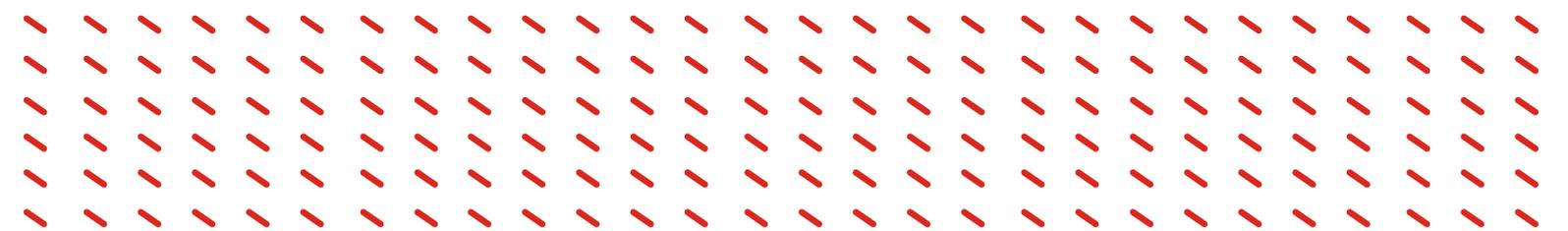




Manual de comunicaciones

2023

Diseño y redacción a cargo de Lisha María Hoyos Sin y Joan Sebastián Cruz Ávila
Concepción y dirección a cargo de Diva Marcela García García y Fernando Ruiz Vallejo



Índice

1 Introducción

2 Objetivos

3 Público objetivo

4 Canales de difusión

4.1 Página Web

4.2 Correo electrónico

4.3 Facebook y Twitter

4.4 YouTube

4.5 Zoom

4.6 Boletines

5 Protocolos para el manejo de canales de difusión en eventos

6 Identidad visual

6.1 Introducción

6.2 Logotipo

6.3 Colores

6.4 Tipografía

6.5 Aplicaciones

6.6 Usos incorrectos

7 Anexos

1 Manual para el uso de Facebook y Twitter

2 Manual para el manejo del canal de YouTube

3 Manual para Boletines

4 Cortina para eventos

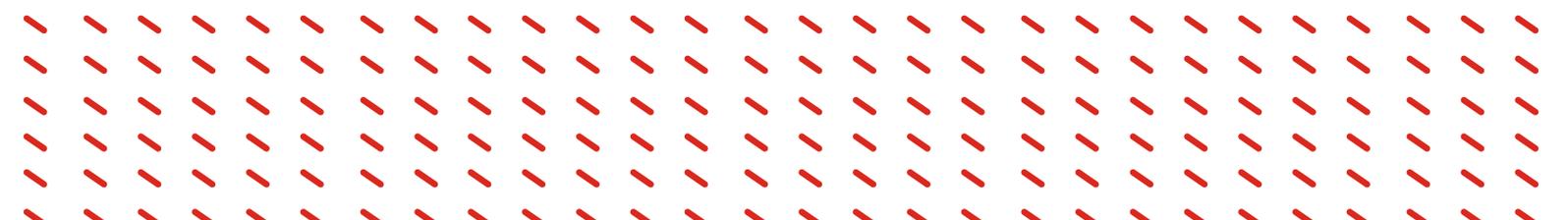
5 Guía para la retransmisión de eventos virtuales por YouTube

6 Configuración en zoom en caso de participación de intérpretes.

7 Ensayo Previo para Eventos en Zoom

8 Notas de prensa para actualizar la página de ALAP

9 Manual de Marca



1. Introducción

Dado que el objetivo general de la Asociación Latinoamericana de Población (ALAP) es la consolidación y difusión del conocimiento demográfico, estableciéndose como un espacio de encuentro y debate dentro de la comunidad científica, se hace necesario que la estrategia de comunicaciones esté encaminada al fortalecimiento de los canales de comunicación entre ALAP y sus asociados y asociadas, como también, de cara a la opinión pública y los aliados institucionales.

