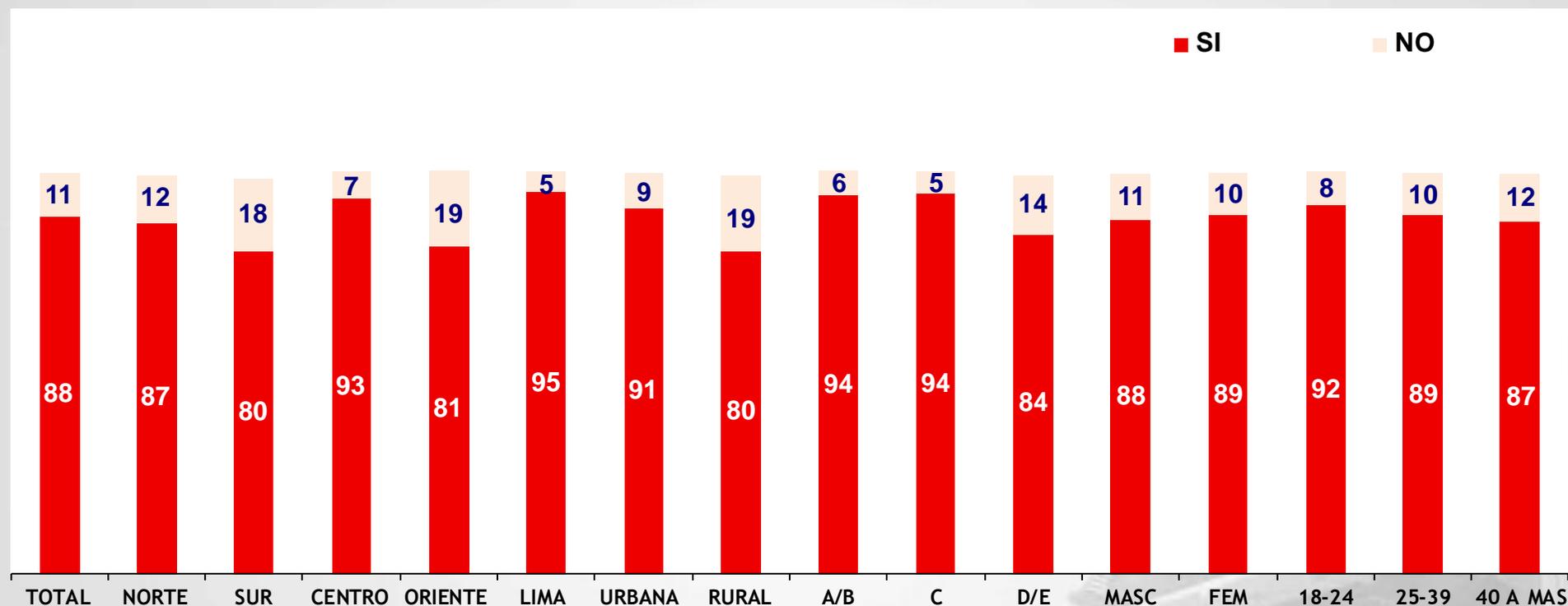
# P16.1 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente pregunta? ¿Los homosexuales no deberían ser profesores de colegio?



## P16.2 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente pregunta? ¿Las personas homosexuales deben tener derecho al matrimonio civil?



### P17.3 ¿Considera que las personas con diferente orientación sexual (homosexual, gay, etc.) se encuentran más expuestas al maltrato físico?

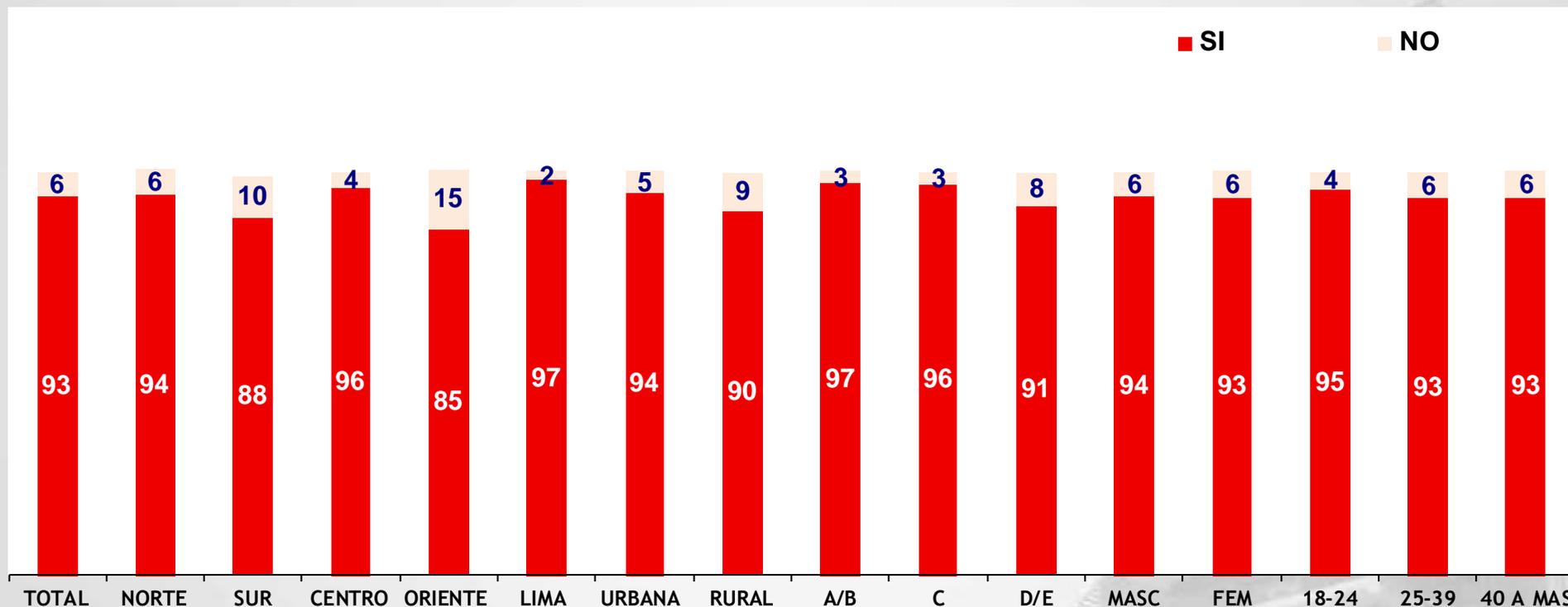


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

P17.5 ¿Considera que las personas con diferente orientación sexual (homosexual, gay, etc.) se encuentran más expuestas a la discriminación?

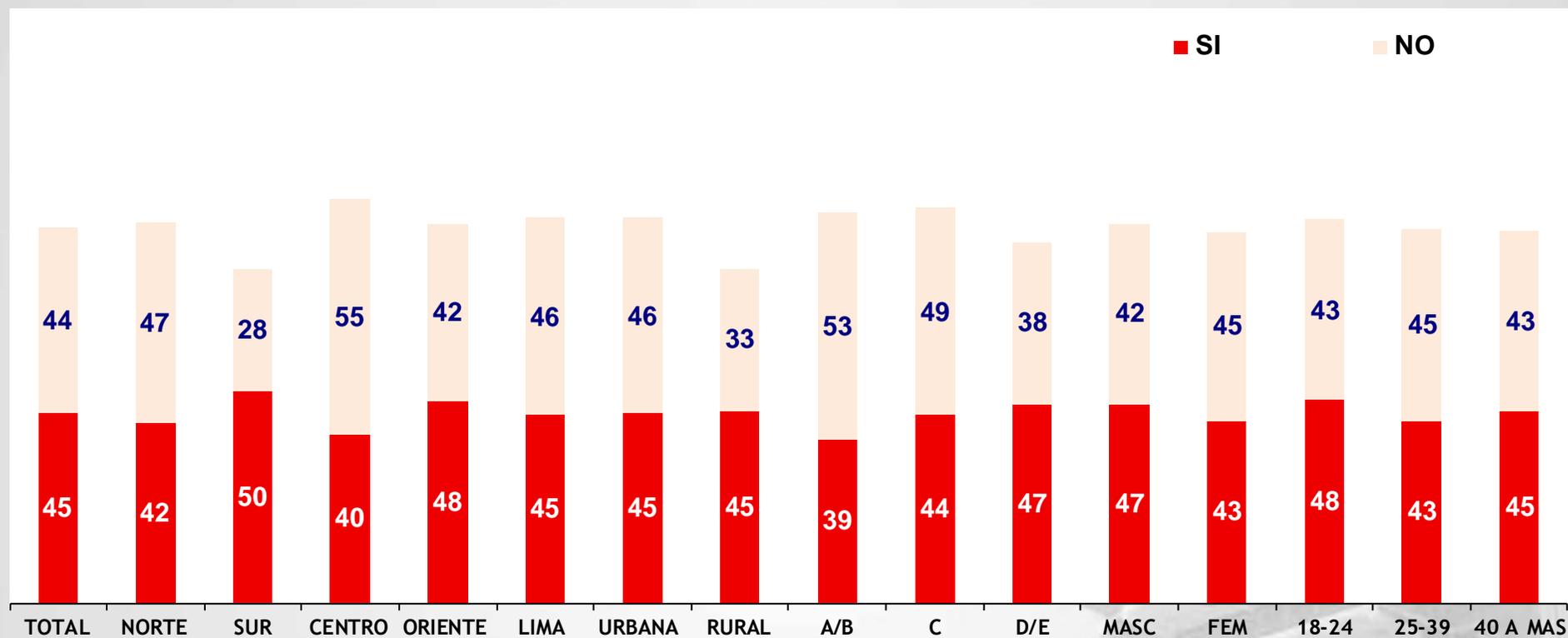


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## P20. ¿Existe un vínculo entre discapacidad y pobreza?

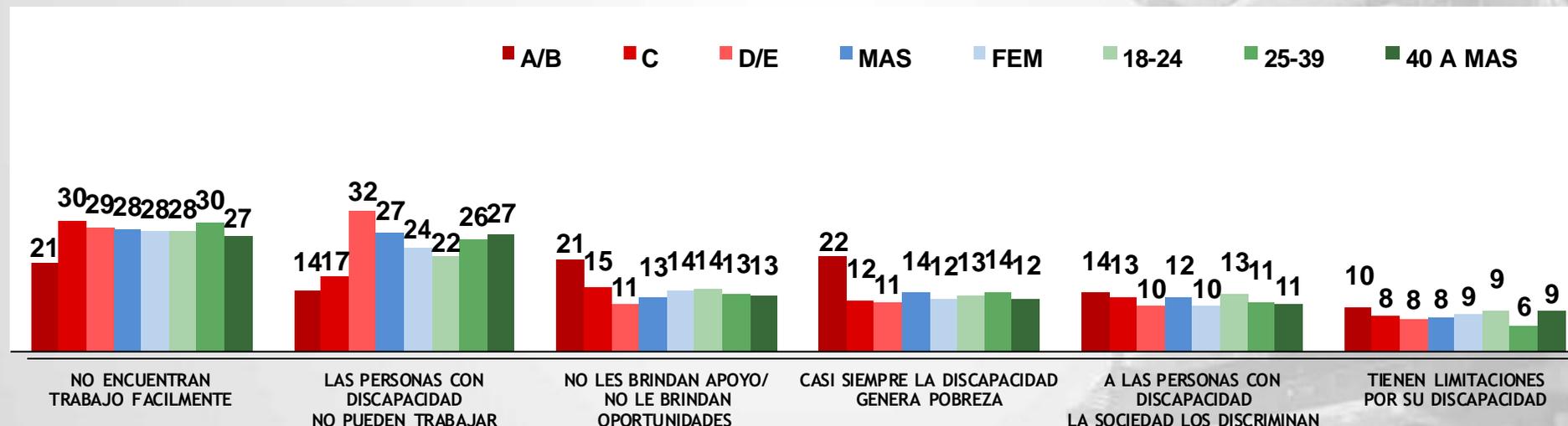
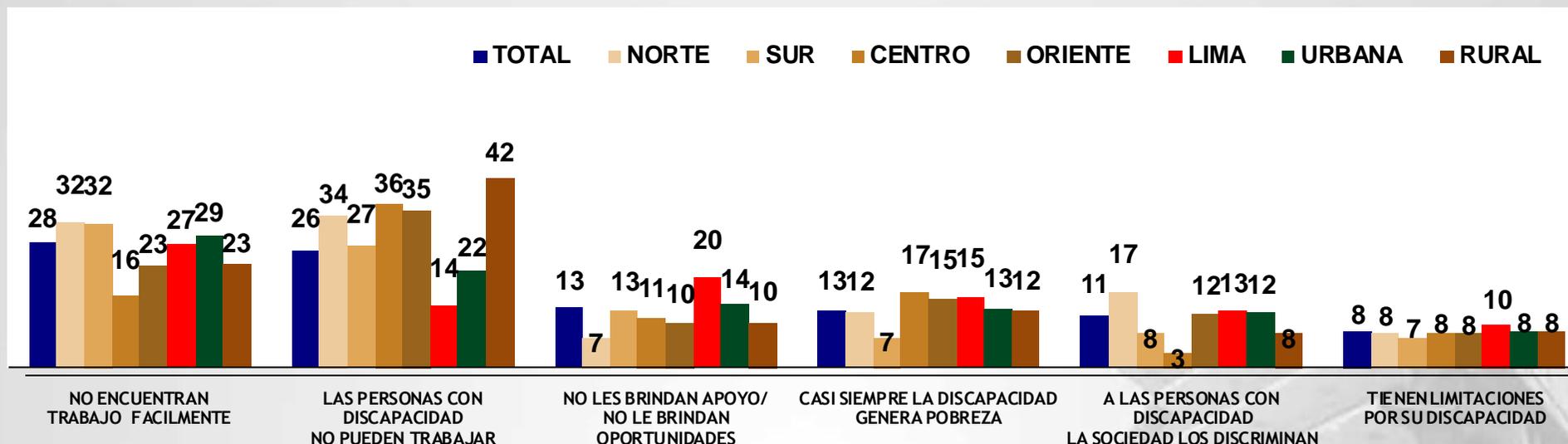


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## P21. ¿Por qué si existe un vínculo entre discapacidad y pobreza?

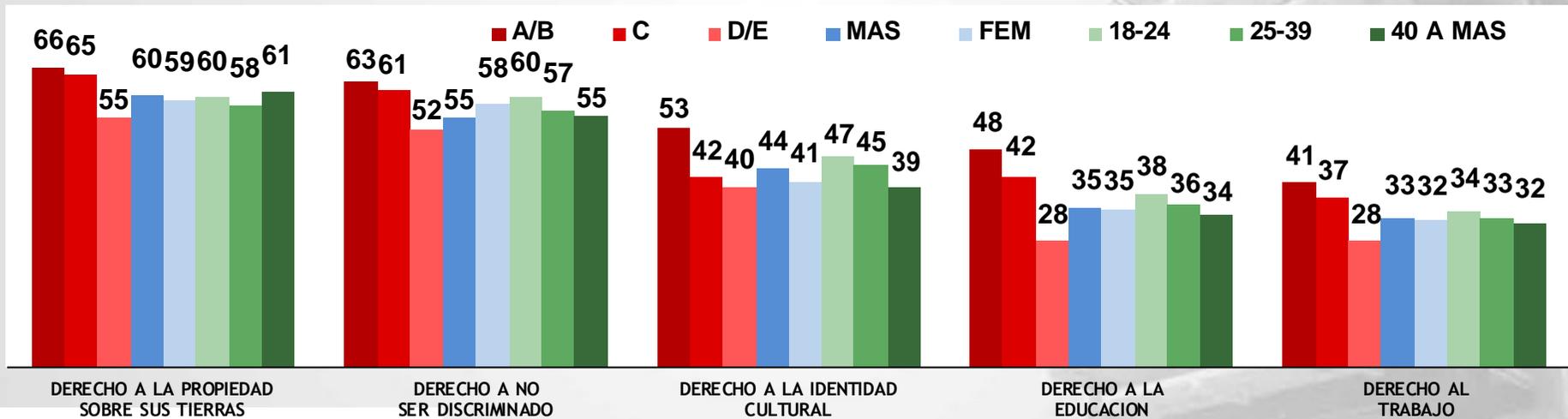
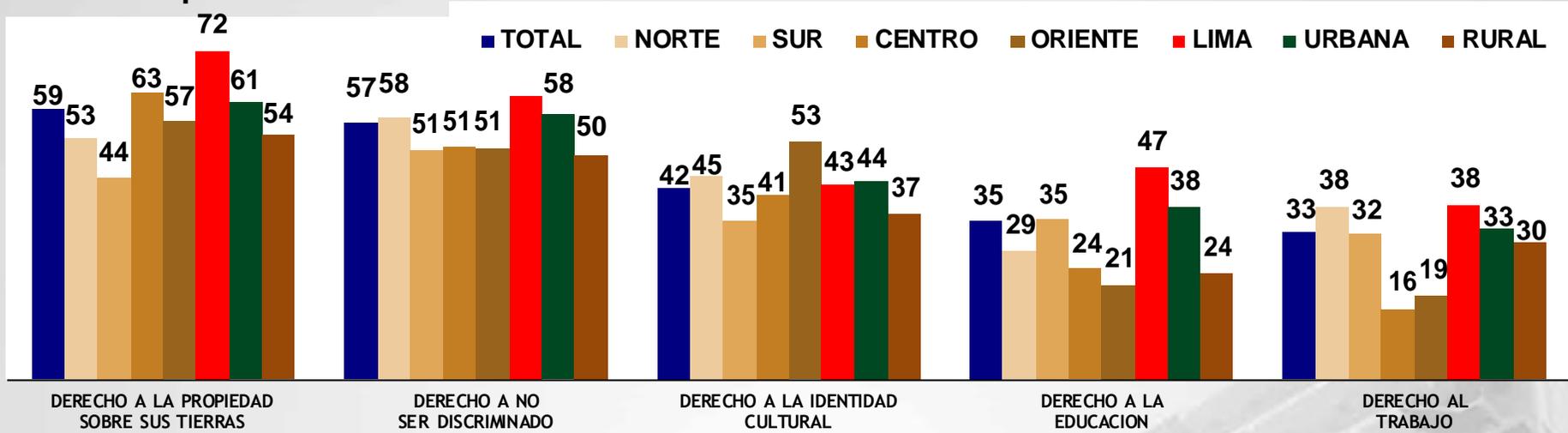


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

# P25. ¿Cuáles son los principales derechos de las comunidades campesinas y nativas que no se respetan?

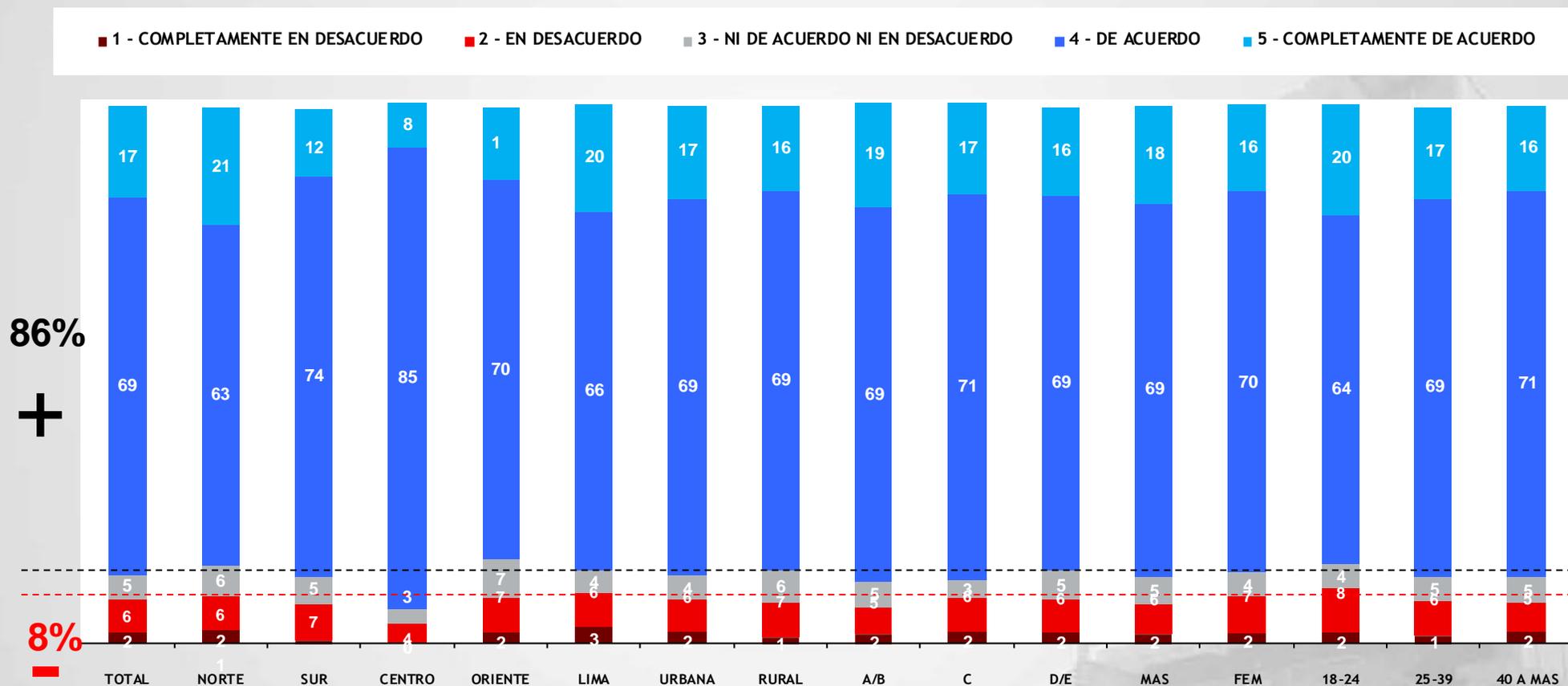


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



## P26.2 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“Es necesario que el Estado consulte a las comunidades campesinas y nativas sobre temas que puedan afectar sus territorios y recursos naturales”