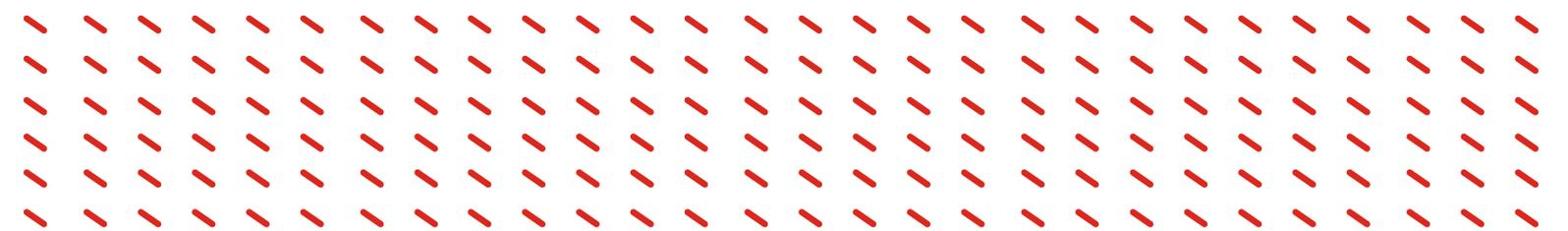
En este documento se encuentra el manual de comunicaciones propuesto por la Directiva de ALAP 2023-2024, en el que se incluyen los objetivos, la definición del público objetivo, el lenguaje, los mensajes y los canales de difusión que servirán para la consecución del objetivo general de ALAP.

Adicionalmente, se incluye el protocolo para hacer transmisiones de eventos por el canal de YouTube y otros anexos que sirven como guía para el manejo de todos los canales de difusión de información.

2. Objetivos

2.1 Definición de los procesos y procedimientos para la gestión de las comunicaciones de la Asociación, de manera que se garantice la circulación de la información con criterios de publicidad, transparencia y oportunidad.

2.2 Facilitar el relacionamiento entre los socios, la directiva y el público general.



3. Público objetivo

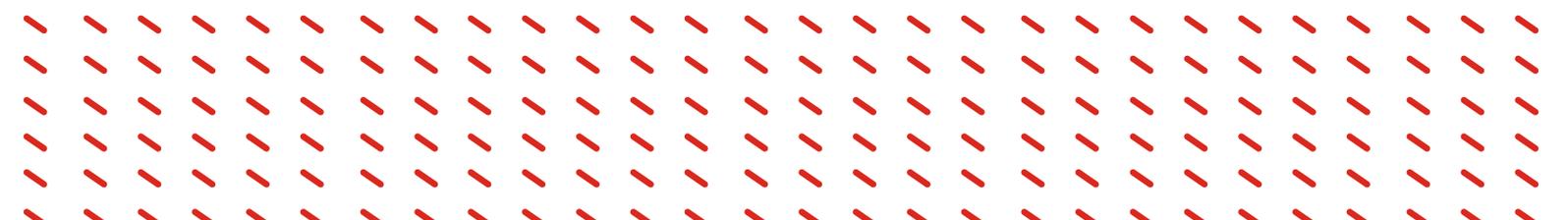
El público principal son los asociados y asociadas de ALAP, sin embargo, se espera que personas u organizaciones interesadas de la comunidad académica en temas de demografía y población encuentren en nuestros canales información relevante y actualizada sobre la Asociación.

4. Canales de difusión

Los mensajes transmitidos por los canales de difusión deberán tener lenguaje inclusivo utilizando el @ para referirse a las diferentes identidades o utilizando el símbolo / . Por ejemplo: "l@s asociad@s" o "los/as asociados/as"

4.1 Página web

Recientemente la página web fue actualizada, por lo que parte de la estrategia es mantenerla actualizada. En la página debe estar disponible la información específica sobre la Asociación, su historia, directivas y redes de investigación. También se deben encontrar publicaciones, noticias relevantes e información para que los/as interesados/as puedan afiliarse.



El público principal son los asociados y asociadas de ALAP, sin embargo, se espera que personas u organizaciones interesadas de la comunidad académica en temas de demografía y población encuentren en nuestros canales información relevante y actualizada sobre la Asociación.

La gestión de la página web está a cargo de la Secretaría de ALAP, como también de la empresa encargada del soporte técnico.

Para más detalles sobre las notas de prensa para actualizar la página ir al [anexo 8](#).

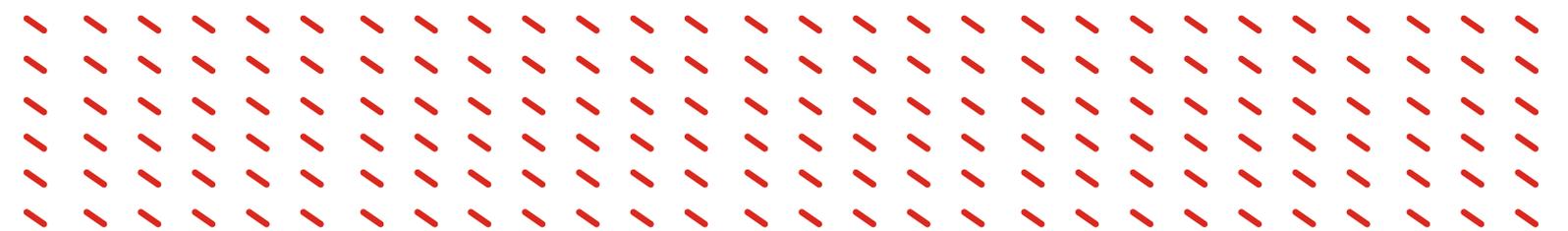
Mensajes:

El público objetivo de la página web son personas, instituciones u organizaciones de la comunidad académica, sean o no asociad@s. Por esto, se propone que los mensajes difundidos en la página revelen el rol de ALAP en el campo demográfico latinoamericano. El lenguaje debe ser formal y concreto para que los visitantes encuentren fácilmente la información deseada.

Para más detalles sobre el lenguaje a utilizar se recomienda ver el manual de marca que se encuentra en el [anexo 9](#).

4.2 Correo electrónico

El correo electrónico es el canal más directo entre la Asociación y sus asociados/as y aliados. Por ende, se debe hacer un uso estratégico para garantizar su recepción y no generar saturación en la comunicación. Este canal estará a cargo de la secretaría de ALAP. Como criterio para la garantía del habeas data, se requiere que todos los destinatarios vayan en copia oculta.



4.3 Facebook y Twitter

Son las redes sociales y públicas de la Asociación, cualquier persona puede acceder a los perfiles tanto de Facebook como Twitter en busca de información sobre demografía y población en el contexto latinoamericano. Además, cumplen con el objetivo de conectar a la Asociación con otras asociaciones, instituciones educativas y de investigación.

Las direcciones de correo institucionales se encuentran asociadas a la página son las siguientes:

- presidencia@alapop.org
- alap.secretaria@alapop.org
- alap.finanzas@alapop.org
- alap.revista@alapop.org
- comunicaciones@alapop.org
- redes@alapop.org

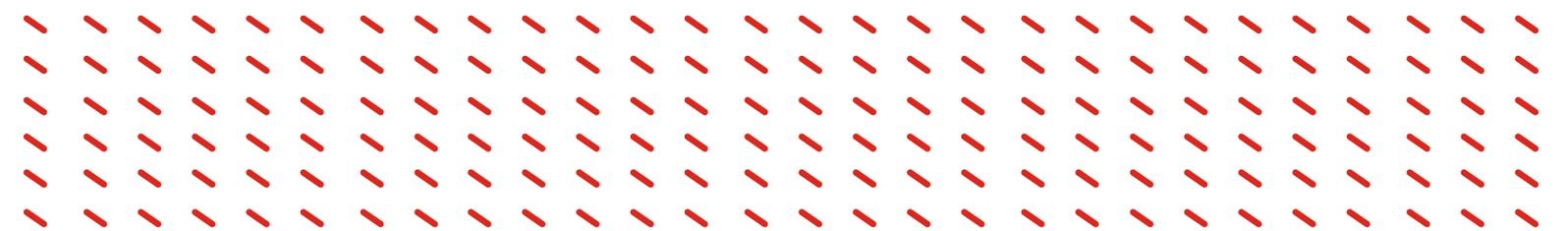
Las contraseñas de las mismas se encuentran en un documento que será entregado a cada directiva entrante.

Si se crean otras cuentas para las instancias internas o las redes de investigación deben incluir en su nombre la siguiente estructura: área institucional + .alap@...

Mensajes:

Los mensajes que circularán por el correo electrónico tendrán el objetivo exclusivo de divulgar las comunicaciones de la Asociación, así como los eventos realizados por las redes. Es por este medio que asociados y asociadas podrán ponerse en contacto con la Asociación, por lo que se espera que la comunicación tenga respuesta en el menor tiempo posible.

Para ingresar a Twitter se necesitará el nombre de usuario: @ALAP_LA y no requiere ningún tipo de confirmación para ingresar a la cuenta. Mientras que para Facebook se necesitará el nombre de usuario: ALAPoblacion



En el caso de que se creen cuentas en estas redes sociales por parte de alguna de las instancias internas de ALAP o de las redes de investigación, se recomienda que los nombres de usuario terminen en “.alap”.

Mensajes:

Las redes sociales serán los principales canales de difusión de eventos, convocatorias, noticias tanto internas (ALAP), como externas (aliados). Se espera que ambas redes tengan publicaciones con periodicidad semanal. El lenguaje utilizado debe ser concreto, con un mínimo de caracteres por publicación, y puede ir acompañado de piezas gráficas o audiovisuales que complementen el mensaje.