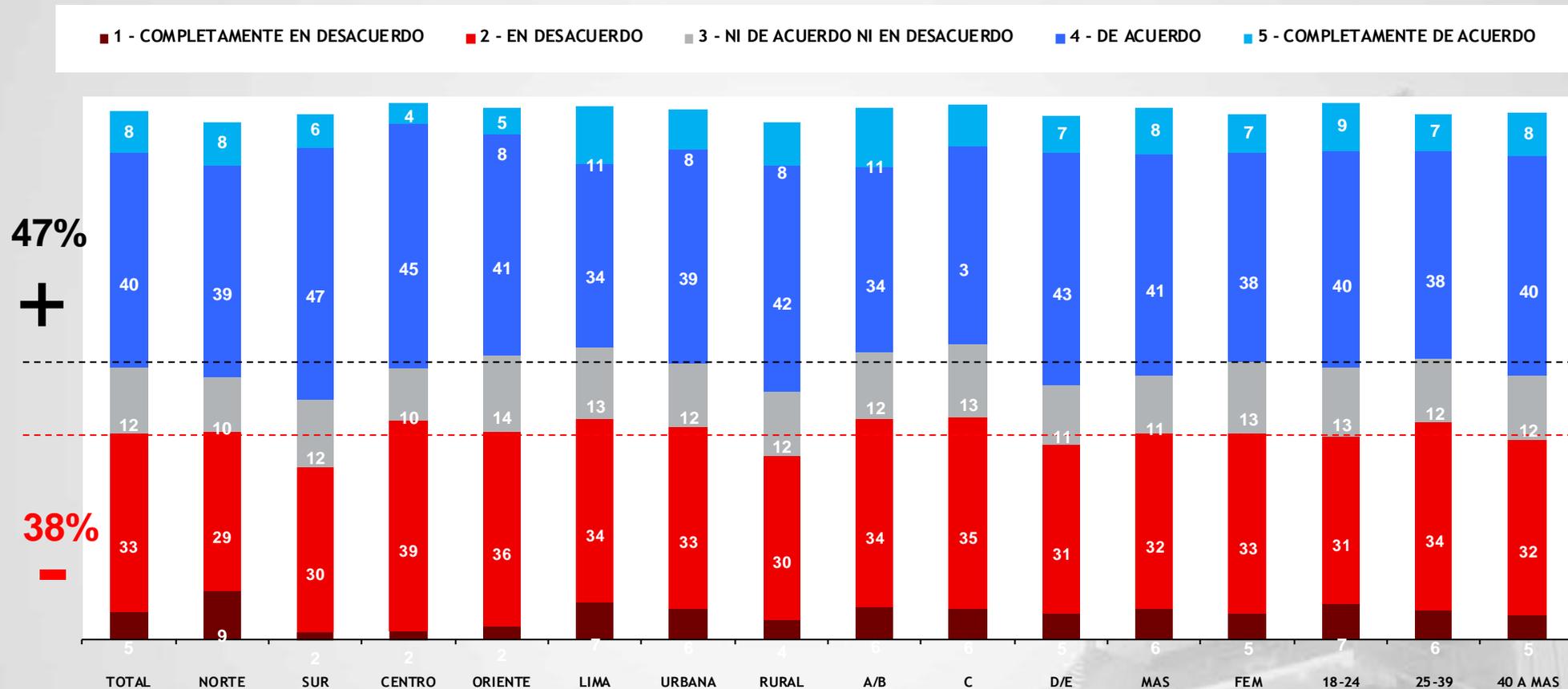
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## P26.4 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“Las comunidades campesinas y nativas deben tener derecho de solucionar los conflictos entre sus propios miembros, y no el Poder Judicial”

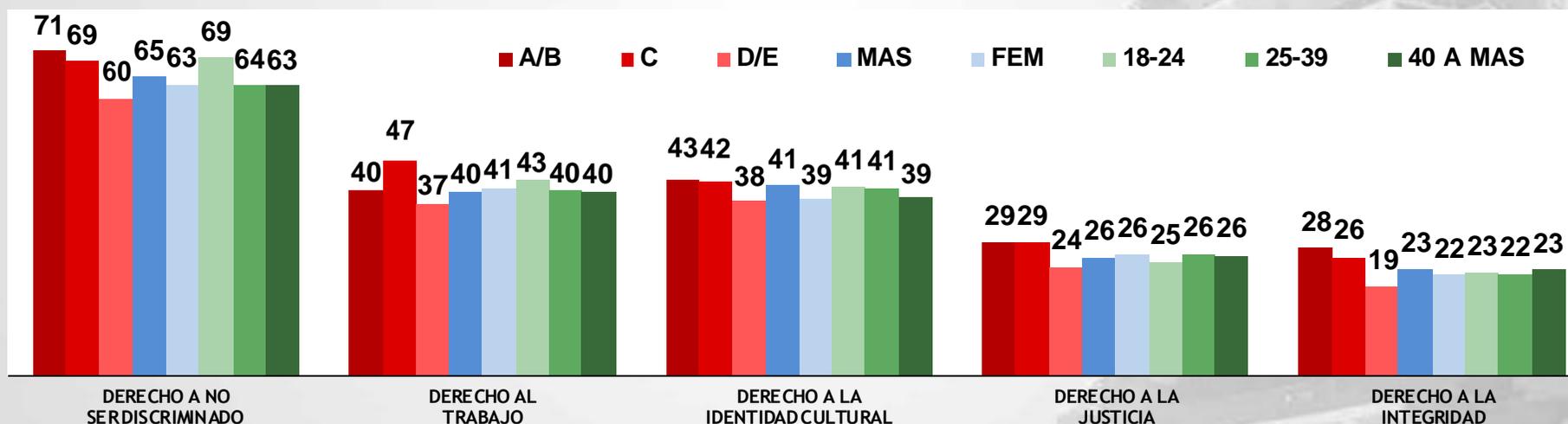
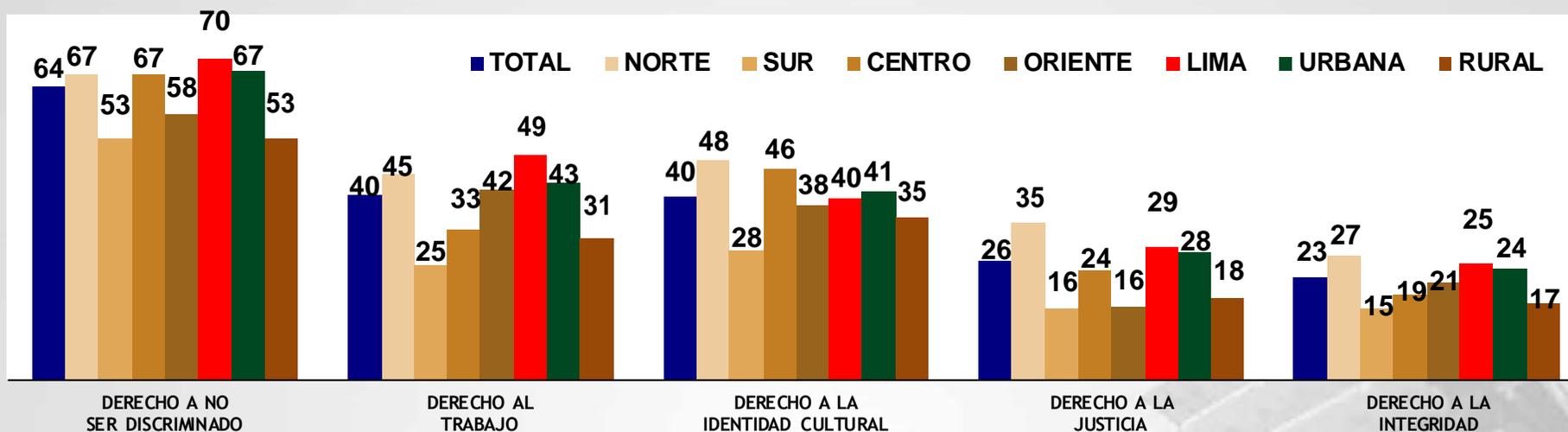


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

## P28. ¿Cuáles son los principales derechos de los afrodescendientes que no se respetan

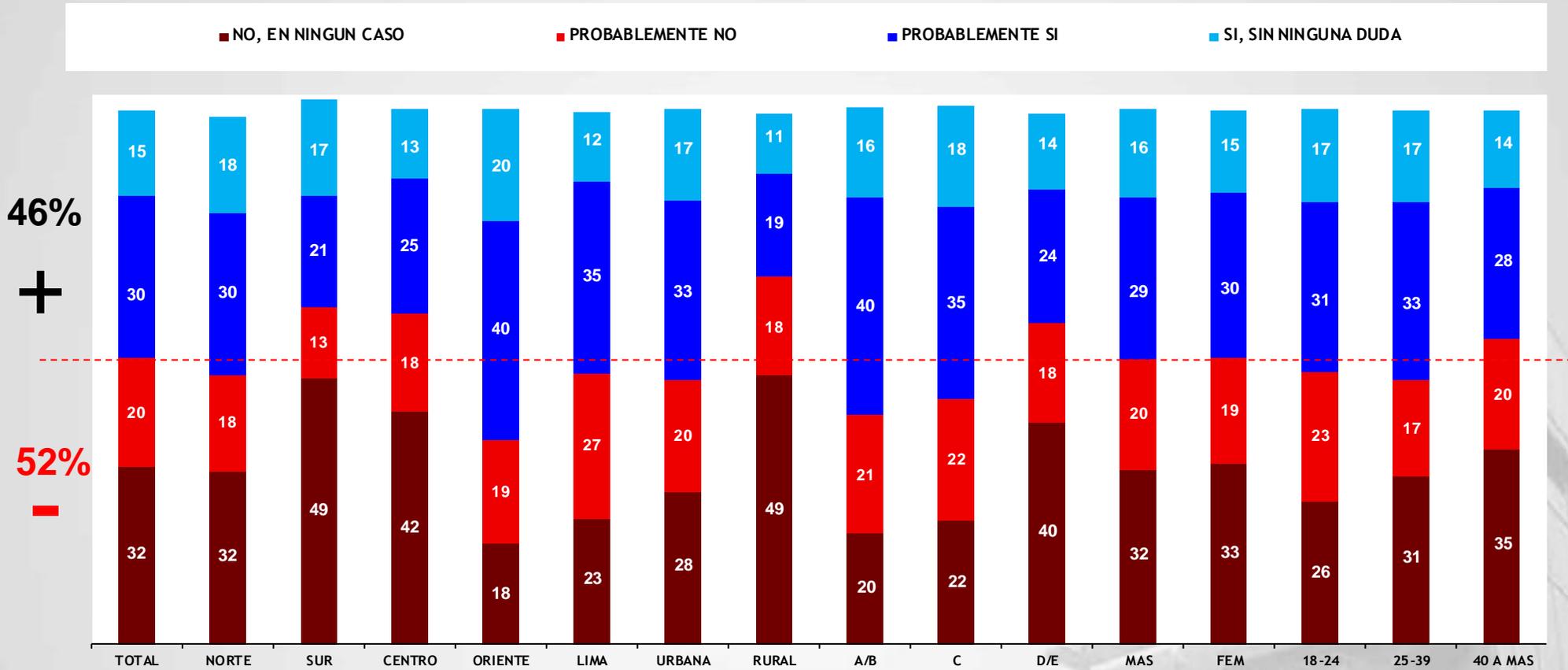


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



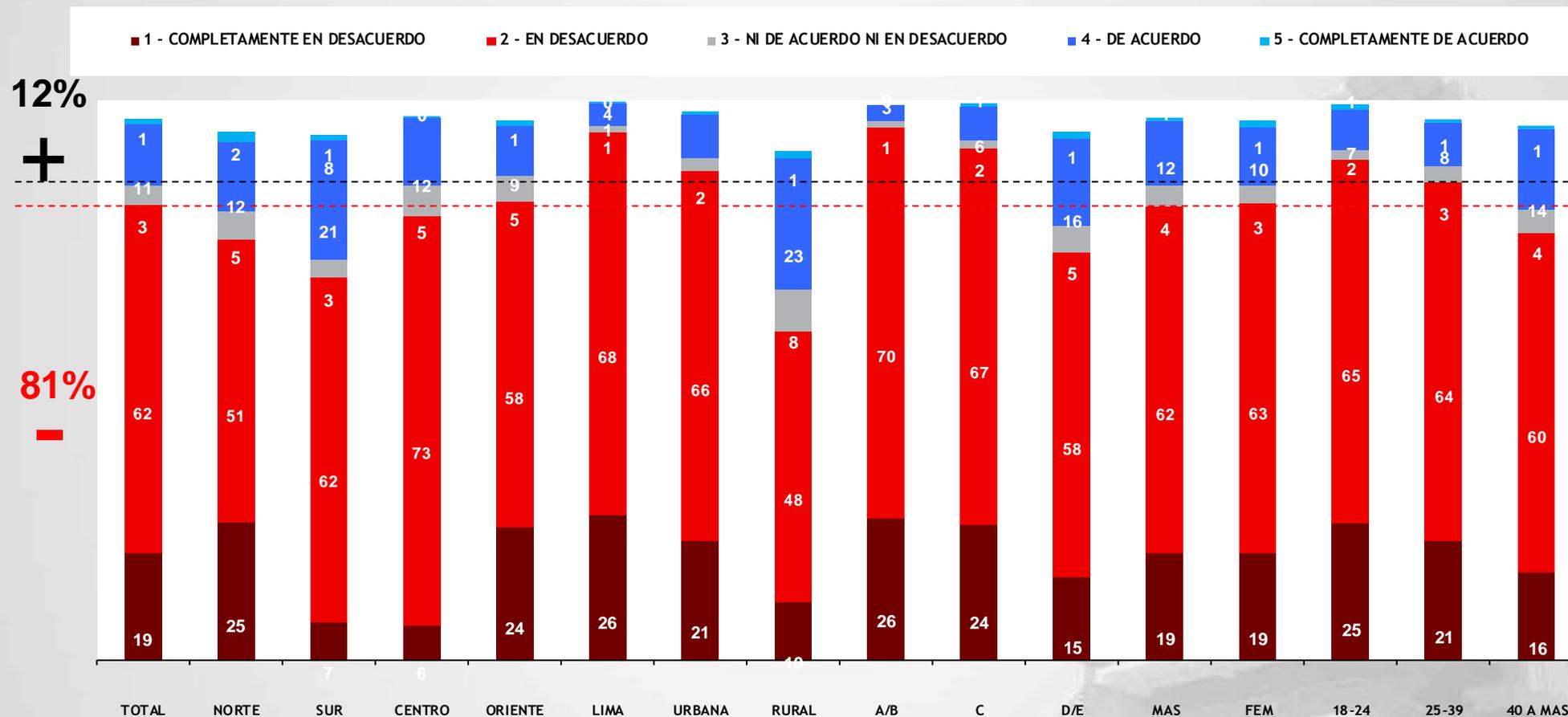
UNIVERSIDAD  
**esan**

# P30. ¿Contrataría usted a una persona con VIH - SIDA?



## P31.2 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“El VIH - SIDA se contagia incluso mediante besos, abrazos, y por estrecharse las manos”



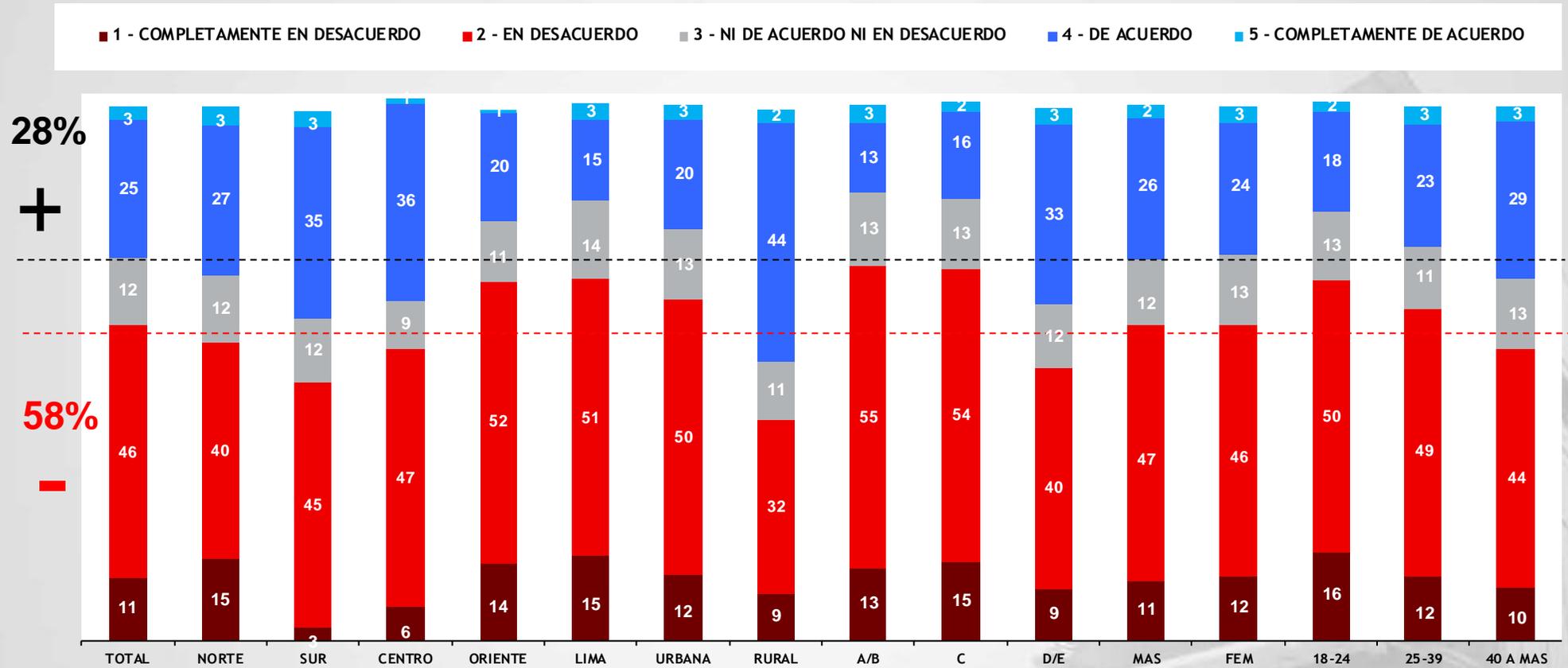
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



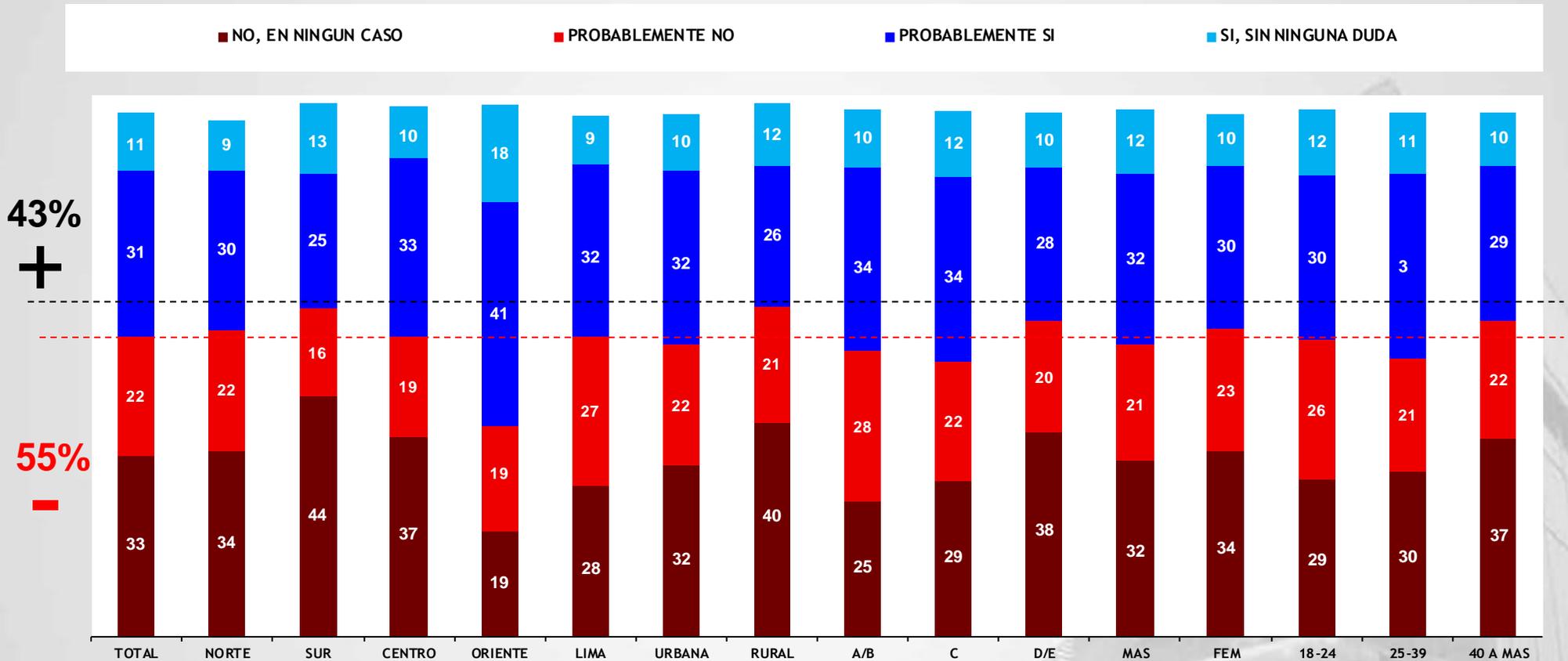
UNIVERSIDAD  
**esan**



**P31.3 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?  
“Las personas con VIH - SIDA no deberían trabajar pues ponen en riesgo a la comunidad”**