Para que los asociados soliciten la circulación de información de sus eventos por estas redes, se cuenta con un [formulario de Google Forms](#) desde el que se consigna toda la información necesaria para hacer las divulgaciones correspondientes.

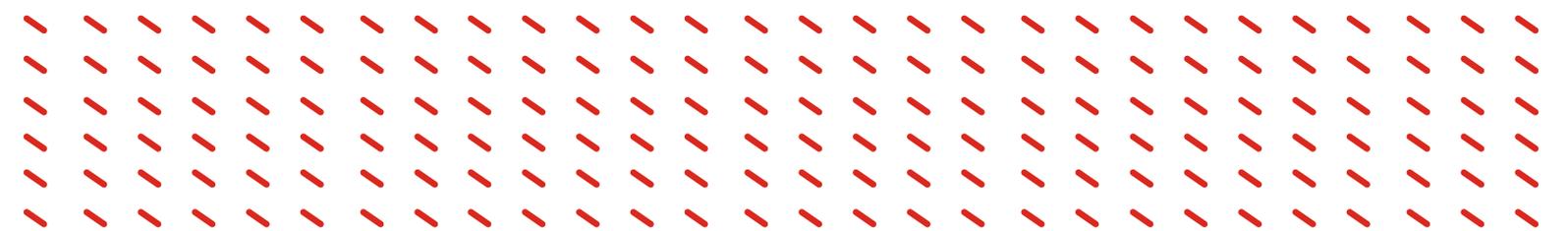
Para más detalles sobre el uso de Facebook y Twitter ir al [anexo 1](#).

4.4 YouTube

Esta plataforma cumple una doble función para ALAP: (1) divulgación de conocimiento: ya que permite compartir videos educativos, conferencias, seminarios y presentaciones con el público objetivo y el que pueda estar interesado; (2) archivo y referencia: YouTube actúa como un repositorio de videos, lo que permite a la Asociación archivar su contenido y tenerlo disponible para futuras referencias.

Por el canal de YouTube de ALAP también se realizan retransmisiones de eventos propios de la Asociación y de entidades aliadas. Dichos eventos tienen una gestión institucional previa a cargo de la directiva regente que se especifica en el punto 5 del presente manual.

El ingreso al canal se hace mediante el correo de Comunicaciones ALAP (alapcomunicacion@gmail.com) y la confirmación llega al número de teléfono de la persona administradora de comunicaciones.



Mensajes:

Dentro del canal de YouTube de la Asociación cada video deberá pertenecer a una lista de reproducción según la categoría a la que pertenezca, deberá tener un título simple que haga referencia al tema del video o al evento del que se deriva y una descripción en la que se encuentre la información relevante (quiénes son las personas que aparecen en el video, el evento del que forma parte y sus organizadores).

Para más detalles sobre el uso de YouTube ir al [anexo 2](#) y en caso de requerir una retransmisión de un evento virtual ir al [anexo 5](#).

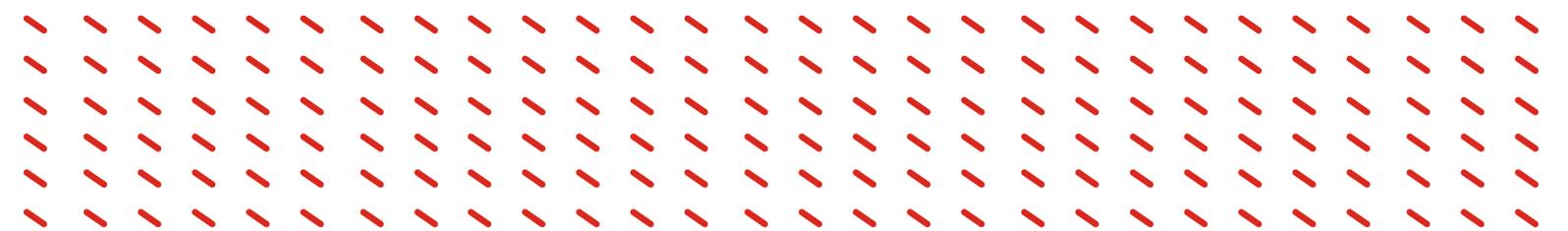
4.5 Zoom

Zoom es una herramienta de comunicación y colaboración que ALAP utiliza para llevar a cabo reuniones, conferencias y eventos virtuales en tiempo real. Esta plataforma cumple varias funciones para ALAP: (1) reuniones y eventos virtuales: Zoom permite a la Asociación llevar a cabo reuniones de equipo, sesiones de trabajo, conferencias, seminarios y presentaciones en línea con el público objetivo y aquellos interesados en participar; (2) archivo y referencia: Al igual que YouTube, Zoom también actúa como un repositorio de contenido, lo que permite a ALAP archivar las grabaciones de las reuniones y eventos. De esta manera, el contenido se encuentra disponible para futuras referencias y consultas.

El ingreso a la cuenta se hace mediante el correo de Finanzas ALAP (alap.finanzas@alapop.org) y la confirmación llega al correo de secretaría ALAP (alapop.secretaria@gmail.com).

Para las reuniones y eventos en Zoom, los participantes recibirán un enlace de invitación enviado a través de los medios que ALAP considere pertinentes, donde se incluirá la fecha, hora y enlace de acceso.

Para más detalles sobre el uso de Zoom ir al [anexo 6](#) y al [anexo 7](#).



4.6 Boletines

Los boletines informativos son los documentos en donde se consigna la gestión realizada en la Asociación semestralmente. Su elaboración está a cargo de la Directiva y se difunden por el correo electrónico y por la [página web](#). En esta última se puede encontrar un registro de todos los boletines de ALAP.

Para mayor información sobre la elaboración de los boletines puede consultarse el [anexo 3](#).

5. Protocolos para el manejo de canales de difusión en eventos

Antes del evento:

Antes de anunciar la transmisión o retransmisión de un evento por los canales de difusión de ALAP se deberá contar con una pieza comunicativa con la siguiente información:

- Nombre del evento.
- Fecha y hora.
- Información sobre quién organiza el evento.

- Formulario de Google Forms para realizar la inscripción previa, en el que deben incluirse los siguientes campos: nombre, correo, país de residencia, institución y sexo, además de los que consideren pertinentes. Debe garantizarse que desde la pieza se acceda al link (que no sea una imagen) o remitir el link de manera independiente.

La pieza y el link deben remitirse a los correos de la Secretaría y la Coordinación de Redes con mínimo 8 días de antelación al evento, para su oportuna divulgación en las redes y vía correo electrónico. Si se requiere algún otro apoyo, también pueden manifestarlo a través de estos correos. La directiva de ALAP creará el enlace de zoom para la reunión y lo remitirá a los coordinadores de la red solicitante, quienes deberán enviarlo a todos los inscritos en el Google Forms.

Además, se sugiere contar con:

- Una portada miniatura para vídeo de YouTube con las siguientes características: 1280px por 720px (una relación de aspecto de 16:9) y en formato PNG o JPG.

Esta es una imagen de referencia, la plantilla editable para incluir el nombre del evento se encuentra [aquí](#).



- Imagen cortina de ALAP con el nombre del evento ([anexo 4.](#))

Adicionalmente se deberá hacer una planeación de difusión de contenido por redes sociales con mínimo una semana de anticipación. En esta planeación se deberá incluir:

- Texto de máximo 280 caracteres para difusión en Twitter y Facebook
- Elemento gráfico con toda la información
- Fecha para hacer la publicación

Para que la secretaría de ALAP pueda hacer las publicaciones en las redes sociales, esta planeación debe consignarse en el [formulario de Google Forms](#) dispuesto para hacer publicaciones por redes sociales de ALAP.

Antes del evento:

- Se recomienda hacer un ensayo el día anterior al evento para comprobar que todo está en orden, para mayor información ir al [anexo 7.](#)
- En caso de requerir la participación de intérpretes para el evento ir al [anexo 6.](#)

Durante el evento:

- Desde la directiva de ALAP se habilitará la conexión de zoom media hora antes del evento para iniciar las pruebas técnicas, asignar los anfitriones que estarán a cargo del evento y apoyar la transmisión del evento por YouTube.
- Se recomienda utilizar la cortina para eventos ([anexo 3](#)) para poner como fondo de pantalla en pantalla compartida en las reuniones o eventos oficiales de ALAP. Esta plantilla está en un documento en PowerPoint para que pueda editarse con el nombre de cada evento.
- Las personas encargadas del evento deberán hacer la instalación, presentación de los ponentes, moderación del tiempo y demás procedimientos necesarios según la metodología dispuesta por el equipo organizador

Para más detalles sobre el uso de YouTube ir al [anexo 2.](#)

Después del evento:

- Se solicita el envío de una nota que reporte lo ocurrido en el evento (uno o dos párrafos) y alguna imagen, información que circularemos por redes junto con el link de YouTube para divulgar el evento realizado.
- Junto con dicha nota, se solicita el envío de una tabla síntesis que reporte la información principal de los participantes, la cual será usada para generar los informes de las actividades de la Asociación.