## P32. ¿Contrataría usted a una persona que haya estado en la cárcel?



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

# III. OPINIÓN GENERAL SOBRE OTROS DERECHOS



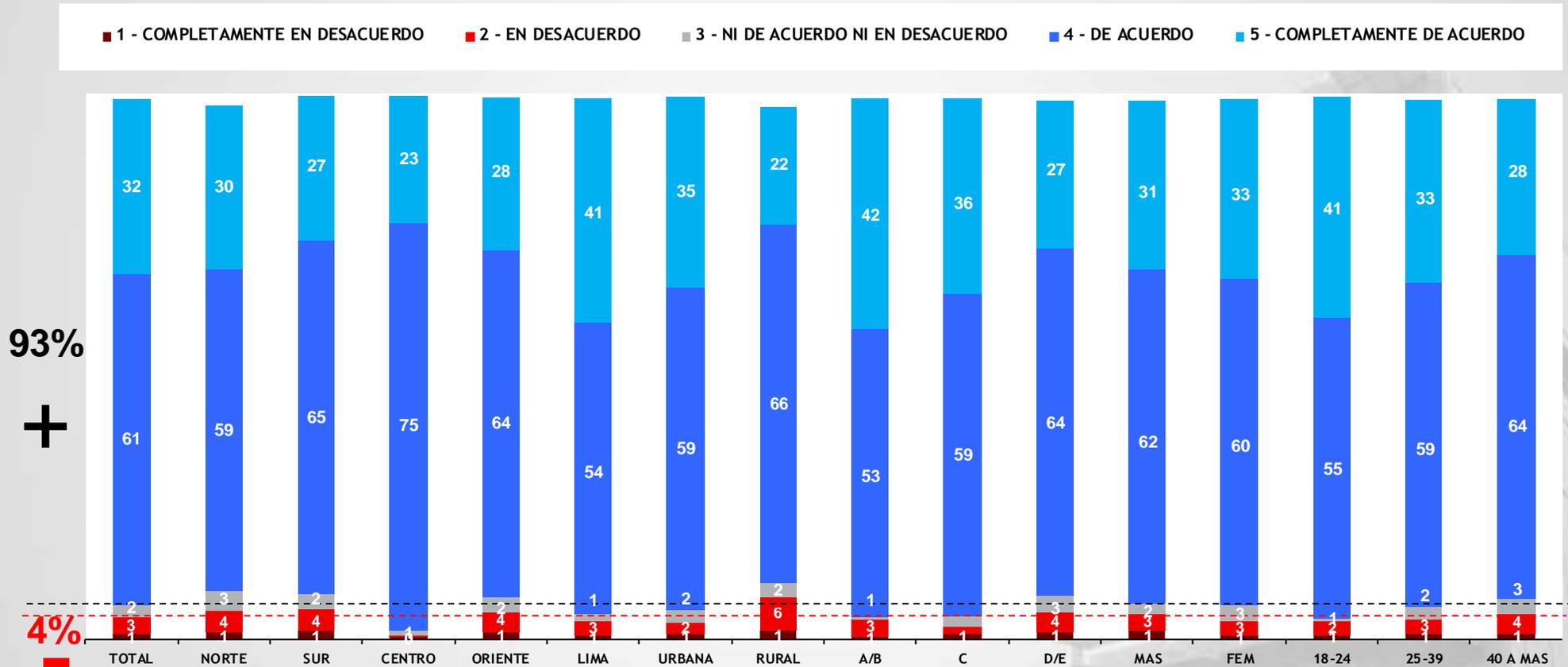
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

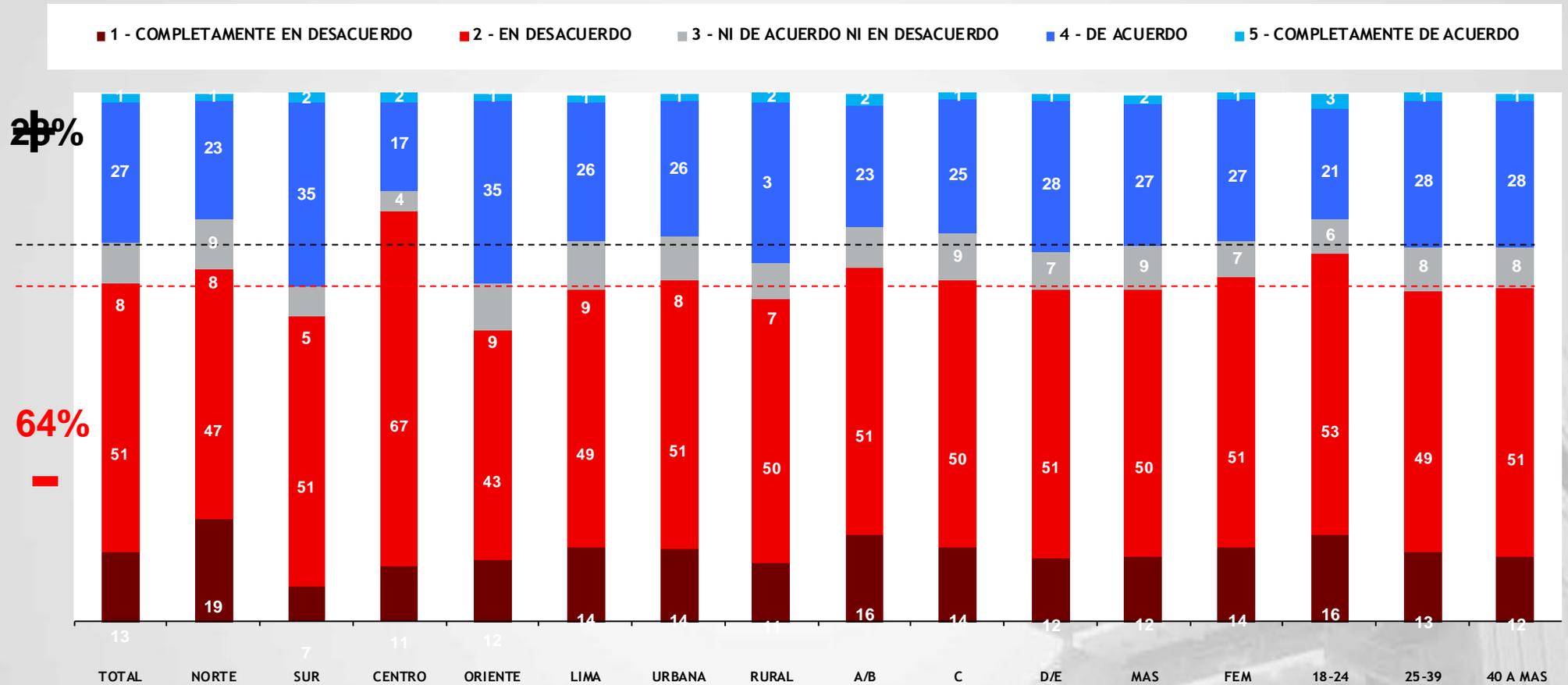
### P34. ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“Los adolescentes deben recibir educación sexual y orientación en relación con el uso de métodos anticonceptivos”



## P36.2 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“En algunas ocasiones es preciso dar un golpe a los niños para corregir su conducta”



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



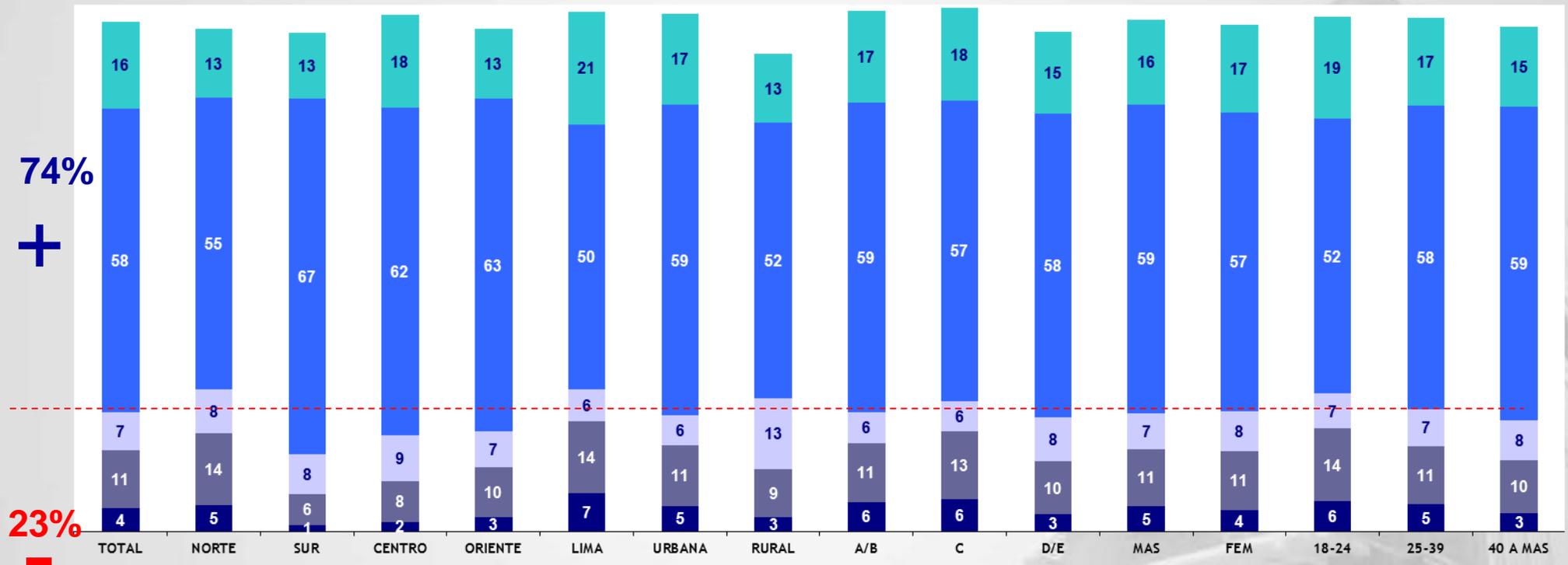
UNIVERSIDAD  
**esan**

# P36.6 ¿Dígame si esta de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

“El Estado debe regular la publicidad de alimentos no saludables (chatarra) dirigidos a los niños”

TOP2 % 74 68 80 80 76 72 76 65 76 75 73 75 73 71 74 75

■ 1 - COMPLETAMENTE EN DESACUERDO ■ 2 - EN DESACUERDO ■ 3 - NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO ■ 4 - DE ACUERDO ■ 5 - COMPLETAMENTE DE ACUERDO



PROM 3.7 3.6 3.9 3.9 3.8 3.7 3.7 3.7 3.7 3.7 3.8 3.7 3.7 3.7 3.7 3.8



Ministerio de Justicia y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD esan

# IV. OPINIÓN GENERAL SOBRE EL ROL DEL ESTADO Y LOS DERECHOS HUMANOS

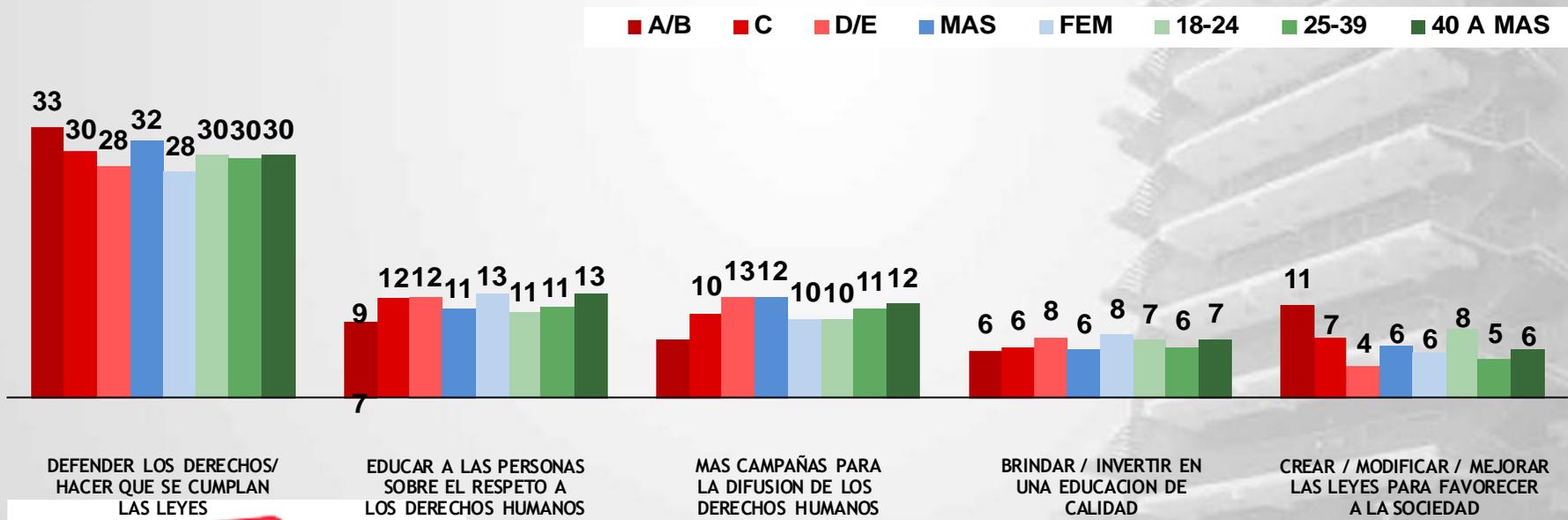
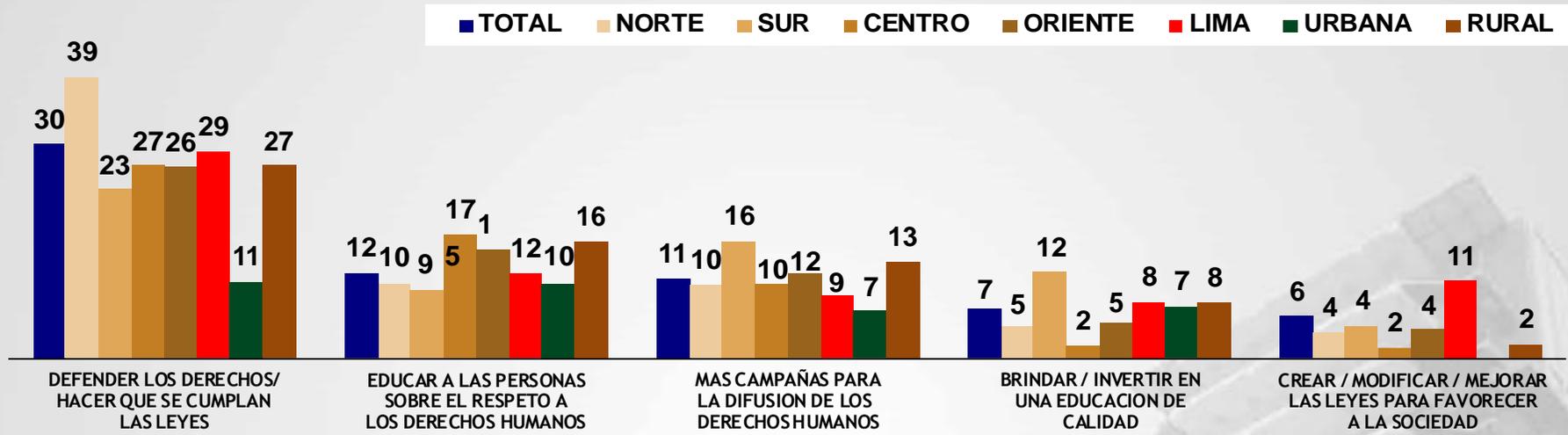


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



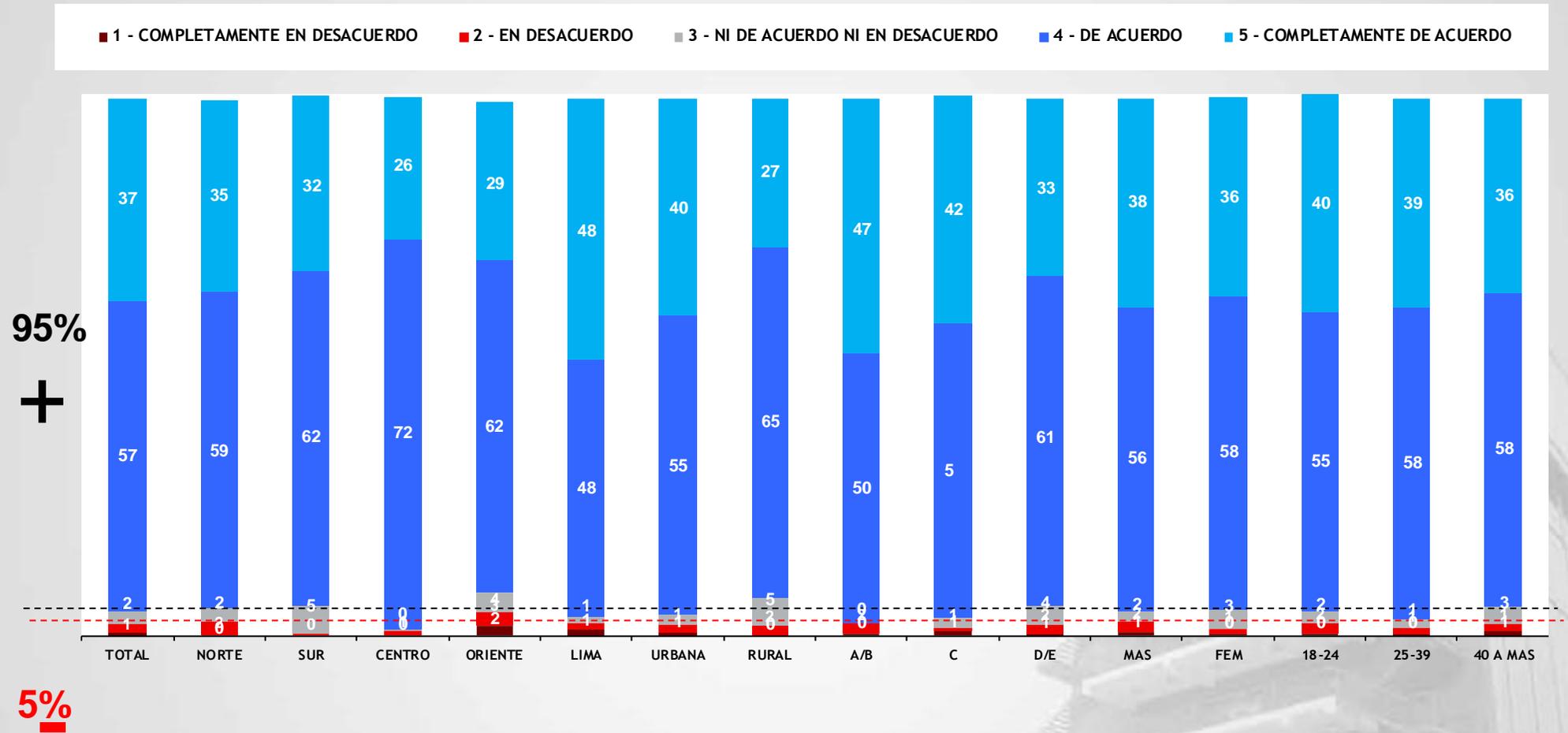
UNIVERSIDAD  
**esan**

# P40. ¿Qué debería hacer el Estado peruano en derechos humanos?

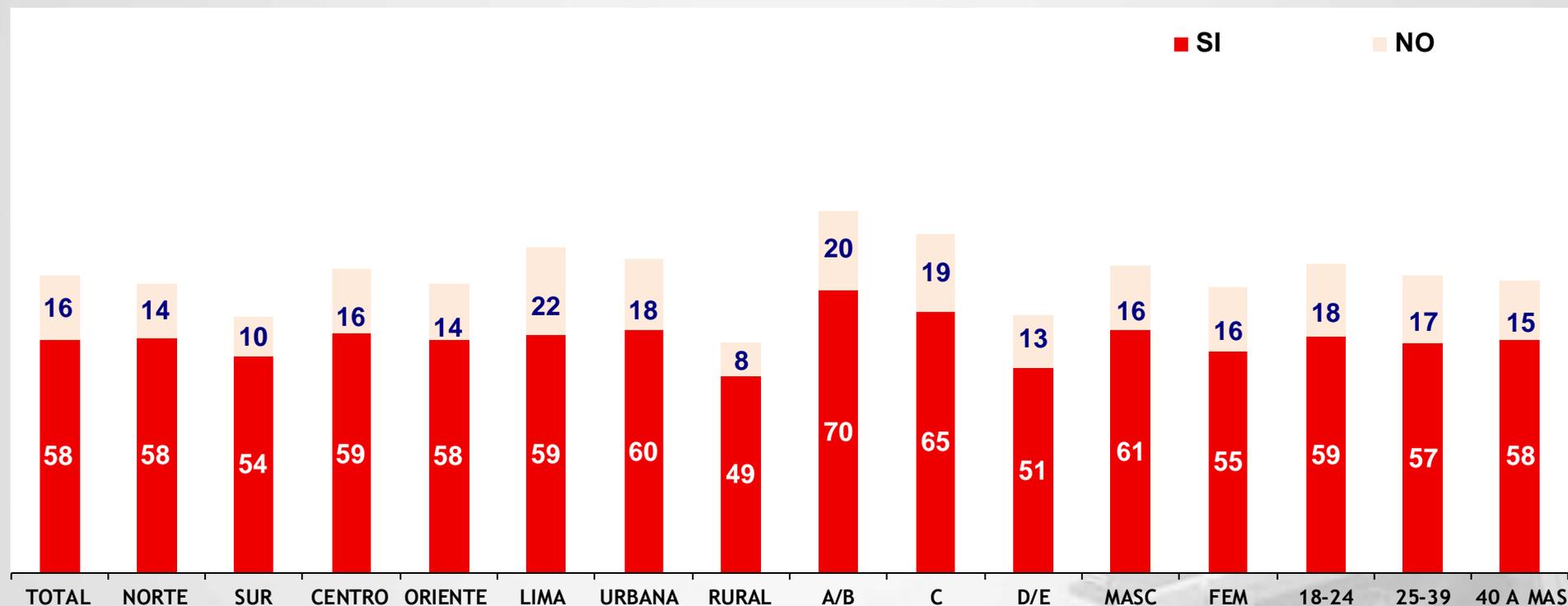




# P41.4 ¿Dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación? “Se debe enseñar derechos humanos desde la primaria”



## P42. ¿El Estado debe cumplir con las decisiones de los organismos internacionales de derechos humanos?



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

# P43. ¿Por qué el Estado si debe cumplir con las decisiones de los organismos internacionales de derechos humanos?

■ TOTAL ■ NORTE ■ SUR ■ CENTRO ■ ORIENTE ■ LIMA ■ URBANA ■ RURAL



■ A/B ■ C ■ D/E ■ MAS ■ FEM ■ 18-24 ■ 25-39 ■ 40 A MAS

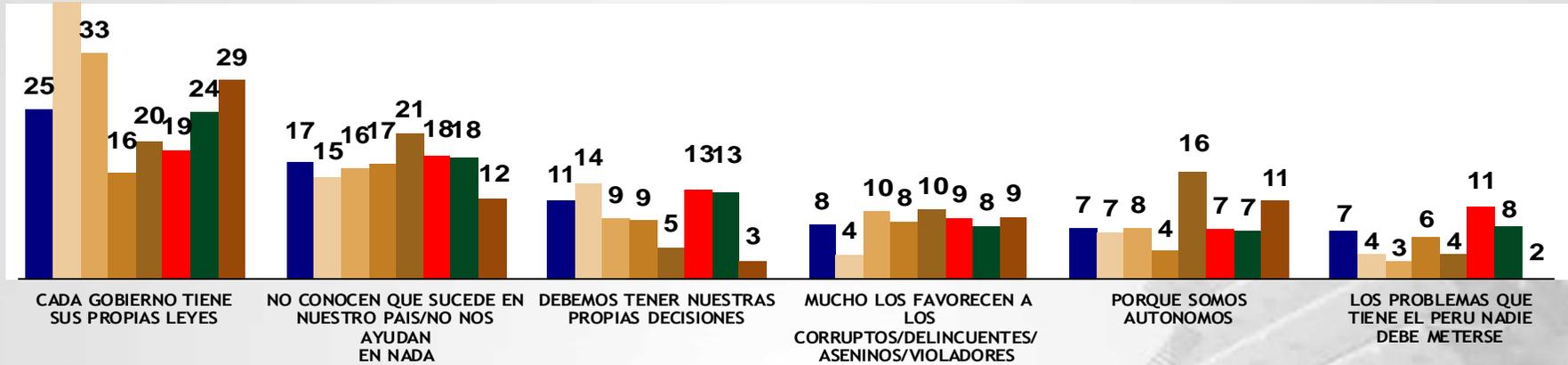


Ministerio de Justicia y Derechos Humanos



# P43. ¿Por qué el Estado no debe cumplir con las decisiones de los organismos internacionales de derechos humanos?

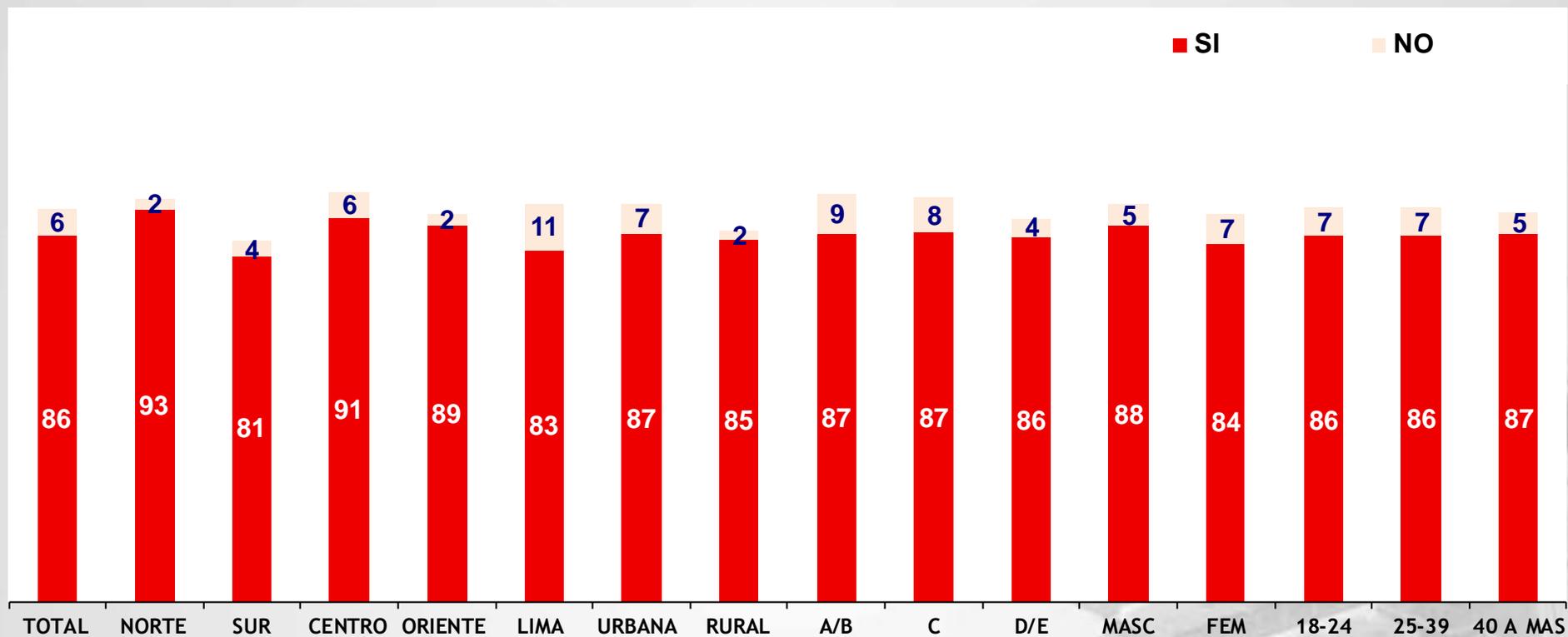
■ TOTAL ■ NORTE ■ SUR ■ CENTRO ■ ORIENTE ■ LIMA ■ URBANA ■ RURAL



■ A/B ■ C ■ D/E ■ MAS ■ FEM ■ 18-24 ■ 25-39 ■ 40 A MAS



## P44. ¿El Estado debe invertir más en la difusión para que se cumplan los derechos humanos?

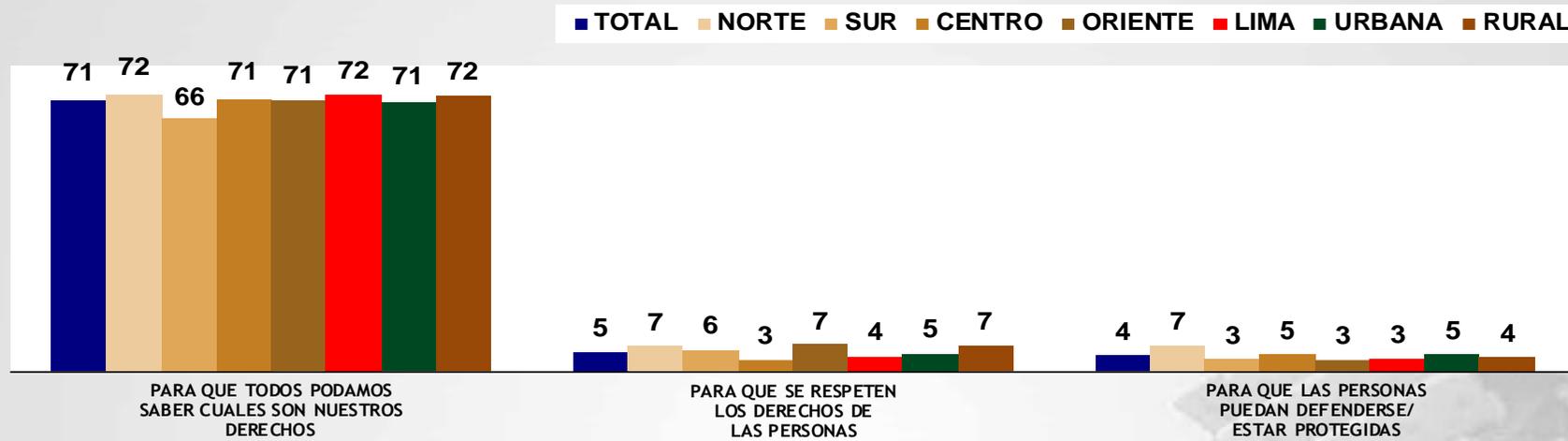


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



UNIVERSIDAD  
**esan**

# P45. ¿El Estado si debe de invertir más en la difusión para que se cumplan los derechos humanos?





Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

Calle Scipión Llona, Miraflores  
Lima 18Perú  
Teléfono: 204 8020  
[www.minjus.gob.pe](http://www.minjus.gob.pe)  
<https://observatorioderechoshumanos.pe>



UNIVERSIDAD  
**esan**



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

## MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

# Índice

1. Introducción	5	Volante A5	44
2. Identidad	6	Afiche	46
3. Antecedentes	7	13. Aplicaciones para actividades institucionales	48
4. Valor de logotipo	8	Tarjeta de saludo institucional	49
5. Isotipo y Logotipo oficial	9	Tarjeta con motivo navideño	50
6. Elementos	10	Diplomas y/o certificados	51
7. Versiones	11	Credenciales	53
8. Manual de uso del logo	13	14. Aplicaciones ceremoniales	54
9. Uso incorrecto	21	Bandera y Estandarte	55
10. Elementos de soporte	23	Banderines	56
Elementos gráficos compositivos	24	Manteles	57
11. Papelería institucional	25	15. Aplicaciones textiles	58
Tarjetas de presentación	26	Polos	59
Hojas membretadas	28	Gorros	65
Sobre membretado	30	Chalecos	67
Sobre A4	32	Casacas	68
Fólderes o carpetas	33	Mochilas	69
12. Aplicaciones gráficas	39	Loncheras	70
Trípticos	40	Bolsas	72
Dípticos	42	16. Aplicaciones en merchandising	74

Tomatodos	75	Roll screen	106
Llaveros	76	Backing	107
Tazas	77	Panel de obra	108
Rompecabezas	80	Placas	109
Mouse pad	81	Panel publicitario	111
Lapiceros	83	Carteles	113
Calendarios	85	20. Aplicaciones en sellos	115
Agendas	87	Sellos para sobres	116
Globos	90	Aplicación en sellos	117
Caramelos	92	21. Estandarización de documentos	119
17. Señalizaciones	94	Estructura de la documentación	120
Señalética	95	Formalidades de la documentación	121
Señalética adosada y/o bandera	96	Glosario de términos	122
18. Aplicaciones virtuales	99	22. Diseño y formatos de documentos	125
Plantillas power point	100	(uso interno y externo)	
Pantallazos	101	Formato de Solicitud	126
19. Aplicaciones en exteriores	102	Formato de Carta	127
Banners verticales	103	Formato de Memorándum	128
Banner con parante	104	Formato de Informe	129
Banner horizontal	105	Formato de Oficio	130

# Introducción

**El Manual de Identidad Corporativa** está constituido por determinados elementos simples y por ciertas reglas estructurales que norman el buen uso de la identidad visual del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

Su creación implica en síntesis planificar, ordenar y describir detalladamente el uso de los elementos visuales que constituyen la identidad del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos: Diseñar por un lado los signos y por otro lado su estructura.

La identidad gráfica la conforma todo el conjunto de elementos visuales que contribuyen a identificar y, por ende, a consolidar una imagen. Para ello se establecen las pautas de construcción, uso de formas, colores, tipografías, imágenes y recursos gráficos. La interacción de estos elementos garantizará una unidad de criterios de toda nuestra comunicación corporativa.

Por tanto, el Manual de Identidad Corporativa del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa. Las normas de aplicación que contiene el documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad sino ser una guía de su propia esencia.



# Identidad

Es de vital importancia definir claramente la identidad corporativa del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, la misma que debe ser constituida por un conjunto de rasgos y atributos visibles o no, que definen su propia esencia. El tener una identidad bien definida nos permitirá ser fácilmente reconocidos y recordados, más aun porque se necesita proyectar una imagen única, diferenciada de otros actores, que permita identificar a la institución en todas sus intervenciones y llegue a ser percibida como una institución coherente en su objetivo de difundir y coordinar el ordenamiento jurídico nacional, brindando asesoría legal al Poder Ejecutivo y fortaleciendo la vigencia del Estado de Derecho.

El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos es el ente rector del Sector Justicia y Derechos Humanos y tiene el rol de promover y difundir los derechos humanos, postulando políticas de acceso a la justicia, con énfasis en las personas en condición de vulnerabilidad; formular las políticas de defensa jurídica de los intereses del Estado y, en particular, contra los actos que afecten probidad en el ejercicio de la función pública; y velar por la vigencia del Estado Constitucional del Derecho y el fortalecimiento de la institucionalidad democrática. Estos conceptos son los que pretenden instalarse en la mente de nuestro público.



# Antecedentes

Desde su creación como Ministerio de Justicia y Negocios Eclesiásticos, la estructura orgánica, atribuciones y denominaciones del actual Ministerio de Justicia y Derechos Humanos ha experimentado constantes modificaciones, pero siempre ha mantenido el objetivo de difundir y coordinar el ordenamiento jurídico nacional, brindando asesoría legal al Poder Ejecutivo y fortaleciendo la vigencia del Estado de Derecho.

Nace junto con la fundación de la República teniendo entre sus principales funciones la administración de justicia, el nombramiento de cargos eclesiásticos y judiciales; la coordinación con las demás secretarías para la redacción y promulgación de los dispositivos que emita el Poder Ejecutivo, entre otras atribuciones. Hoy en día, el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos está integrado por el Instituto Nacional Penitenciario y la Superintendencia Nacional de Registros Públicos. El ámbito de su competencia está orientado al cumplimiento de las políticas nacionales en materia de derechos humanos, defensa jurídica del Estado y acceso a la justicia.

Los desafíos trazados por la institución son los siguientes:

## Misión

Formular y ejecutar políticas públicas que faciliten

el acceso a la justicia, la protección de los derechos humanos, la asesoría y defensa jurídica del Estado, con énfasis en la inclusión de personas en condición de vulnerabilidad y en la lucha contra la corrupción.

## Visión

Ser reconocido por la sociedad como un organismo eficiente, moderno, confiable y con presencia nacional; en su rol articulador, rector, promotor y ejecutor de políticas públicas que garanticen el acceso a la justicia, promuevan el respeto de los derechos humanos, defiendan los intereses del Estado Constitucional de Derecho y, con la aplicación de una política criminal, contribuyan al fortalecimiento de la paz social en el país.

Para lograrlo el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos se ha planteado las siguientes líneas estratégicas:

- Acceso y calidad de los servicios de justicia.
- Promoción y protección de los derechos humanos.
- Implementación de la política criminal y penitenciaria.
- Asesoría y defensa jurídica del Estado con énfasis en

# Antecedentes

- la lucha contra la corrupción.
- Articulación del Sistema de Administración de Justicia.
- Fortalecimiento o del ordenamiento jurídico.
- C  
a  
p  
i  
t  
a  
l  
  
h  
u  
m  
a  
n  
o

- Capital organizacional.
- Capital de información.

# Valor del logotipo

El logotipo del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos busca expresar los valores establecidos dentro de sus lineamientos estratégicos 2013 – 2017 a través de su marca:

## **Compromiso**

El actuar más allá de la obligación dada. Significa desarrollar todas las capacidades para cumplir el objetivo, buscando transformar una promesa en realidad.

## **Honestidad**

Buscando actuar con transparencia, coherencia y sinceridad, con respeto a los demás.

## **Vocación de servicio**

Buscar la mejor calidad de servicio en beneficio de la población y los colaboradores de nuestra institución, con sensatez y empatía.

## **Responsabilidad**

Cumplir las funciones entregando un servicio de calidad y haciendo uso eficiente de los recursos que han sido asignados.



# Isotipo y Logotipo oficial



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

El principio de la identidad visual se define en el valor simbólico de la marca. Su funcionalidad se ve reflejada en el adecuado uso de formas y colores que sirvan para comunicar el mensaje que se desea y formar una imagen gráfica en conjunto.

El símbolo y el ideograma (parte escrita) en conjunto

consolidan la identidad visual del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, resaltando la idea de un organismo eficiente, moderno y confiable, accesible a todos los peruanos.

# Elementos

## ISOTIPO



El logotipo de Ministerio de Justicia cuenta con dos elementos: el símbolo y el ideograma. Se debe considerar que ambos trabajan en conjunto y deben ser considerados para cualquier tipo de comunicación.

### **Isotipo**

El primer elemento que se notará es la mano alcanzando las estrellas. El espacio donde se encuentra hace alusión a una ventana en perspectiva y genera movimiento, un cambio, otro punto de vista. La mano no tiene ni edad ni sexo, porque nos representa a todos los peruanos. Las cinco estrellas parecen evocar una constelación y representa los sueños.

## LOGOTIPO

# Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

### **Logotipo**

Nuestro logotipo usa una amigable, sobria, limpia tipografía en mayúscula y minúsculas. Nos muestra como una institución moderna pero con experiencia, esbelta pero con solidez moral e idealista y con la cual podemos contar.

# Versiones

## VERSIÓN PRINCIPAL



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

## VERSIÓN TRES ESTRELLAS



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

El logotipo del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos contará con dos versiones.

Cada versión de logotipo tendrá usos específicos y oficiales. Si surge otra aplicación, ésta deberá ser aprobada por la Alta Dirección en coordinación con la Oficina General de Imagen y Comunicaciones.

### **Versión principal**

Que consiste en un símbolo de la mano con cinco estrellas. Se deberá usar siempre que sea posible para las diversas publicaciones y los soportes de comunicación oficial.

### **Versión 3 estrellas**

Esta versión se usará en casos de que la visibilidad pueda ser un problema, como aplicaciones de pequeño tamaño (una pulgada de ancho), en señalizaciones, en la web y en algunos tipos de merchandising.

# Logotipo alternativo

Si bien el logotipo principal siempre debe considerarse en primer lugar, hemos desarrollado una versión de nuestra firma para aplicaciones con espaciado vertical restringido. En la mayoría de los casos se recomienda reducir el logotipo primario a un tamaño menor antes de usar esta versión horizontal alterna.



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

# Manual de uso de logo

## Construcción Geométrica

A continuación mostramos la construcción de los elementos de nuestra marca dentro de una estructura modular. Esos módulos están denominados por "X", valor que se le ha dado para representar a proporción cada parte de nuestra marca gráfica.



# Área vital

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

La construcción del área de respeto estará determinada por una "X", similar a la altura de "M". Siempre que sea posible es preferible aumentar al máximo este espacio, separando el logotipo del resto de elementos de la página.



# Reducción máxima

## VERSIÓN PRINCIPAL



5 cm.

## VERSIÓN SECUNDARIA



6.8 cm



3.6 cm



5 cm



3 cm



4 cm

La reducción máxima del tamaño del logotipo ha sido limitada para una correcta lectura. Se deberá considerar para conservar su legibilidad y lograr una buena limpieza en la impresión.

### Reducción mínima

Para estos se utilizará la versión del logotipo versión 3 estrellas.

### Versión 3 estrellas

Se usa únicamente en casos excepcionales y no mayores a 1 pulgada de ancho.

# Colores corporativos



## Ministerio de Justicia y Derechos Humanos



C	0
M	100
Y	99
K	4

C	0
M	0
Y	0
K	100



El color es el fundamento más importante en la manifestación de la identidad visual corporativa del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Se sugiere tener un tratamiento especial con sus valores

cromáticos en todas sus aplicaciones y en los soportes de comunicación.

Los colores corporativos que aquí se especifican nos permiten consolidar nuestra identidad gráfica. El uso de los colores rojo y blanco identifican los ideales de justicia y libertad.

El rojo es el principal color corporativo y de mayor jerarquía porque nos representa como peruanos. Simboliza, además, vitalidad, confianza, optimismo y está asociado a la protección. Lo valoramos como el color del país, de los símbolos patrios y nos identifica como nación.

El color blanco en la mano y las estrellas simbolizará la protección y paz que el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos brinda a todos los peruanos.

# Aplicaciones de color

VERSIÓN PRINCIPAL



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

VERSIÓN EN ROJO



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

VERSIÓN EN NEGRO



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

VERSIÓN ALTERNA



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

VERSIÓN EN ROJO



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

VERSIÓN EN NEGRO



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

# Fondos de color

VERSIÓN PRINCIPAL



VERSIÓN EN FONDO ROJO



VERSIÓN EN FONDO NEGRO



VERSIÓN ALTERNA



VERSIÓN EN FONDO ROJO



VERSIÓN EN FONDO NEGRO



# Aplicaciones en escala de grises

VERSIÓN PRINCIPAL



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

VERSIÓN SECUNDARIA



Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos



# Tipografía del logo

HELVETICA NEUE LT STD 55 ROMAN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

HELVETICA NEUE LT STD 45 LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

La familia corporativa es Helvética Neue LT Std para la comunicación formal interna y externa. Se eligió esa tipografía por ser la más completa.

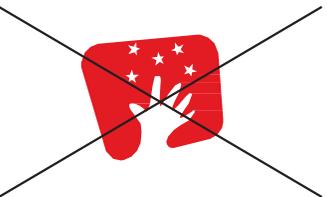
En el caso de la comunicación gráfica y/o virtual se elige la fuente Arial por ser sencilla y de fácil identificación, en especial para presentaciones en Power Point.



Para mantener nuestra identidad visual y consolidar una imagen coherente con los valores que proyecta nuestra institución, se considera las siguientes situaciones como de uso incorrecto de los elementos de nuestra identidad corporativa.

1. Cambio de tipografía.
2. Uso inapropiado de los colores.
3. Distorsión del logotipo.
4. Giro del logotipo.
5. Alteración de las proporciones.
6. Uso del logotipo sin el símbolo.
7. Contorneo del logotipo.
8. Colocación de sombras o relieves al logotipo.

# Cambios o modificaciones no autorizados

 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No lo expanda</i></p>	 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No lo comprima</i></p>	 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No lo deforme</i></p>
 <p><i>No use el símbolo por separado</i></p>	 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No use el ideograma por separado</i></p>	 <p><b>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</b></p> <p><i>No cambie la tipografía</i></p>
 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No cambie el orden de los elementos</i></p>	 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No lo cambie o altere los colores</i></p>	 <p>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</p> <p><i>No lo use sobre fondos no determinados</i></p>



Los elementos de soporte son las formas gráficas especialmente diseñadas para que sirvan de apoyo en la comunicación gráfica, fortaleciendo la identidad del MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS.

Todas estas formas gráficas determinan el buen funcionamiento de la línea gráfica para proyectar una imagen sólida, coherente y bien diferenciada.

# Elementos gráficos compositivos



PLANO CON FONDO ROJO Y NEGRO AL 50%  
Color rojo corporativo y negro al 50%.

..... Aplica a piezas de tamaños medianos y grandes,  
según diseño. Puede contener el isotipo en el  
medio de los dos colores.



PLANO CON FONDO ROJO Y NEGRO AL 50%  
Color rojo corporativo y negro al 50%.

..... Aplica a piezas de tamaños medianos y grandes,  
según diseño. Puede contener el isotipo en el  
medio de los dos colores.

# Papelería institucional



# Tarjeta de presentación

## TIRA



Diseño de tarjeta de presentación con línea gráfica y especificaciones técnicas.