En caso de requerir certificaciones de la participación de ponentes, deberán solicitarlas como máximo 8 días después del evento al correo: alapop.coordinacion@gmail.com

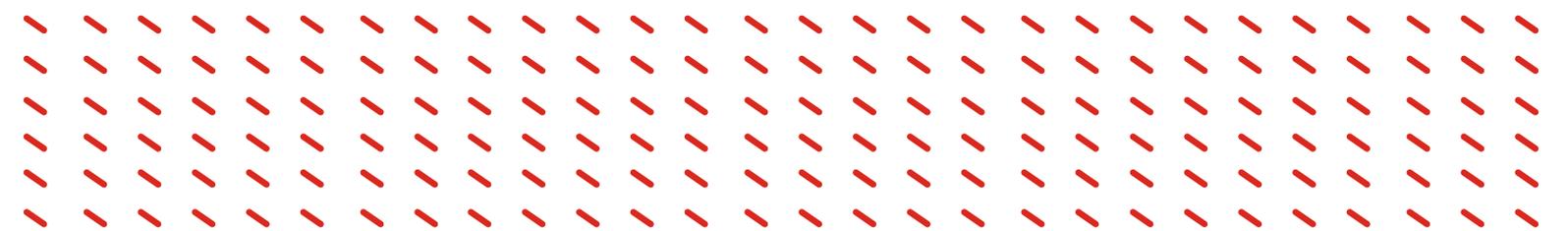
6. Identidad visual

6.1 Introducción

El presente manual establece las directrices para el uso correcto de la identidad visual de la Asociación Latinoamericana de Población. Estas pautas deben seguirse en todas las comunicaciones y materiales visuales relacionados con la asociación, con el fin de mantener una imagen coherente y profesional.

6.2 Logotipo

Descripción: El logotipo de la Asociación consta de un símbolo (croquis de América Latina) y las siglas del nombre de la asociación (ALAP). El símbolo representa a una región latinoamericana unida a través de la investigación.

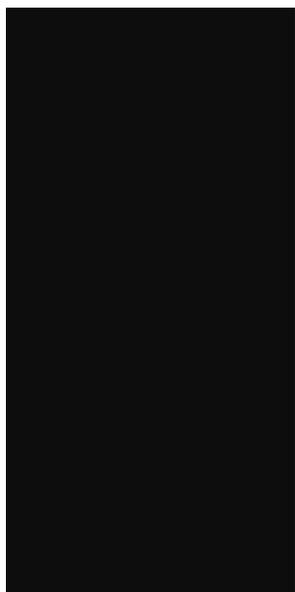


Variantes: El logotipo puede presentarse en versiones horizontales y verticales, y se dispone de una versión en blanco y negro para casos especiales. Adicionalmente, hay dos versiones del logo, una con la palabra ALAP y otra únicamente con el símbolo.

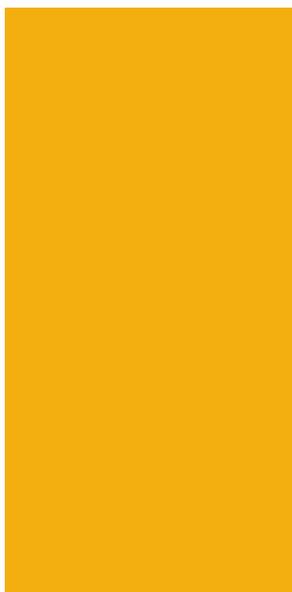
Área de protección: Se debe mantener un espacio mínimo equivalente al ancho del símbolo alrededor del logotipo para asegurar su legibilidad.

6.3 Colores

Paleta de colores: Los colores corporativos de la asociación son el negro (#0D0D0E), amarillo (#F3AF0F), rojo (#DA2920) y el gris (#A2A2A3). Estos colores deben utilizarse consistentemente en todos los materiales y aplicaciones de la marca.



#0D0D0E



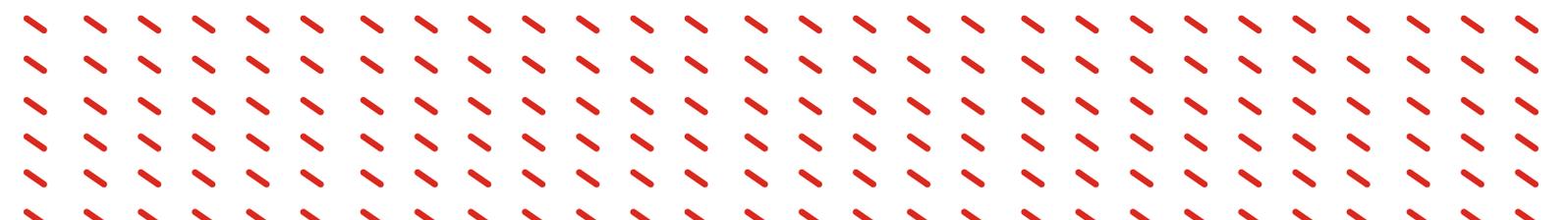
#F3AF0F



#DA2920



#A2A2A3



6.4 Tipografía

Tipografía principal: Se utilizará la fuente Sans Serif "Arial" para el nombre de la asociación y para textos de menor importancia.