- Helvética Neue LT Std 45 Ligh / 8 pts. / 100% de negro
- Helvética Neue LT Std 55 Roman / 7.5 pts. / 80% de negro
- Helvética Neue LT Std 45 Ligh / 7 pts. / 100% de negro
- Helvética Neue LT Std 55 Roman / 7 pts. / C:0 M:100 Y:99 K:4

## RETIRA



# Tarjeta de presentación

## TIRA



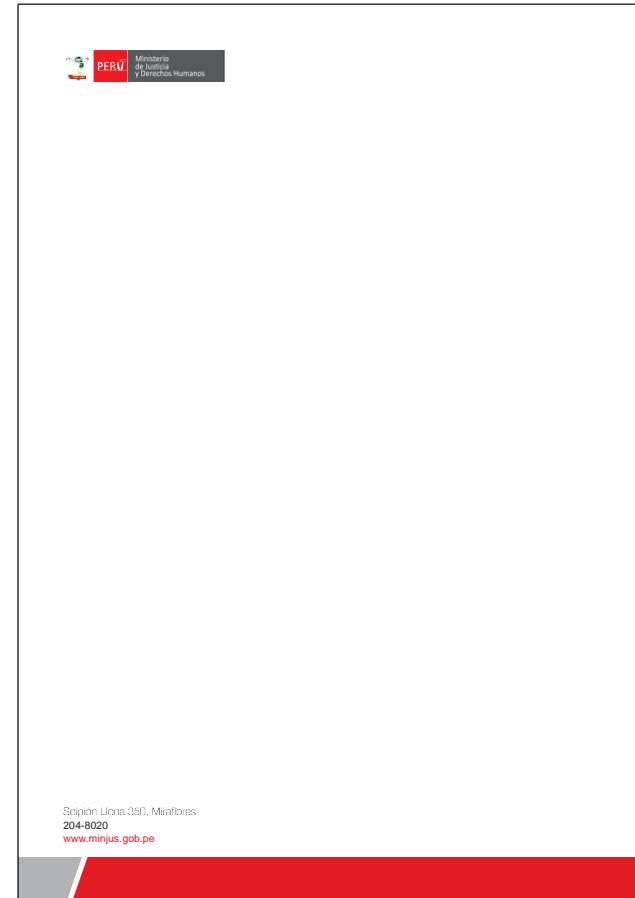
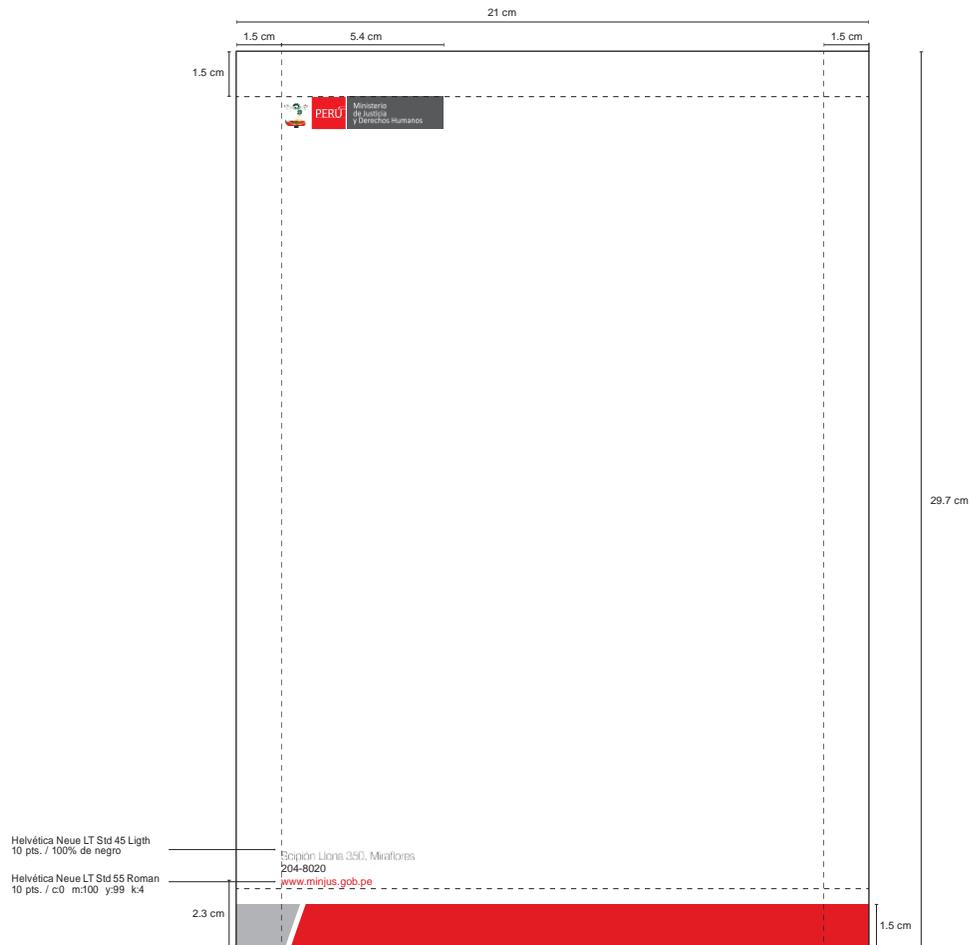
- Diseño : Tarjeta de presentación final.
- Formato : 9 cm. x 5.5 cm
- Impresión : Tira y retira.
- Material : Couché 200 grs.  
Plastificado mate.  
Barnizado sectorizado en logotipo.

## RETIRA



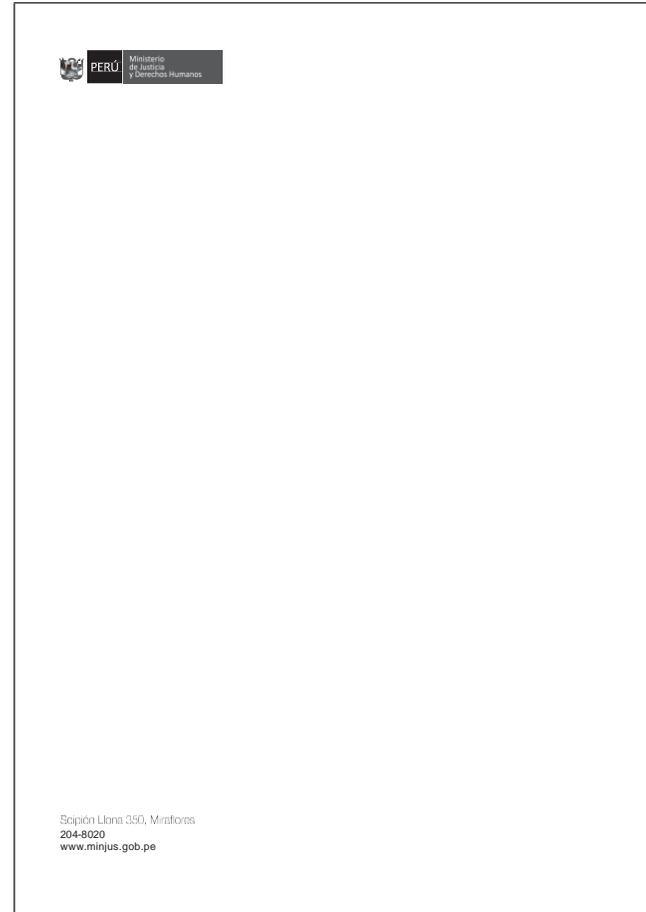
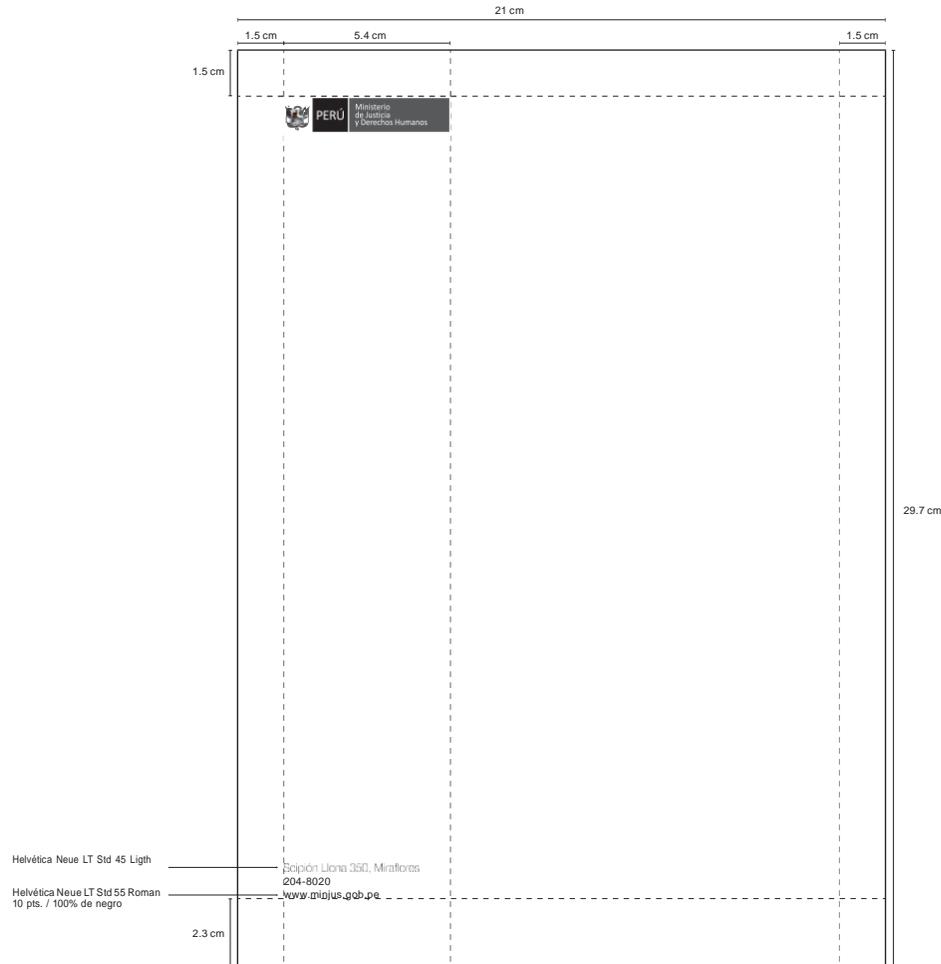
# Hojas membretadas

## Comunicación interna y externa



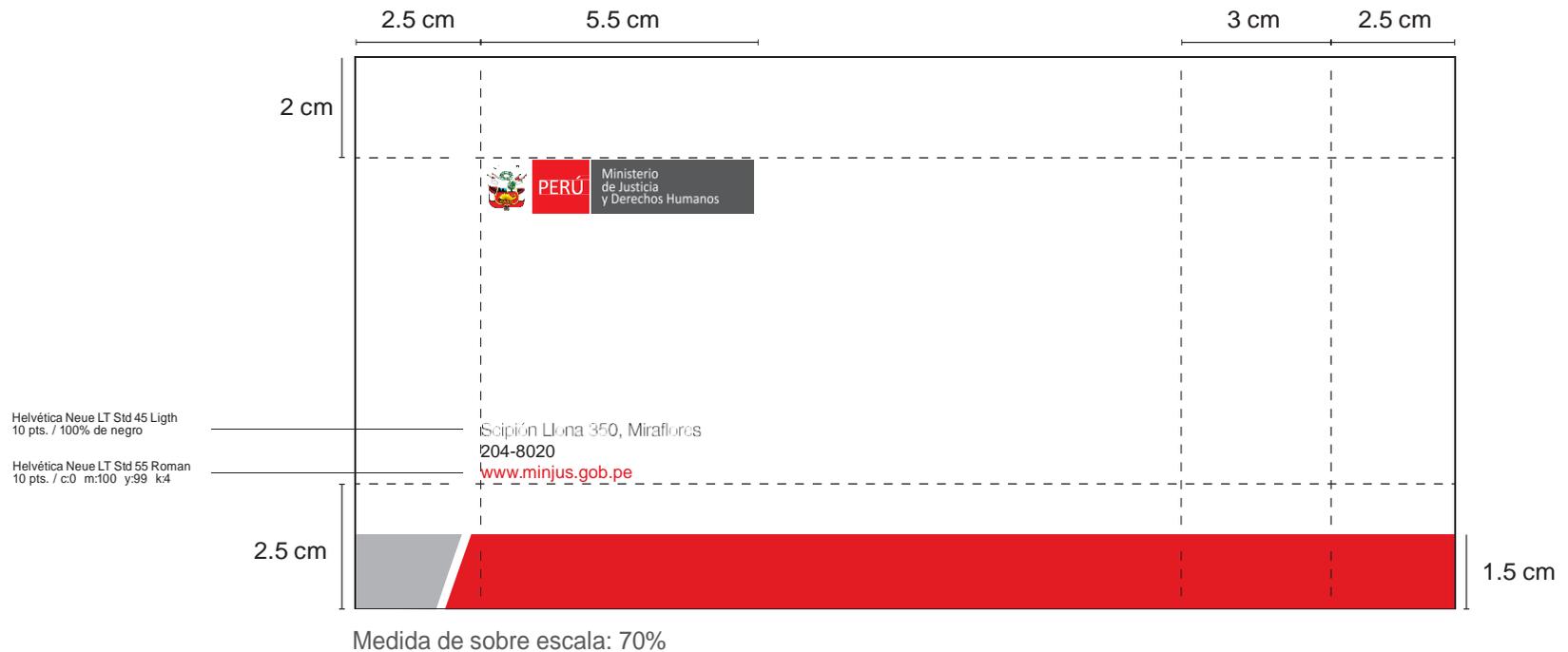
# Hojas membretadas

## Comunicación interna y externa



# Sobre membretado

Modelo de sobre membretado con especificaciones técnicas.



# Sobre membretado

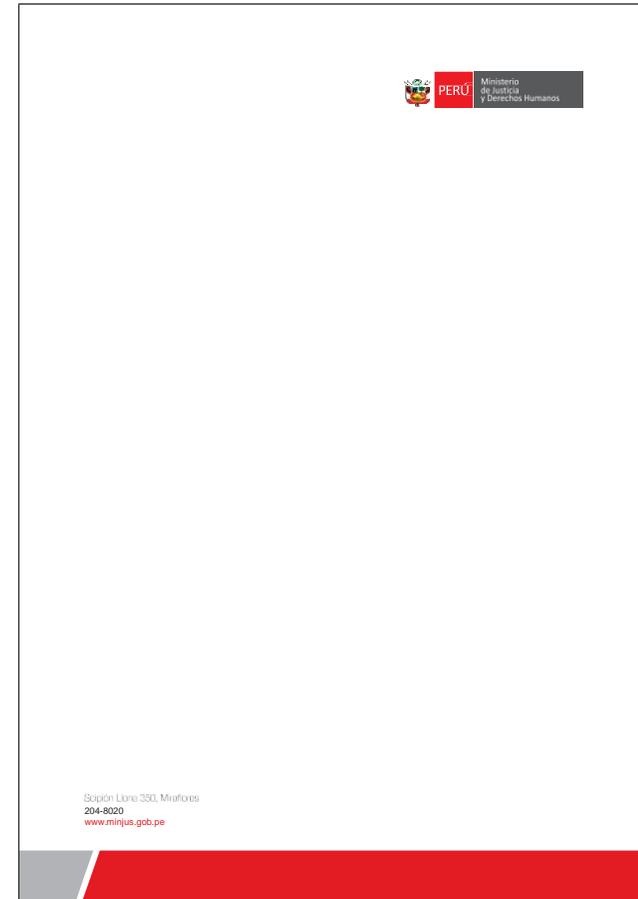
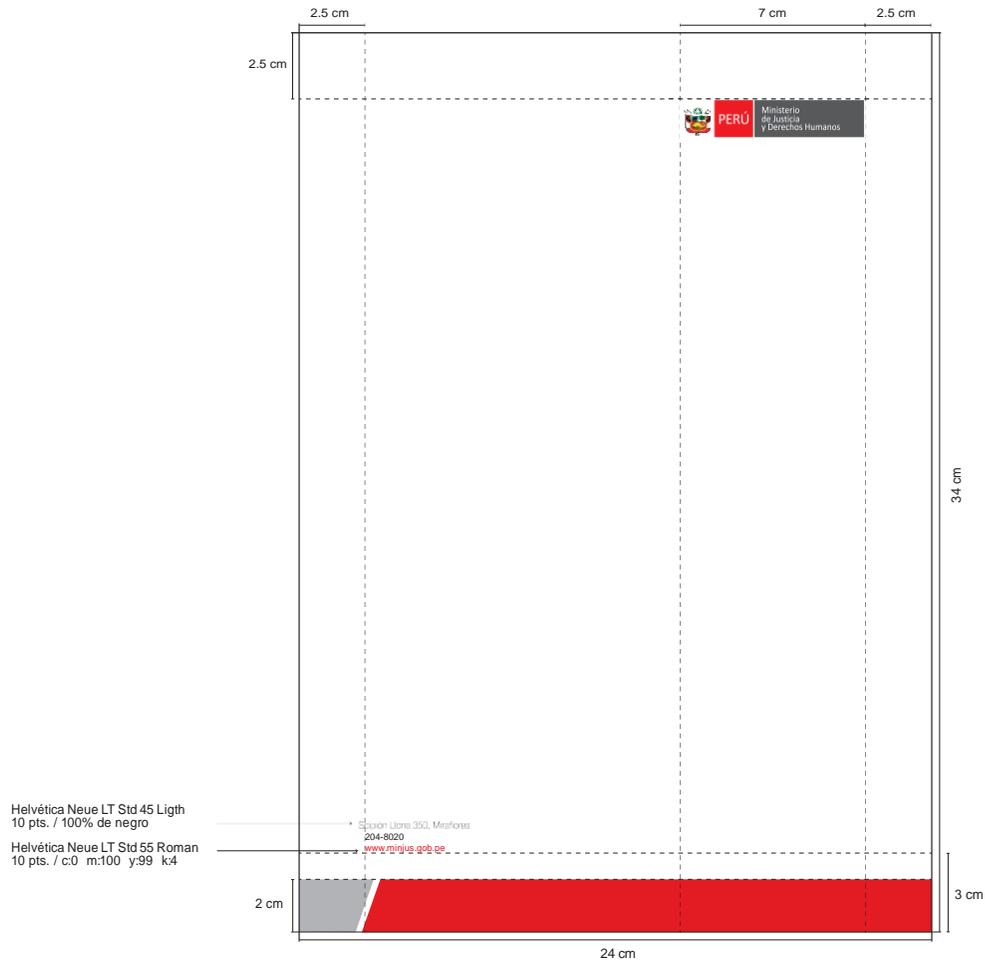
Formato : Tarjeta de presentación final.  
Impresión : 11 cm x 22 cm  
Material : Papel Bond.



Medida de sobre escala: 70%

# Sobre A4

Medida de sobre a escala: 35%



# Fólderes o carpetas

## Logo principal



# Fólderes o carpetas

## Logo alternativo



# Fólderes o carpetas

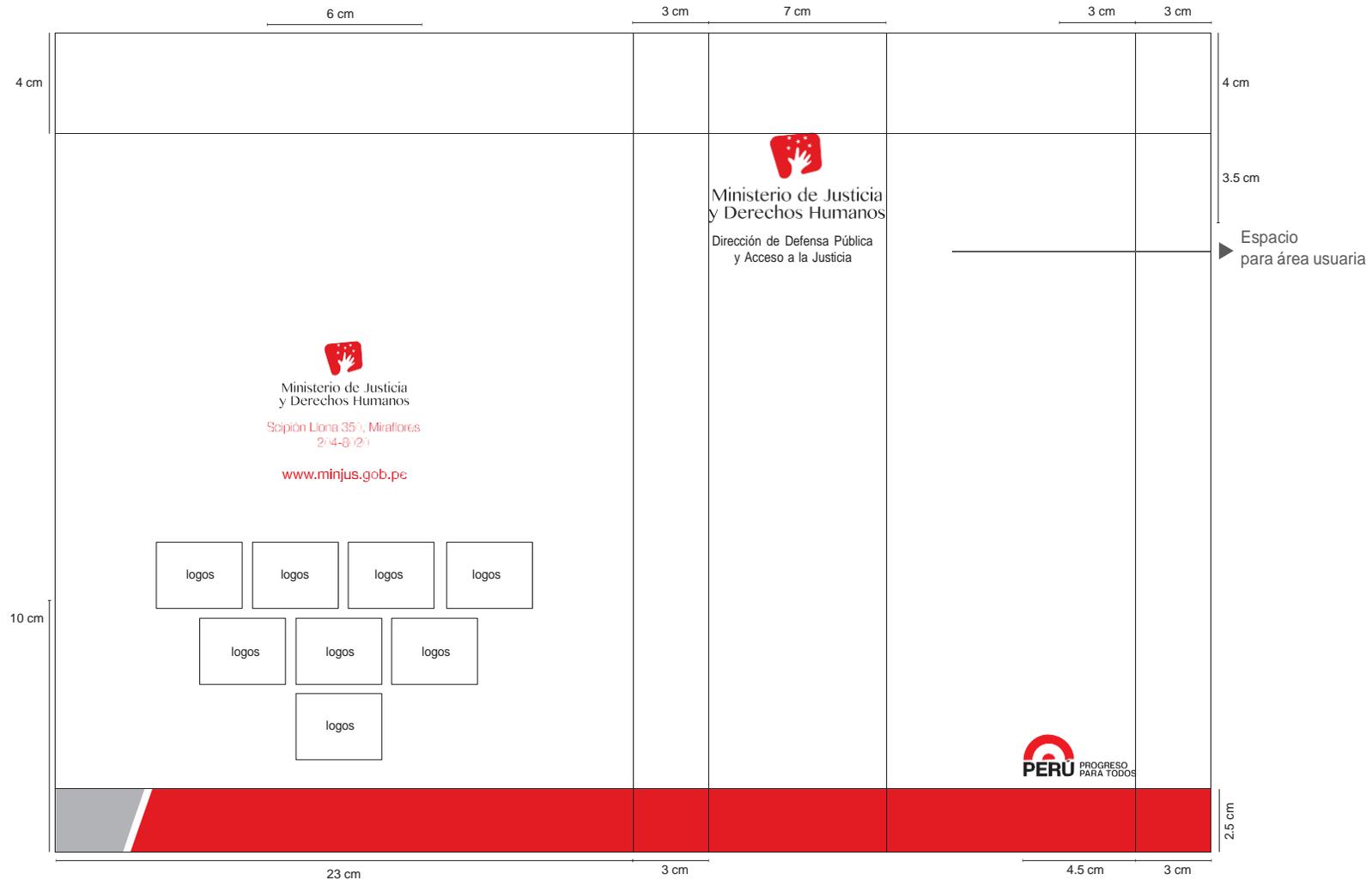
Uso Corporativo (Solapa interior)  
Modelo de fólder institucional con especificaciones técnicas.