Tipografía secundaria: Para textos de mayor extensión, se emplearán las fuentes "Times New Roman" o "Calibri" para una mejor legibilidad.

6.5 Aplicaciones

Papelería: El logotipo de la asociación se colocará en la esquina superior derecha de las hojas de papel membrete. El nombre de la asociación se imprimirá con el negro corporativo.

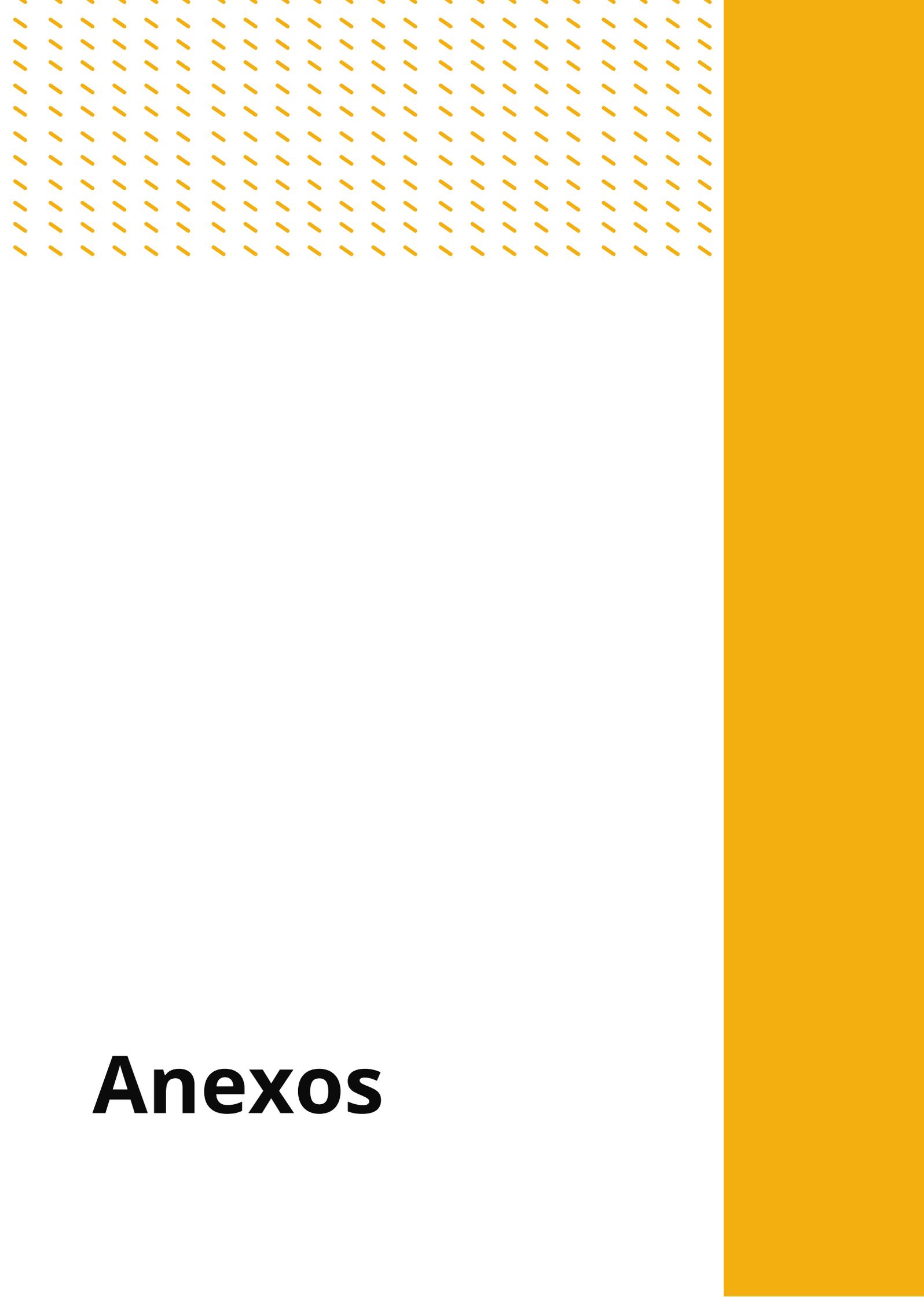
Sitio web: El logotipo se mostrará en la parte superior izquierda de cada página del sitio web. Se utilizará una versión optimizada del logotipo para una carga rápida y una correcta visualización en diferentes dispositivos.