FÓLDER ESCALA: 40%

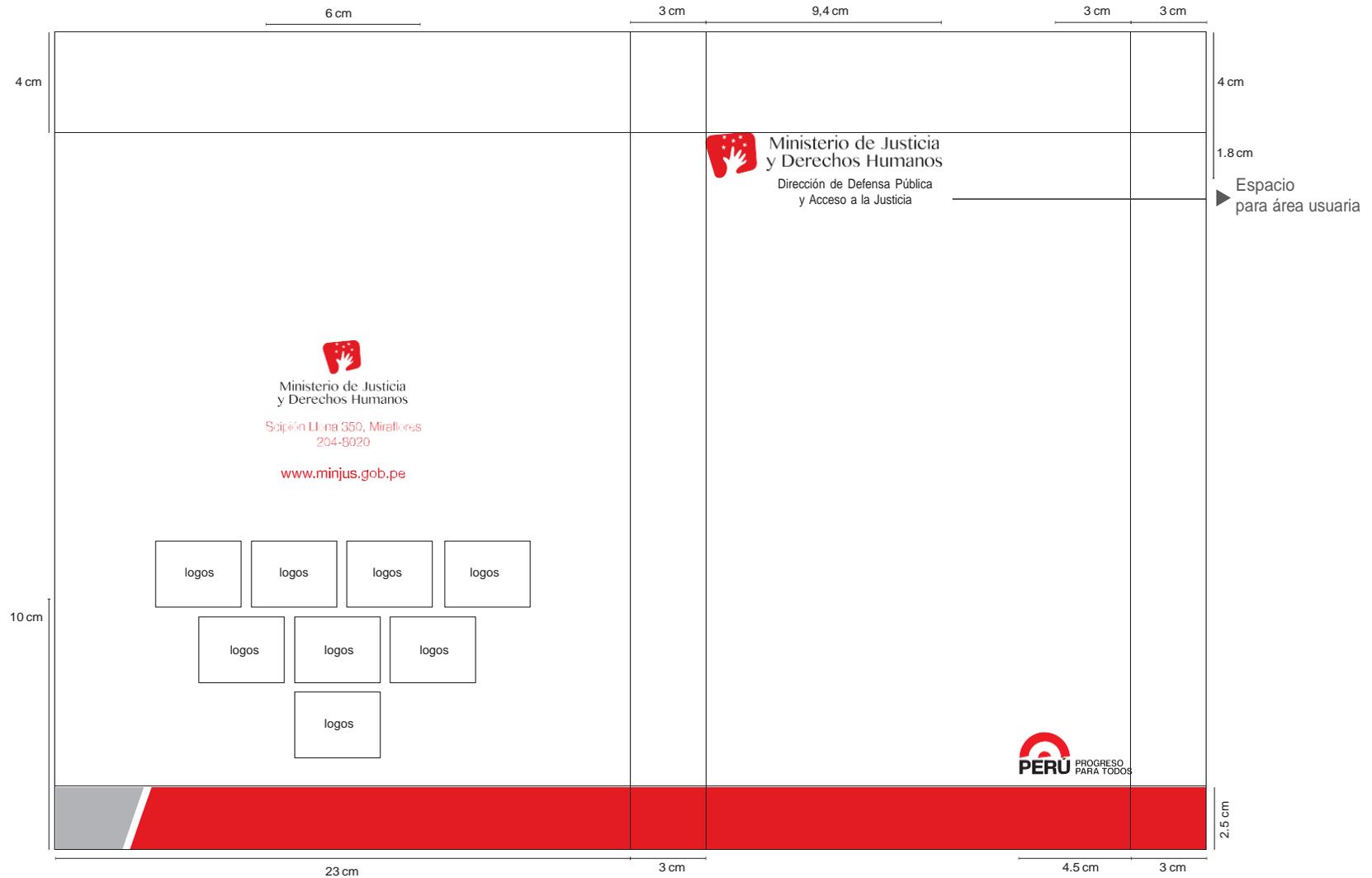
Formato : Abierto 46 cm x 32.5 cm  
Cerrado 23 cm. x 35.5 cm  
Material : Cartulina Folkote C14.  
Plastificado mate  
Barnizado sectorizado UV.



# Fólderes o carpetas

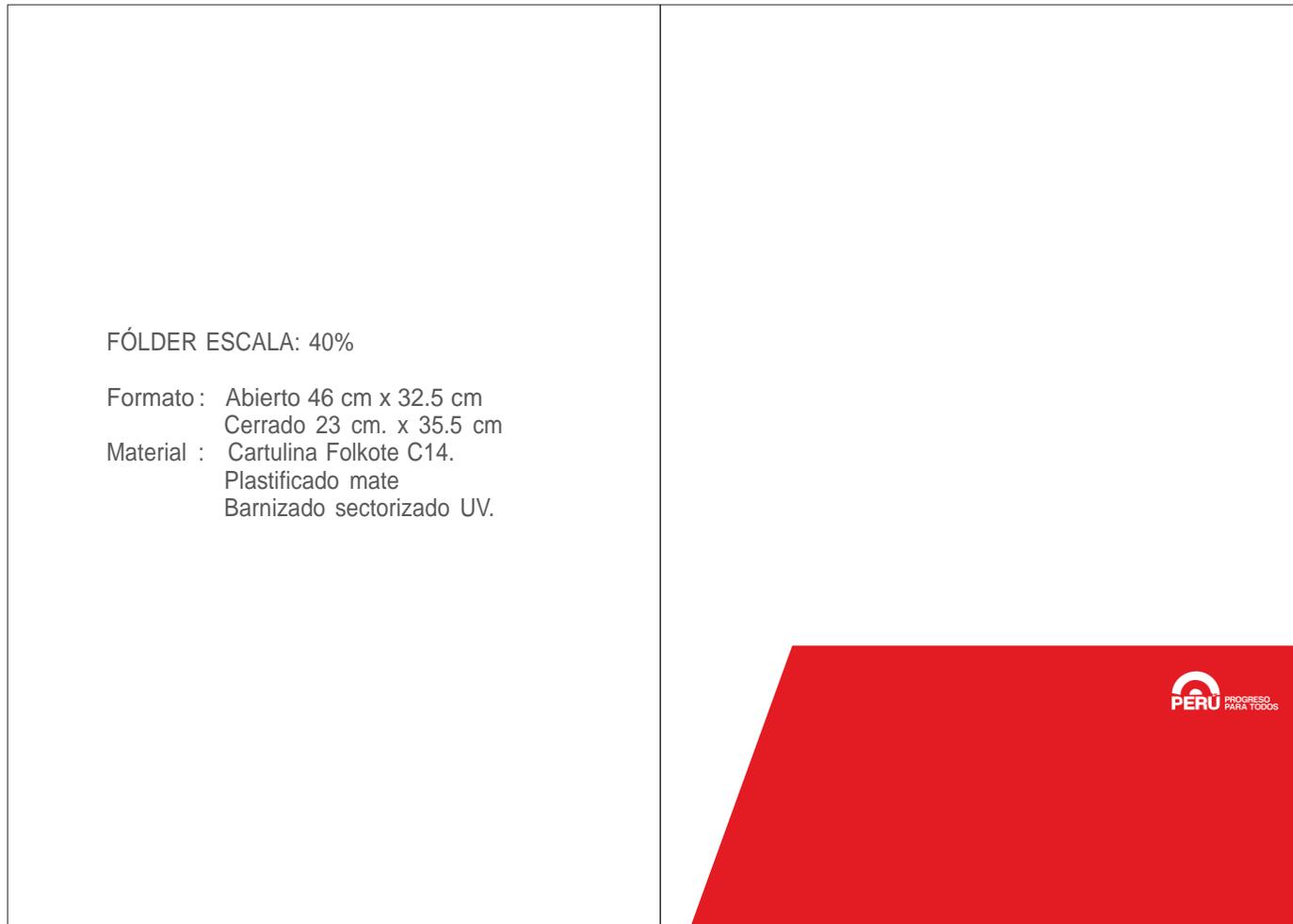


# Fólderes o carpetas



# Fólderes o carpetas

Uso Corporativo (Solapa interior)  
Modelo de fólder institucional con especificaciones técnicas.



# Aplicaciones gráficas

Toda comunicación gráfica del MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS se hará a través de folletería corporativa y afiches creativos que sigan la línea gráfica del sector y estén orientados al servicio del ciudadano.

Para ello se usarán: Trípticos, dípticos, volantes A5, afiches A2 y afiches A3. Toda información contenida en las piezas está determinada por tipo de campaña o la comunicación del MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS, y se distribuirá en la tira (parte anterior) como en el retira (parte posterior) de cada pieza gráfica.

Para el caso de los afiches tendremos dos formatos, y para todas las aplicaciones gráficas se tomarán en cuenta ciertos criterios técnicos que normarán la comunicación gráfica del MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS.

En caso se necesitara alguna pieza especial de comunicación corporativa, como folleto institucional, anuario u otra pieza gráfica de complemento en el que se requiera cambiar el formato, se deberá consultar al área de imagen institucional.

## **Criterios técnicos a considerar**

El logotipo se colocará preferentemente centrado o al lado izquierdo, en la parte superior o inferior y en fondo blanco.

Los logotipos de los auspiciadores, cooperantes o participantes de la institución serán preferentemente colocados en la parte posterior o inferior de cada pieza gráfica.

Las imágenes utilizadas en las piezas gráficas y publicitarias deberán contar con el permiso correspondiente de las personas protagonistas de las fotografías. Por lo tanto, no se colocará ninguna imagen de referencia en las propuestas de cada pieza gráfica que a continuación presentamos.

Estos criterios serán de aplicación tanto en afiches, folletería en general, banners, banderolas y en toda la comunicación del MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS.

# Trípticos

Especificaciones técnicas.  
Formato A : 20 cm x 30 cm



Tríptico a escala: 50%

# Trípticos

Especificaciones técnicas.  
Formato B : 20 cm x 30 cm



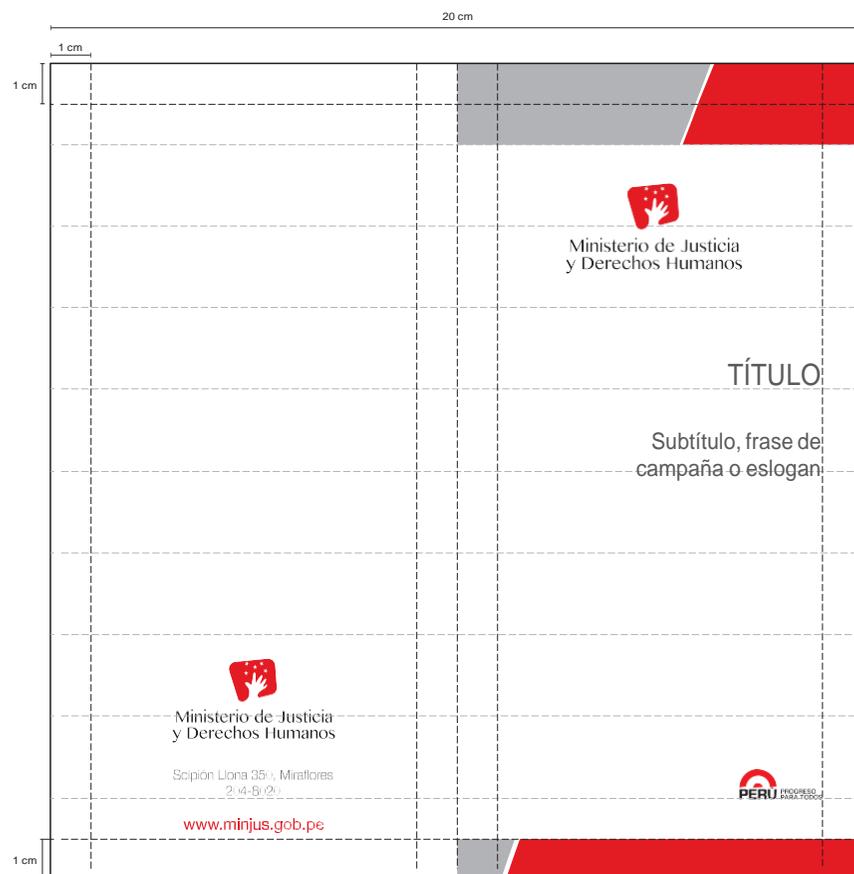
Tríptico a escala: 50%

# Dípticos

Especificaciones técnicas

Formato A : 20 cm x 20 cm

Material : Couché de 150gr.

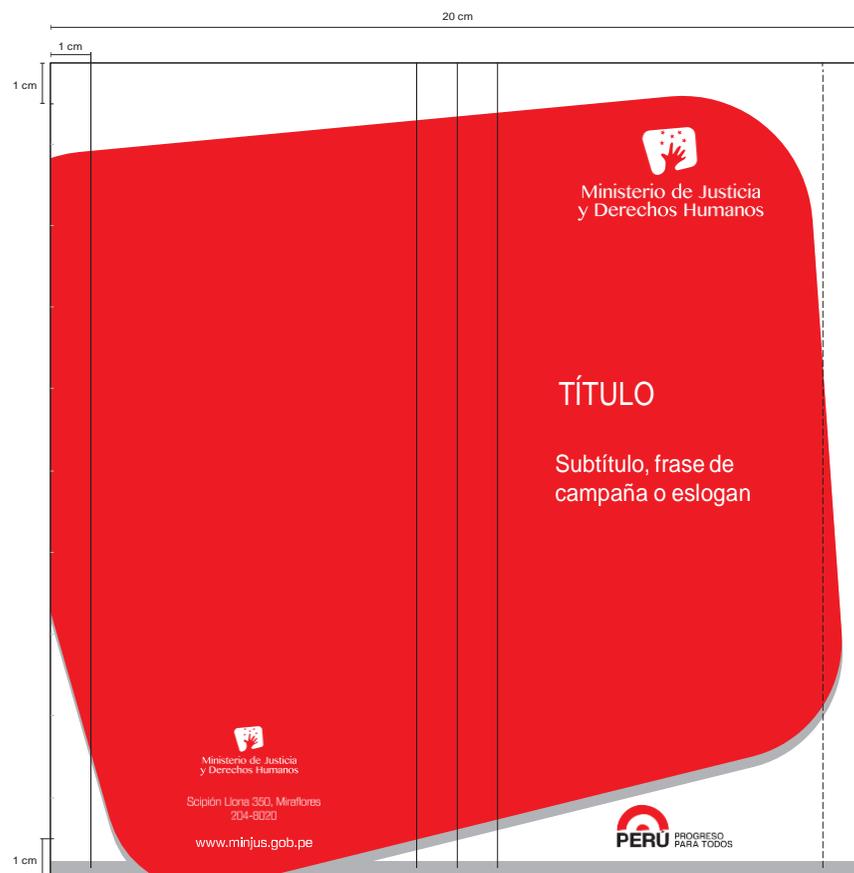


# Dípticos

Especificaciones técnicas

Formato B : 20 cm x 20 cm

Material : Couché de 150gr.

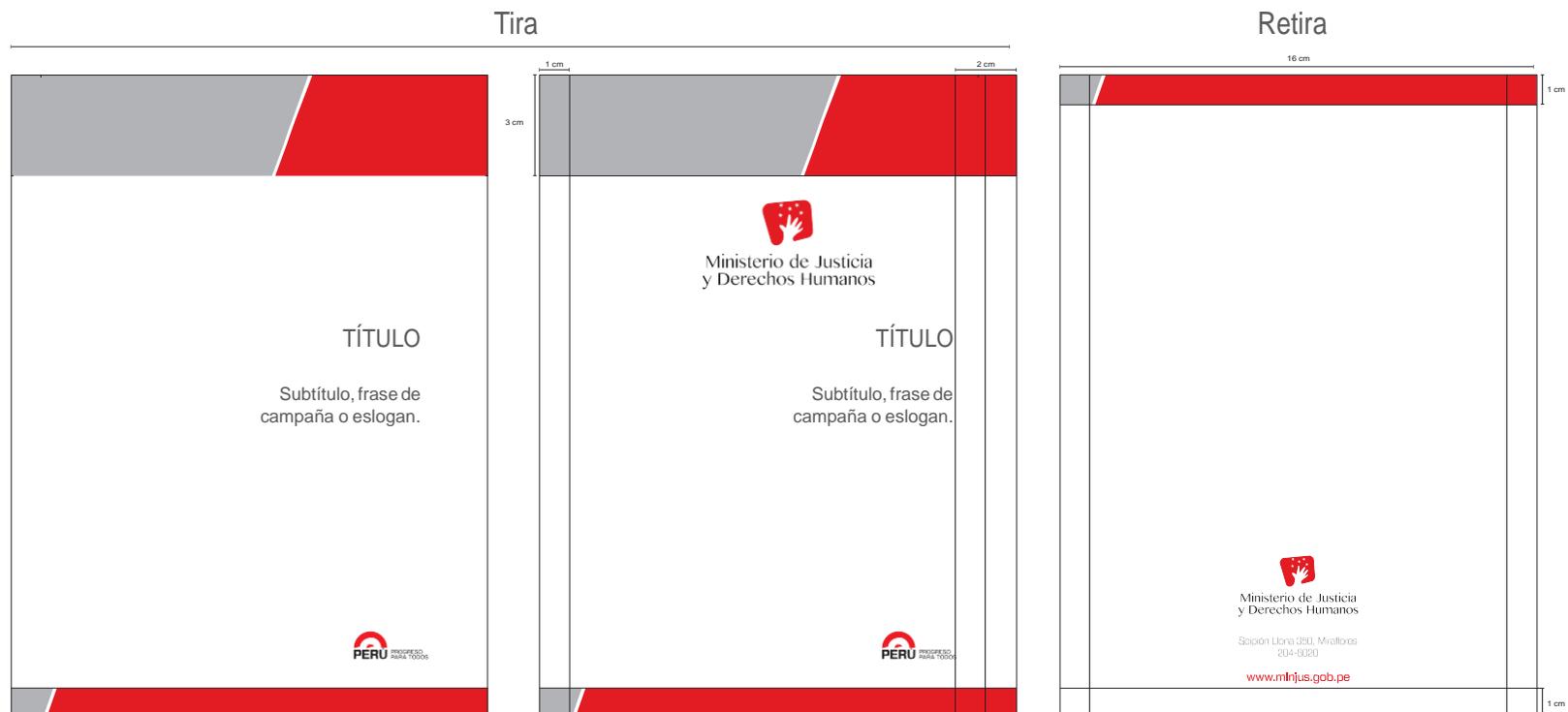


# Volantes A5

Especificaciones técnicas.

Formato A : A5

Material : Couché de 150 gr.



Medida de volante a escala: 50%

# Volantes A5

Especificaciones técnicas.

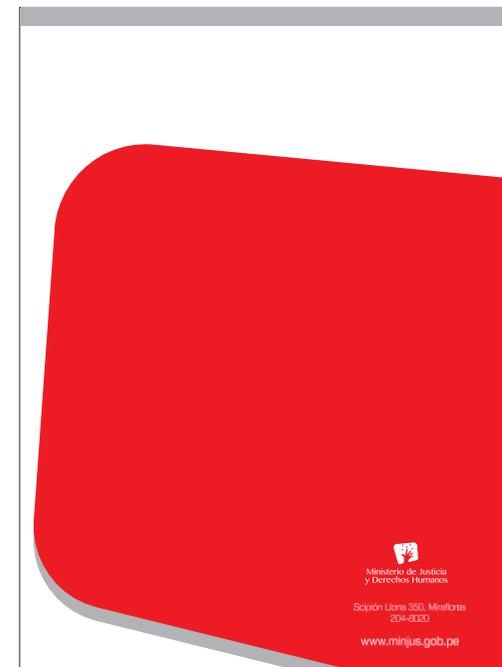
Formato B : A5

Material : Couché de 150 gr.

Tira



Retira



# Afiches



La estructura de los afiches se dividirá en diez partes iguales en posición horizontal y tendrá una medida según la altura de la pieza gráfica. Esto nos permitirá tener una mejor distribución de cada elemento gráfico, así como de la información contenida en cada proyecto.

Debemos considerar que el titular de la campaña debe tener el mayor tamaño en el afiche, como segunda prioridad debe estar el texto informativo y la orientación al ciudadano que brindan los servicios y/o programas del sector, y finalmente los logotipos deben estar ubicados en la parte inferior del afiche.

Especificaciones técnicas:

Formato 1: A2

Formato 2: A3

Material: Papel couché de 150grs.

# Afiches



# Aplicaciones para actividades institucionales

El logotipo del MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS estará en el centro - superior del diseño.



# Tarjetas de saludo institucional



# Tarjetas con motivo navideño



# Diplomas y/o certificados

Modelo de Diploma con especificaciones técnicas.  
Formato : 30 cm x 21 cm



# Diplomas y/o certificados

The diagram illustrates the layout of a certificate with the following dimensions and components:

- Dimensions:** The main body is 2 cm high. The top header area is 2 cm high. The bottom footer area is 2 cm high. The width is divided into three sections: 3 cm, 7 cm, and 3 cm.
- Logos:** The logo of the Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (Ministry of Justice and Human Rights) is centered in the top header. The logo of the Sistema Peruano de Información Jurídica (SPIJ) is positioned to the right of the header.
- Text:** The word "CERTIFICADO" is centered in the main body. Below it, the text "Otorgado a:" is followed by a horizontal line. The main body contains the text: "Por su participación en calidad de \_\_\_\_\_ en el \_\_\_\_\_ organizado por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, realizado el día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014." Below this text is a horizontal line with a dotted line underneath it.
- Signature Area:** The bottom right of the main body contains the text "Lima, \_\_\_\_\_ de 2014!".
- Footer:** The bottom footer area features a red background with a grey diagonal stripe on the left and the logo of the Ministerio de Justicia y Derechos Humanos on the right.
- Font:** The text "CERTIFICADO" and "Otorgado a:" are in Helvética Neue LT Std 45 Ligh.

# Credenciales

Especificaciones técnicas.  
Formato : 6.2 cm x 8.6 cm



# Aplicaciones ceremoniales



# Bandera y Estandarte

Están confeccionadas en seda llana.  
La bandera llevará en la parte inferior la línea gráfica de la identidad.  
El estandarte se utilizará de color blanco.



# Banderines



# Manteles



# Aplicaciones textiles



# Polo institucional

Tenemos el polo blanco y rojo con cuello V, con la versión principal alternativa del logotipo en la parte delantera hacia la izquierda y en la derecha el logo de Perú Progreso para Todos.

PARTE DELANTERA



PARTE POSTERIOR



# Polos

Tenemos el polo en color blanco y rojo con el logotipo en la versión principal en la parte delantera y en la parte inferior izquierda el logotipo de Perú Progreso para Todos.



# Polos

Tenemos el polo en color blanco y rojo con el logotipo en la versión principal en la parte delantera y en la parte inferior izquierda el logotipo de Perú Progreso para Todos.



# Polos

Tenemos el polo en color blanco y rojo con el logotipo en la versión principal en la parte delantera y en la parte inferior izquierda el logotipo de Perú Progreso para Todos.

PARTE DELANTERA



PARTE POSTERIOR



# Polos para niños

PARTE DELANTERA



PARTE POSTERIOR



# Polos para niños



# Gorros

Se colocará el logotipo en versión principal en la parte delantera del gorro y el logo Perú Progreso para Todos estará ubicado en la parte posterior.



# Gorros

Se colocará el logotipo en versión principal en la parte delantera del gorro y el logo Perú Progreso para Todos estará ubicado en la parte posterior.



# Chalecos

En la parte izquierda la versión principal y el logo Perú Progreso para Todos al lado derecho.



# Casacas

Vista frontal



Vista posterior



# Mochilas



# Loncheras

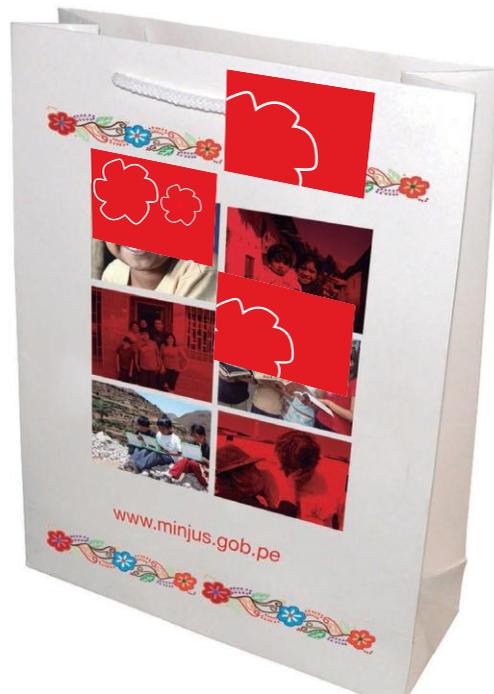


# Loncheras



# Bolsas

La decoración de las bolsas puede ser entre las alternativas presentadas a continuación. Cabe indicar que sólo puede ser usado un mismo modelo en ambos lados (superior e inferior) como lo indica la muestra.



Alternativa 1



Alternativa 2



Alternativa 3



# Bolsas

La decoración de las bolsas puede ser entre las alternativas presentadas a continuación. Cabe indicar que sólo puede ser usado un mismo modelo en ambos lados (superior) como lo indica la muestra.



Alternativa 1



Alternativa 2



Alternativa 3



# Aplicaciones en merchandising



# Tomatodos



# Llaveros



# Tazas



# Tazas



# Tazas



# Rompecabezas



Mouse pad

# Mouse pad



# Lapiceros



# Calendarios



La decoración de los calendarios puede ser entre las alternativas presentadas a continuación. Cabe indicar que sólo puede ser usado un mismo modelo en ambos lados como lo indica la muestra.

Alternativa 1



Alternativa 2



Alternativa 3



# Calendarios



**Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos**  
Dirección de Defensa Pública y  
Acceso a la Justicia





# 2014

[www.mlnjus.gob.pe](http://www.mlnjus.gob.pe)

### ENERO

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

### FEBRERO

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

### MARZO

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

### ABRIL

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

### MAYO

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

### JUNIO

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

### JULIO

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

### AGOSTO

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

### SETIEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
30						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

### OCTUBRE

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

### NOVIEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	
5	6	7	8	9	10	
12	13	14	15	16	17	
19	20	21	22	23	24	
26	27	28	29	30		

### DICIEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
						31
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

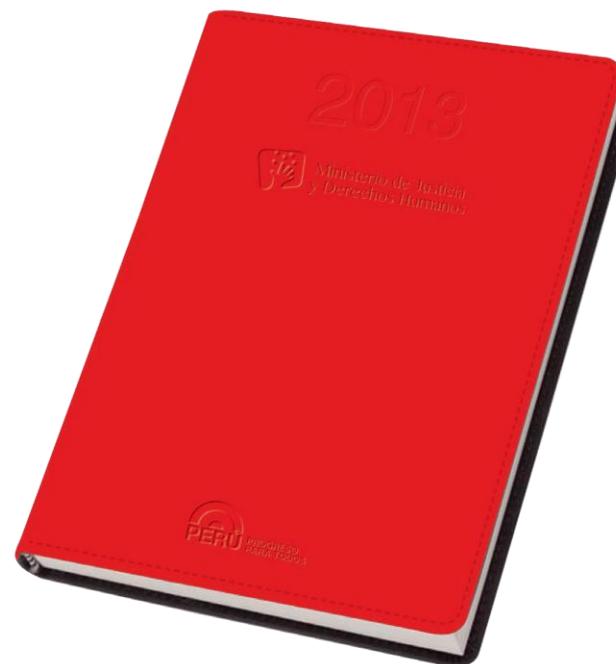
# Calendario de escritorio



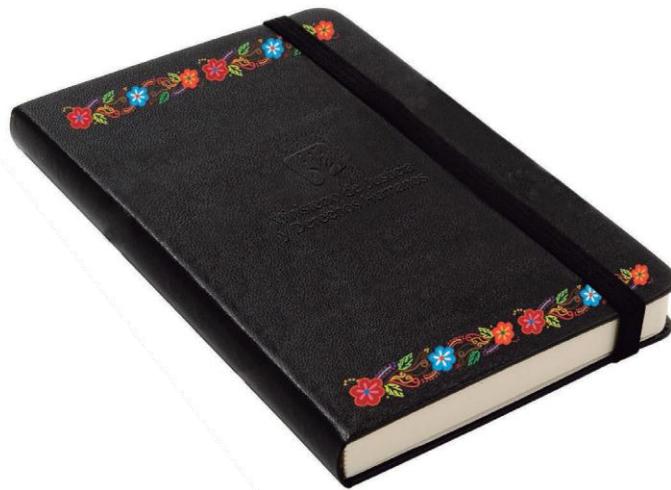
# Agendas

Plomo

Rojo



# Agendas



Alternativa 1



Alternativa 2

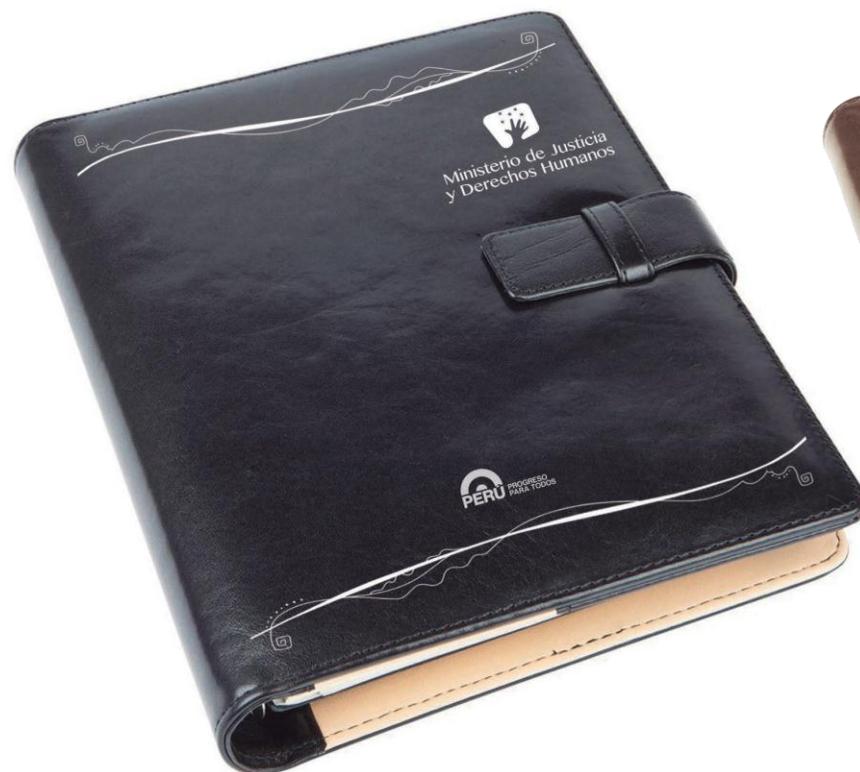


Alternativa 3

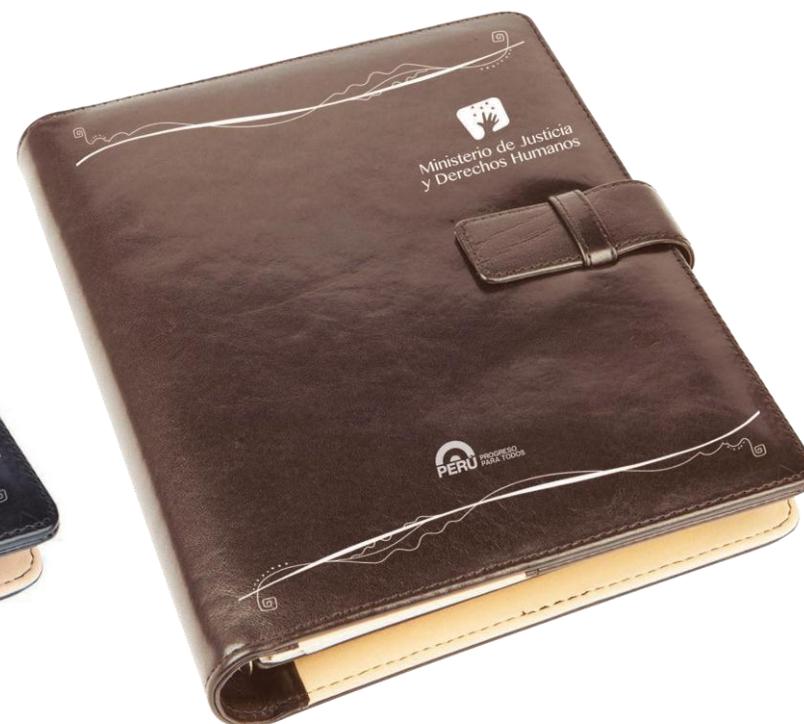


# Agendas

CUERO NEGRO



CUERO MARRÓN



# Globos



# Globos



# Caramelos



# Caramelos



# Señalizaciones



# Señalética

La señalética adosada se colocará en la pared y a una distancia del piso de 1.5 m



# Señaléticas adosadas y/o bandera



# Señaléticas adosadas y/o bandera



# Señaléticas adosadas y/o bandera



# Aplicaciones virtuales



# Plantillas Power Point

Tipo de letra para el uso del Power Point es Arial.

PORTADA



PÁGINA INTERIOR



PÁGINAS TÍTULOS



PÁGINAS TÍTULOS



## PANTALLAZO ESTÁNDAR



# Pantallazos

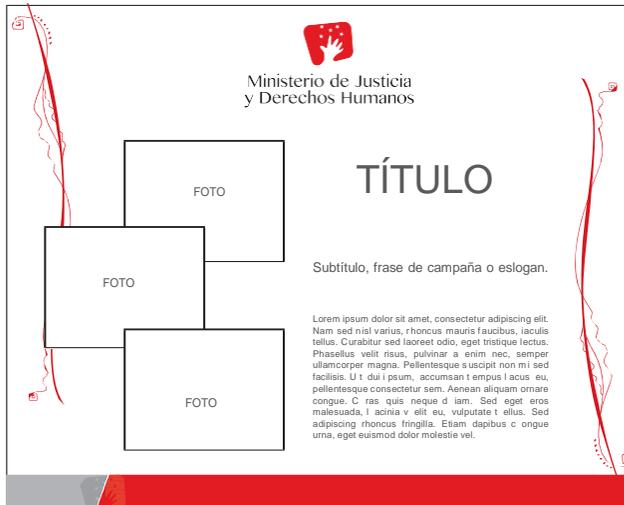
## Características

Tamaño : 800x 600 píxels.

Tipografía : Arial Regular  
Arial Narrow  
Arial Bold  
Arial Cursiva

Tipografía : Arial (Regular) en color blanco

## PANTALLAZO TEMÁTICO



# Aplicaciones en exteriores



# Banner vertical



Las medidas son referenciales y a proporción. Los fondos de color corresponden a la imagen de fondo.

En esta pieza gráfica la variante se da con respecto al logotipo que, de presentarse el caso, se podrá colocar en la parte superior.

Material : Banner flex 13 onzas.

Medida : 12 X 6 m

# Banner con parante



Las medidas son referenciales y a proporción. Los fondos de color responden a la imagen de fondo.

En esta pieza gráfica la variante se da con respecto al logotipo, que aquí se podrá colocar en la parte superior.

Material : Banner flex 13 onzas.

Medida : 1.2 X 2 m

# Banner horizontal

Las medidas son referenciales y a proporción. Los fondos de color rojo corresponden a la imagen de fondo y se mantendrá la recomendación con respecto a la línea gráfica.

Material : Banner flex 13 onzas.

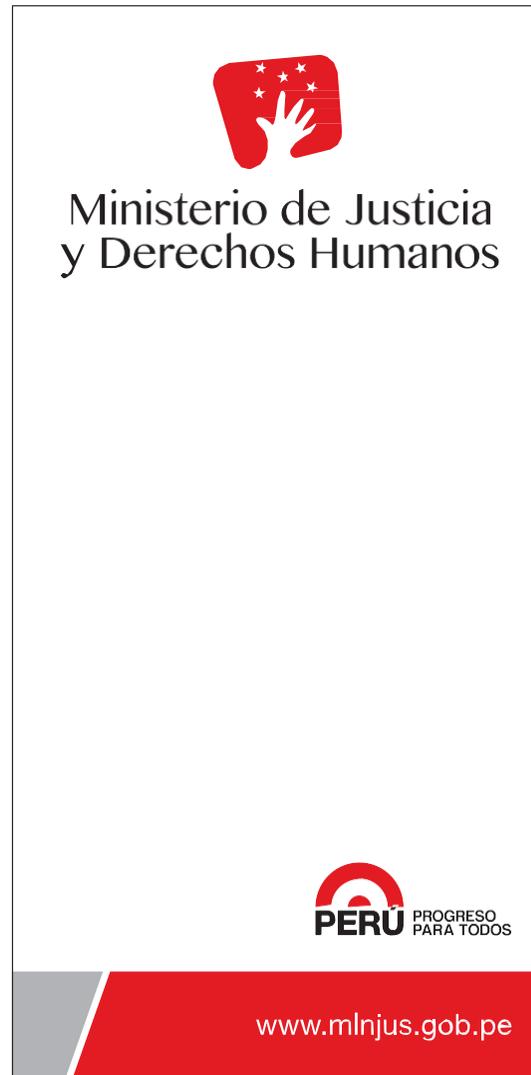
BANDEROLA PARA CALLE 1 X 7 M



BANDEROLA AUDITORIO 1.5 X 4 M



## Rolls screen



# Backing



Características:  
Display wall curvo

Tamaño : 3.3 x 2.3 m  
Colores : Full color  
Diseño : Corporativo

# Panel de obra



Logo de institución o región corporativa

Características:

Dependiendo del tamaño de la obra, la estructura y maquetación no varía, se escala.

Tamaño mín. : A3 (42X29.7 cm)

Material : Acrílico o bronce.

Tipografía : Helvética Neue LT Std 55 Roman

Colores : Fondo blanco con rojo corporativo

Diseño : Franja corporativa.

# Placas

Características:

Tamaño : Según espacio

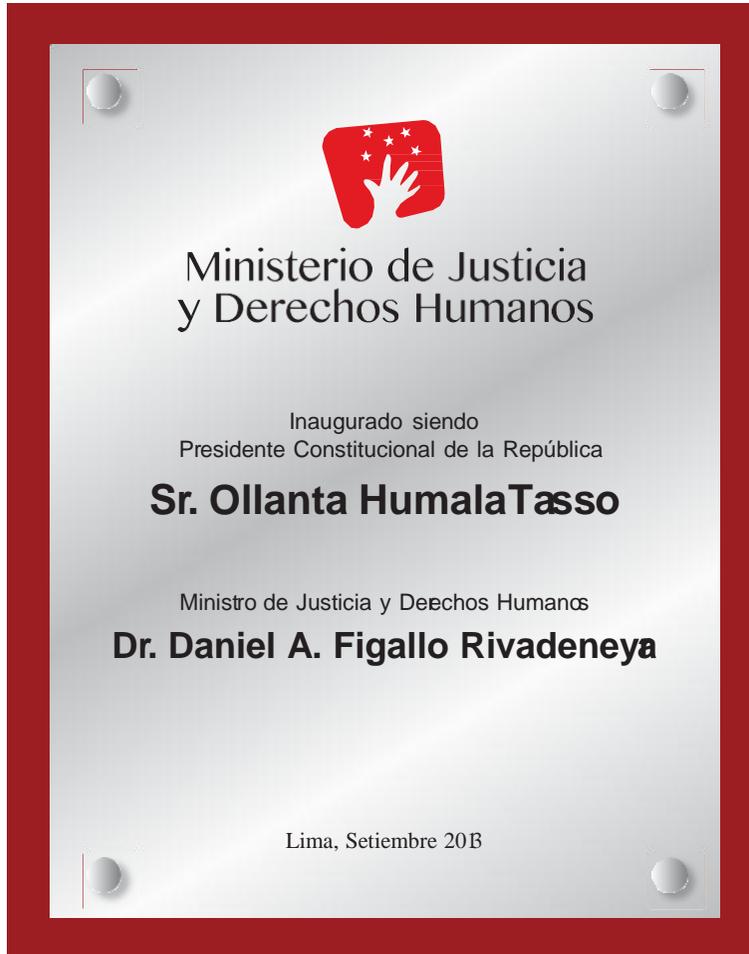
Material : Acero inoxidable color plata o bronce con base de madera de color negro

Tipografía : Helvética Neue LT Std 55 Roman

Diseño : Logo impreso en alto relieve y letras impresas en color negro en bajo relieve



# Placa de inauguración



Características:

Tamaño : 40 x 60 cm

Material : Acero inoxidable color plata o bronce con base de madera de color negro

Tipografía : Helvética Neue LT Std 55 Roman

Diseño : Logo impreso en alto relieve y letras impresas en color negro en bajo relieve

## Panel publicitario - paleta



## Panel publicitario - valla



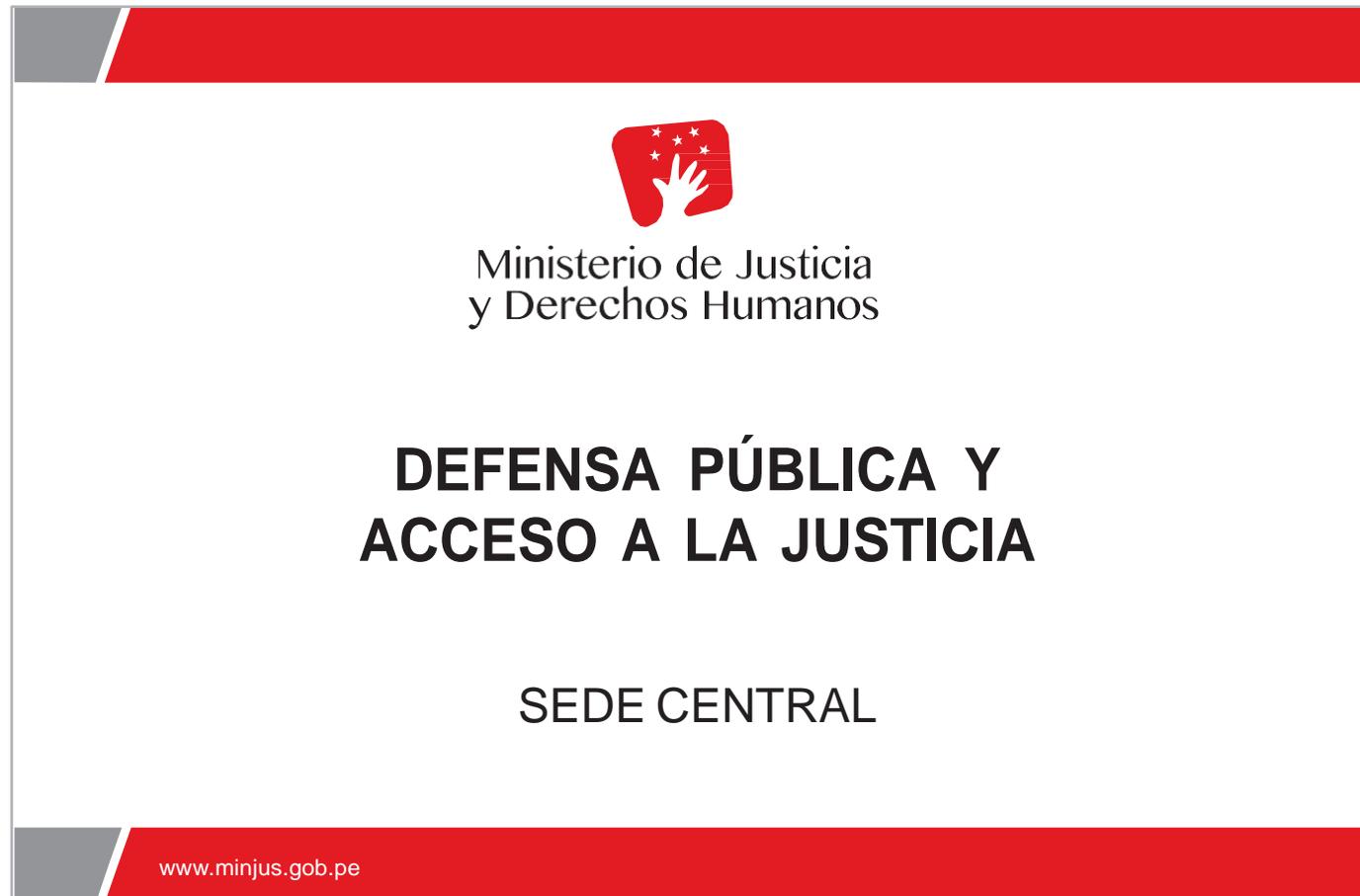


Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

## **PROCURADURÍA PÚBLICA ESPECIALIZADA EN DELITOS DE CORRUPCIÓN**

SEDE CENTRAL

[www.minjus.gob.pe](http://www.minjus.gob.pe)



# Aplicaciones en sellos



6.5 cm



## Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

Scipión Llona 350, Miraflores  
204-8020  
www.minjus.gob.pe

Helvética Neue LT Std 45 Ligh  
8 pts.

Helvética Neue LT Std 55 Roman  
8 pts.

4.5 cm

2.7 cm

Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos  
OFICINA GENERAL DE IMAGEN Y COMUNICACIONES

**RECIBIDO**

N° REGISTRO

Hora \_\_\_\_\_  
Firma \_\_\_\_\_

# Sellos para sobres

En la parte superior se usará la versión principal del logotipo. En la parte inferior y alineado a este se colocará una línea vertical de soporte con la dirección, teléfono y dirección web.

El tamaño del sello puede variar siempre y cuando se respete la proporción mínima sugerida en esta página.

El tamaño del sello de RECIBIDO puede variar siempre y cuando se respete la proporción mínima sugerida en esta página.

## DATOS

- Se colocará el nombre de la Unidad Orgánica que se registra en la recepción del expediente.
- SECRETARÍA O RECIBIDO.
- Fecha de Recepción (DÍA, MES, AÑO)

## TIPOS DE SELLOS PARA DOCUMENTOS

# Aplicación en sellos

El tamaño del sello puede variar siempre y cuando se respete la proporción mínima sugerida en esta página.

DISEÑO	MEDIDA
<b>ANULADO</b> _____	40 x 6 mm
<b>CARGO</b> _____	29 x 6 mm
<b>CONFIDENCIAL</b> _____	61 x 6 mm
<b>COPIA</b> _____	25 x 6 mm
<b>MUY URGENTE</b> _____	59 x 6 mm
<b>RESERVADO</b> _____	50 x 6 mm
<b>URGENTE</b> _____	38 x 6 mm

## SELLOS DE POST FIRMA

4.1 cm

\_\_\_\_\_  
Maryori Valera Cárdenas  
Directora de la Oficina General  
de Imagen y Comunicaciones  
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

# Aplicación en sellos

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**ANULADO**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**CONFIDENCIAL**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**RESERVADO**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**CARGO**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**COPIA**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**MUY URGENTE**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

  
Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos

**URGENTE**  
XX XXX XXX

Reg. N° \_\_\_\_\_  
Hora \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_



# Estandarización de documentos

## **Suscripción de documentos**

Los documentos que son elaborados por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos deben ser suscritos por los funcionarios, respetando el nivel jerárquico de la persona a quien se dirige.



# Estructura de la documentación

## Estructura general

a) Encabezamiento: Es una parte de la comunicación que va al inicio y en la parte superior del documento. Contiene la siguiente información:

Para toda la comunicación interna y externa se utilizará el Gran Sello del Estado (rótulo rectangular) aprobado mediante Decreto Supremo N° 056–2008–PCM y que continúa vigente a la fecha.

La denominación del año del decenio y del año calendario se escriben entre comillas, en la parte central y superior del documento, con tipografía Arial, 10 puntos.

Los nombres y codificación en el Oficio, Oficio Múltiple, Nota y Carta se ubican en el lado superior izquierdo del documento en negrita, subrayado y en mayúsculas.

Los nombres y codificación del Memorando, Memorando Múltiple e Informe se colocan en el lado superior central del documento en negrita, subrayado y mayúsculas.

Lugar y fecha (la fecha se consigna después que el documento ha sido firmado).

Nombre del destinatario y cargo que ocupa.

Asunto o síntesis del documento.

Referencia o relación de antecedentes que originan el documento. Se escribe debajo del asunto.

Todos los oficios, incluidos los dirigidos al Congreso de la República, deben contener el número de expediente, asunto y referencia de ser el caso.

b) Texto: Esta parte del documento debe ser clara, lógica, precisa y concisa: Contiene la información que se debe reportar, la recomendación que se quiera dar, la orden que se desea impartir, etc.

Al redactar el texto deben tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

Usar palabras y frases sencillas.

Usar oraciones o párrafos breves.

Usar verbos en voz activa.

Evitar las palabras innecesarias.

c) Término: Es la parte final del documento, está constituido por:

Antefirma, palabra o palabras de despedida. Generalmente es la palabra “Atentamente”. Se coloca en la parte izquierda del documento.

Firma, que se colocará a cinco (5) espacios sencillos verticales debajo de la antefirma.

Postfirma, que consigna el nombre completo del remitente y del cargo que ocupa en la institución.

La firma y postfirma de todo documento, la cual debe colocarse al lado inferior izquierdo del documento.

# Formalidades de la documentación

Los documentos oficiales deben tener las siguientes formalidades:

- a) Papel: Se utiliza papel bond de color blanco, tamaño A4 (210 mm x 297 mm).
- b) Tipo de letra: Usar fuente denominada "ARIAL", con estilo "Normal", en tamaño 11.
- c) Márgenes: En cada página se debe utilizar:
  - Margen superior: 5 cm. (con nomenclatura del año), 3.5 cm. (sin nomenclatura del año: informes, memorandos y cartas)
  - Margen inferior : 2.5 cm
  - Margen izquierdo : 3 cm
  - Margen derecho : 2.5 cm
  - Encabezado : 1.0 cm
  - Pie de página : 1.0 cm

d) Interlineado: En la redacción del texto del documento se debe emplear:

Al interior de un mismo párrafo un (01) espacio sencillo  
Entre párrafos, dos (02) espacios sencillos o espacio doble, y entre secciones, tres (03) espacios simples.

e) Logotipo: Información necesaria consignada en la documentación para la identificación y adecuado uso de la denominación Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

Logotipo oficial.- Para uso externo e interno se empleará el Gran Sello del Estado (rótulo rectangular).

f) Pie de página: Se consigna la dirección, los teléfonos y la numeración correlativa de las páginas, que aparecerá en la parte inferior izquierda.

# Glosario de términos

- 1) Acta.- Documento en el que se asientan los acuerdos tomados en una reunión y, en forma resumida, las deliberaciones acontecidas en la misma. Generalmente se escriben directamente en un libro que se llama “Libro de Actas”. Un acta está constituida por:
  - a. Encabezamiento o título y nombre de la entidad, empresa o asociación.
  - b. Lugar, fecha, hora de comienzo y término.
  - c. Lista de asistentes.
  - d. Resumen ordenado de los debates realizados y de los acuerdos arribados.
  - e. Visto bueno y firma de los que presiden la reunión en señal de cierre, y de los asistentes de ser el caso.
- 2) Ayuda Memoria.- Su uso es de carácter interno y también externo. Resumen de un tema, de un hecho, una posición determinada que tiene por objeto hacer recordar algo. Es muy puntual. En cuanto a su estructura se puede definir como de párrafos numerados en forma secuencial. En la parte final lleva la fecha y no lleva ni firma, ni iniciales.
- 3) Carta.- Comunicación escrita que sirve para establecer contacto, principalmente, con entidades del sector privado. Su contenido suele ser formal, oficial. A diferencia de las cartas personales poseen un esquema más rígido y un tono más objetivo.
- 4) Constancia.- Documento que contiene la información o acreditación de un hecho real y que ha sido previamente comprobado o verificado por la persona que lo expide.
- 5) Derivación.- Acción de trasladar la responsabilidad del trámite de un documento de una a otra instancia.
- 6) Distribución de documentos.- Acción de entregar un documento original y sus respectivas copias al destinatario o a los destinatarios. La relación de las copias se indicará al pie de página de la comunicación escrita.
- 7) Documento.- Es toda información registrada en todo tipo de soporte (textual, cartográfico, audiovisual, automatizado u otros), que se genere en los organismos públicos como resultado de sus actividades.
- 8) Documentación confidencial.- Información que quiere reserva absoluta y sólo debe ser conocida por el funcionario a quien está dirigido.
- 9) Documento interno.- Documento creado por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos que permite la interrelación de las diferentes áreas y niveles, a fin de dar a conocer situaciones inherentes al cargo, profesionales y por la responsabilidad asumida.

# Glosario de términos

10) Documento externo.- Es el documento oficial que sirve para comunicarse con instituciones públicas o privadas para interrelacionarse, y cumplir con los fines y objetivos propios de cada uno.

11) Expediente.- Conjunto de documentos o actuaciones administrativas originadas a solicitud de parte o de oficio y ordenados cronológicamente.

El expediente administrativo es un instrumento material sistemáticamente ordenado que acumula toda actividad de un mismo asunto originada de oficio o a solicitud de los administrados o usuarios, que sirven de fundamento a la decisión administrativa, los mismos que quedarán reflejados en el Sistema de Trámite Documentario.

12) Foliar.- Acción de enumerar cada uno de los folios, solo por una cara, colocando un número correlativo en la esquina superior derecha de cada una de las hojas (folios) que conforman el expediente.

13) Formato.- Es la forma, tamaño y dimensiones que se le da a los documentos (papel, cartulina, otros) de acuerdo a normas establecidas para el sector público.

14) Hoja de trámite.- Hoja de referencia externa como interno numerado automáticamente por el

Sistema de Trámite Documentario – STD, en el que se registra el asunto, acción, documento u observación del expediente.

15) Informe.- Comunicación escrita mediante la cual determinada Unidad Orgánica emite opinión en relación a un asunto. Por lo general, cuenta con la siguiente estructura: Antecedentes, análisis, conclusiones y recomendaciones.

16) Memorando.- Documento breve y directo de uso interno entre las dependencias del mismo nivel jerárquico o entre dependencias de nivel jerárquico superior a nivel jerárquico inferior. Se utiliza con el propósito de dar a conocer alguna recomendación, indicación, disposición o instrucción.

17) Memorando múltiple.- Documento que se utiliza cuando un mismo tema o texto se difunde en forma interna a un determinado número de destinatarios. Es breve y directo. El trato ahí consignado puede ser vertical descendente u horizontal: es decir, va dirigido a subordinados o entre dependencias del mismo nivel jerárquico; o entre dependencias de nivel jerárquico superior a nivel jerárquico inferior.

18) Memorando circular.- Documento de uso interno, cuando el mismo tema o texto se difunde

# Glosario de términos

- para conocimiento general. Es breve y directo, no amerita respuesta.
- 19) Nota.- Comunicación escrita de carácter breve y directa de uso interno, emitida por las diferentes unidades orgánicas, direcciones generales a los Despachos de la Alta Dirección. No tiene párrafo de despedida. Siendo la NOTA un documento breve pero de mucha utilidad.
- 20) Oficio.- Comunicación escrita de carácter oficial, que se dirige a una persona que representa a una entidad u organismo del Estado y unidades ejecutoras del Ministerio de Justicia. Utilizado por los funcionarios de las diferentes dependencias públicas a dependencias de nivel jerárquico superior. Se emplea para realizar gestiones, de felicitación, colaboración, de agradecimiento, hacer consultas, remitir documentos, comunicar disposiciones, etc. Se utiliza un lenguaje directo y sencillo.
- 21) Oficio múltiple.- Documento que se utiliza cuando un mismo tema o texto va dirigido a un determinado número de destinatarios. El trato es horizontal: es decir, va dirigido a jefes de instituciones del mismo nivel o jerarquía.
- 22) Oficio circular.- A diferencia del Oficio Múltiple, va dirigido a distintos destinatarios sin excepción de una empresa o institución. Con este tipo de comunicación puede anunciarse la constitución, modificación o disolución de una empresa, cambios de domicilio, indicadores, etc. Normalmente los circulares no requieren respuesta, pero sí puede contestarse por motivos de cortesía o deseos de iniciar alguna comunicación.
- 23) Solicitud.- Documento que se utiliza para formular un pedido o gestionar ante las entidades del Estado algún beneficio, derecho o servicio. Se redacta en papel bond tamaño A4 y está dirigido al funcionario correspondiente mencionando el cargo de este.

# Diseños y formatos de documentos



# Formato de autorización

The diagram shows a rectangular form with a total width of 21 cm and a total height of 29.7 cm. The margins are: 3 cm on the left, 2.5 cm on the right, 5 cm on the top, and 2.5 cm on the bottom. The form contains the following elements:

- Top Left:** A header box with the Peruvian coat of arms, the word "PERÚ", and the text "Ministerio de Justicia y Derechos Humanos".
- Center:** The title "AUTORIZACIÓN USO DE FOTOS" followed by a paragraph: "Yo ..... identificado con DNI N° ..... autorizo al Programa Modernización del Sistema de Administración de Justicia, a hacer uso de mi imagen en las campañas publicitarias y/o gráficas como afiches, trípticos, folletería o cualquier material gráfico y de comunicación que sirva para promocionar los servicios o los conceptos tratados por el MINJUS. Tiempo de uso según el período comprendido para la campaña."
- Bottom:** Three signature lines labeled "Apellidos y Nombres DNI", "Firma", and "Huella Digital".
- Bottom Left:** Contact information: "Scipión Lloña 351, Miraflores 2014-B-211" and the website "www.minjus.gob.pe".

## Permiso para uso de fotografía

Todas las piezas gráficas y publicitarias, creadas especialmente para difundir los servicios del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, que requieran imágenes de personas naturales, no grupales, deberán contar con la correspondiente autorización por escrito de la persona o personas protagonistas de las fotografías para uso gráfico y publicitario.

A continuación presentamos la leyenda y el modelo de la solicitud de autorización.

Formato: 21 cm X 29.7 cm

## Márgenes

Margen superior : 5 cm  
Margen inferior : 2.5 cm  
Margen izquierdo : 3 cm  
Margen derecho : 2.5 cm

Encabezado : 1 cm  
Pie de página : 1 cm

# Formato de carta



Formato: 21 cm x 29.7 cm

## Márgenes

Margen superior: 5 cm. (con nomenclatura del año), 3.5 cm (sin nomenclatura del año: informes, memorandos y cartas)

Margen inferior : 2.5 cm

Margen izquierdo : 3 cm

Margen derecho : 2.5 cm

Encabezado : 1.0 cm

Pie de página : 1.0 cm

# Formato de memorando

The diagram shows a memorandum template with the following dimensions and content:

- Dimensions:**
  - Top margin: 5 cm
  - Left margin: 3 cm
  - Right margin: 2.5 cm
  - Bottom margin: 2.5 cm
- Header:**
  - Logo of the Ministry of Justice and Human Rights (PERÚ).
  - Text: "Decenio de las personas con discapacidad en el Perú" and "Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria".
- Subject Line:** **MEMORANDO N° -2013-JUS/SG**
- Body:**
  - A:** GUSTVO FUENTES PALACIOS, Especialista en Telecomunicaciones
  - ASUNTO:** Adquisición e instalación de equipos de Aire acondicionado de precisión para acondicionamiento del Centro de Datos.
  - Ref.:** Oficio N° 074-2013-MINJUS/4
  - FECHA:** Lima, 23 de julio 2013
- Text:** "Por el presente me dirijo a Usted y en atención al documento de la referencia se remite copia del Contrato N° 0010-2013-MINIUS "Adquisición e instalación de equipos de Aire acondicionado de precisión para acondicionamiento del Centro de Datos", a fin que revise, supervise y tome las acciones necesarias conforme y dentro de los plazos de ley establecidos, debiendo emitir los informes correspondientes, bajo responsabilidad."
- Closing:** "Atentamente,"
- Footer:** "Scipión Llerena 351, Miraflores 204-8020 www.minjus.gob.pe"

Formato: 21 cm X 29.7 cm

## Márgenes

Margen superior: 5 cm (con nomenclatura del año), 3.5 cm (sin nomenclatura del año: informes, memorandos y cartas)

Margen inferior : 2.5 cm

Margen izquierdo : 3 cm

Margen derecho : 2.5 cm

Encabezado : 1.0 cm

Pie de página : 1.0 cm

# Formato de Informe

		
	<p style="text-align: center;"><i>"Decenio de las personas con discapacidad en el Perú"</i> <i>"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"</i></p> <p style="text-align: center;"><b>INFORME TÉCNICO N° -2013-JUS/SG</b></p> <p><b>PARA:</b> SR. JUAN CARLOS REQUEJO Secretario General</p> <p><b>ASUNTO:</b> Segunda Modificación del Plan de Publicidad 2013</p> <p><b>FECHA:</b> Lima, de febrero del 2013</p> <p>Tengo a bien dirigirme a usted para saludarle cordialmente y hacerle llegar el Informe Técnico de la Segunda Modificación del Plan de Publicidad 2013, según lo solicitado por la Oficina General de Asesoría Jurídica.</p> <p>Sobre el particular, informo a usted lo siguiente:</p> <p><b>I. ANTECEDENTES</b> El Plan de Publicidad de Comunicación 2013 aprobado el 1 de junio de 2013 con RS 048-2013-TR-SG y modificado el 23 de agosto del 2012 con la RS 089-2013-TR/SG tiene como objetivo desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masivos, que difundan los servicios y programas sociales de promoción del empleo a empresas y la población en general, en especial a los sectores más vulnerables.</p> <p><b>II. BASE LEGAL</b> • Resolución del Secretario General N°008-2013-TR/SG aprueba la "Directiva General para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicaciones e imagen institucional del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.</p> <p><b>III. ANÁLISIS</b> A través del informe 003-2013/MINIUS/3/24.3/UTO/ERV el programa ACCEDE en convenio con la Universidad Nacional Mayor de San Marcos inició actividades en el mes de abril, comunicando que la necesidad de promocionar en medios de comunicación a su Unidad Técnica Operativa.</p> <p><b>IV. CONCLUSIÓN</b> Por los motivos previamente Vamos Perú expone que las acciones administrativas realizadas para contratación de publicidad no han lesionado derechos fundamentales o intereses de buena fe legalmente protegidos a terceros y encontrándose debidamente justificado. Por lo tanto, cumple con los requisitos descritos en el numeral 17.1 de la Ley N° 27444.</p> <p>Agradeciendo de antemano la atención,</p> <p>_____ Nombre Cargo</p>	
	<p>Sección Dona 350, Miraflores 204-8020 www.miljus.gob.pe</p>	

Formato: 21 cm X 29.7 cm

## Márgenes

Margen superior: 5 cm. (con nomenclatura del año), 3.5 cm. (sin nomenclatura del año: informes, memorandos y cartas)

Margen inferior : 2.5 cm

Margen izquierdo : 3 cm

Margen derecho : 2.5 cm

Encabezado : 1.0 cm

Pie de página : 1.0 cm

# Formato de oficio

	
<p style="text-align: center;"><i>"Decenio de las personas con discapacidad en el Perú"</i> <i>"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"</i></p> <p>Lima, 07 de abril de 2013</p> <p><b>OFICIO N°.</b> <u>      -2013-JUS/SG</u></p> <p>Señor <b>JUAN CARLOS REQUEJO ALEMAN</b> Secretario General Presente.-</p> <p>Asunto: Información para el Plan de Publicidad 2013</p> <p>Por medio de la presente me dirijo a su despacho con la finalidad de saludarlo, y a la vez informarle que hasta la fecha el Programa ACCEDE no ha informado sobre las actividades afectas a comunicar solicitadas a través del Oficio Circular N°017-2012-MINJUS/4 y el presupuesto asignado para servicios de publicidad para el 2013, solicitado en Memorandum Múltiple 115-2012-MINJUS/4. Por este motivo, no hemos estamos incluyendo en el Plan Estratégico Publicitario 2013 al programa en mención.</p> <p>Sin otro en particular, me despido de usted.</p> <p>Atentamente,</p> <p>..... <b>Margarie Vera</b> <i>Jefa (e)</i> <i>Oficina de Comunicación e Imagen Institucional</i> <i>Ministerio de Justicia y Derechos Humanos</i></p> <p>H.R. N° .....-2013</p>	<p style="text-align: right;">5 cm</p>
<p>Scipion Lóna 350, Miraflores 204-8020 www.mirjus.gob.pe</p>	
<p style="text-align: right;">2.5 cm</p>	

Formato: 21 cm x 29.7 cm.

## Márgenes

Margen superior: 5 cm (con nomenclatura del año) 3.5 cm (sin nomenclatura del año: informes, memorandos y cartas)

Margen inferior : 2.5 cm

Margen izquierdo : 3 cm

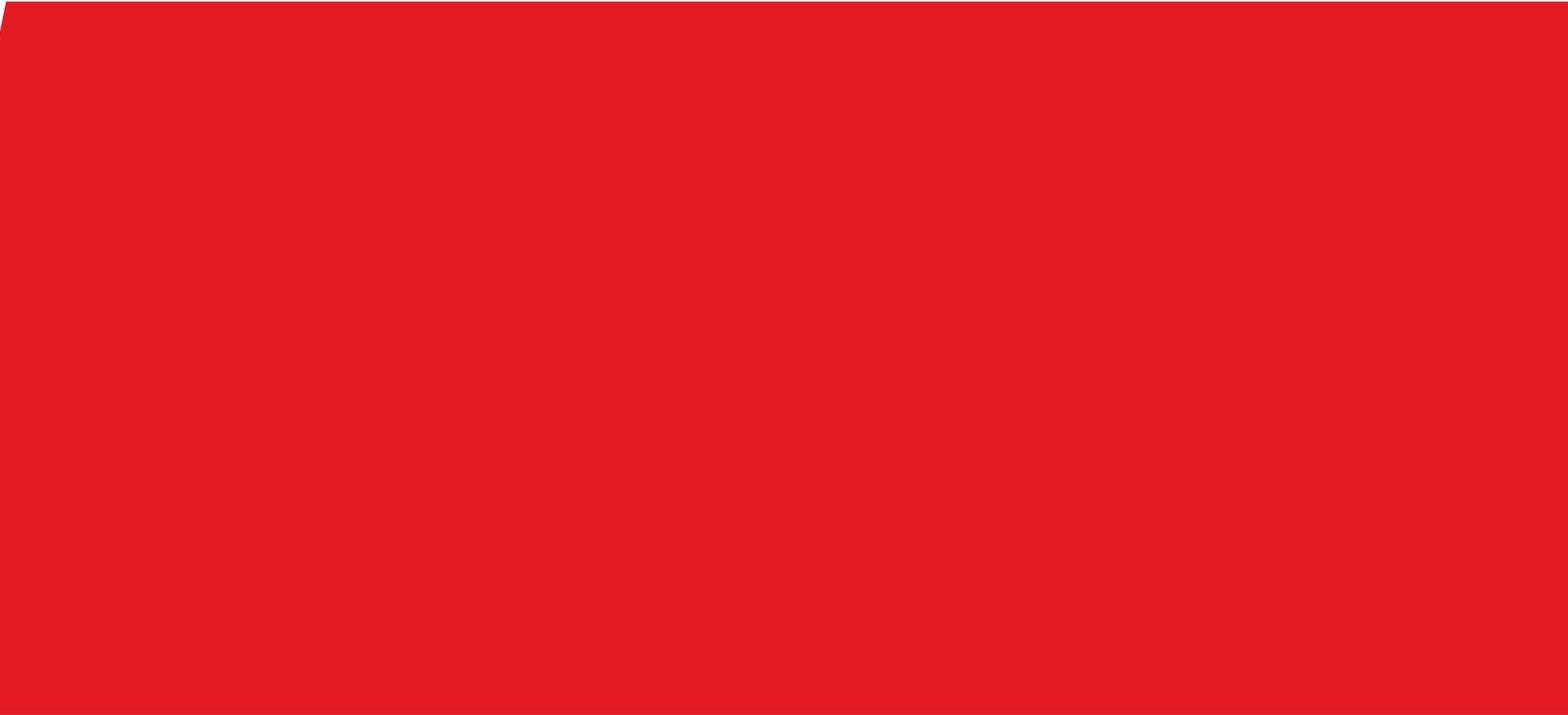
Margen derecho : 2.5 cm

Encabezado : 1.0 cm

Pie de página : 1.0 cm

*Cualquier otra propuesta o duda comuníquese con la Oficina General de Imagen y Comunicaciones (OGIC)  
para absolver sus consultas y obtener la aprobación de las iniciativas.*





cia  
nos