Redes sociales: El logotipo se utilizará como imagen de perfil en todas las plataformas de redes sociales. Se recomienda utilizar una versión simplificada del logotipo que se adapte a los formatos cuadrados y redondos.

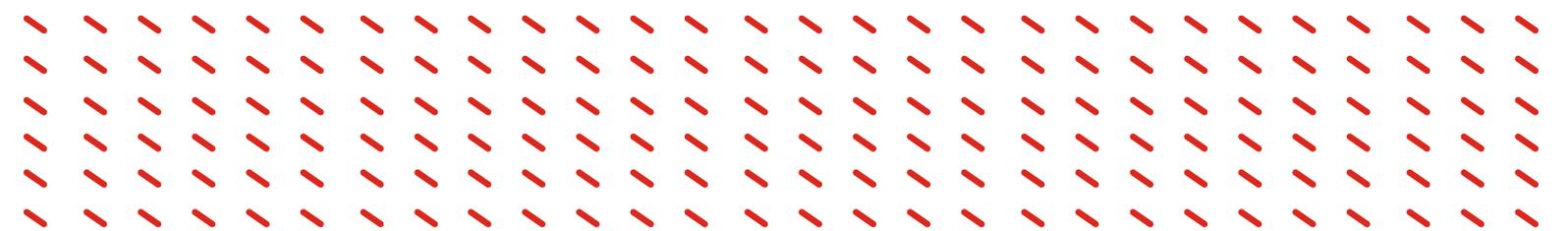
Con otros logos: Cuando hay eventos en alianza con otras organizaciones o con las redes de ALAP, se utilizará el logotipo con las siglas de ALAP y se tendrá en cuenta el área de protección del logotipo y el fondo blanco para su óptima lectura.

6.6 Usos incorrectos

- No se deben modificar proporciones, colores o elementos del logotipo.
- No se debe colocar el logotipo sobre fondos que dificulten su legibilidad.
- No se deben utilizar versiones no autorizadas o distorsionadas del logotipo.
- No se deben alterar los colores del logotipo.



Anexos



Anexo 1: Manual para el uso de Facebook y Twitter

1. Introducción

El presente manual establece las directrices para el uso de las redes sociales (Facebook y Twitter) de la Asociación Latinoamericana de Población. El objetivo es mantener una presencia en línea coherente y profesional, representando los valores y objetivos de la asociación de manera efectiva.

2. Identidad y Tonality

Identidad: La asociación se presenta como una entidad académica que conecta a la comunidad investigativa en el área de demografía y población con entidades u organizaciones de interés.

Tonality: La comunicación en redes sociales debe ser amigable, informativa y respetuosa, transmitiendo un tono profesional y accesible.

3. Perfiles y Configuración

Plataformas

La asociación mantendrá perfiles activos en las siguientes redes sociales:

- Twitter

Nombre de usuario: @ALAP_LA

Enlace del perfil: [Twitter](#)

- Facebook

Nombre de usuario: ALAP - Asociación Latinoamericana de Población

Enlace del perfil: [Facebook](#)

Información del perfil: en la información del perfil siempre debe encontrarse el enlace de la página web de la asociación. Adicionalmente, se actualizará regularmente con enlaces de interés (como eventos, publicaciones o convocatorias).

Imagen de perfil y portada: Utilizar el logo sin letras de la asociación como imagen de perfil y una imagen relacionada con la temática académica como imagen de portada.

4. Identidad Visual

Logotipo: El logotipo oficial de la asociación se utilizará en todas las publicaciones que surjan directamente de la asociación, preferiblemente en una esquina o posición visible pero no intrusiva.

Colores: Se utilizarán los colores corporativos de la asociación, los códigos se encuentran en el [manual de identidad visual](#).

Tipografía: Utilizar fuentes claras y legibles en todas las publicaciones.

5. Creación de Contenido

Temáticas: Publicar contenido relacionado con las actividades académicas, investigaciones, eventos y logros de la asociación, de sus asociados y de organizaciones o entidades aliadas. Además, repostear información de interés de cuentas confiables y, preferiblemente, institucionales.

Formatos: Utilizar una variedad de formatos, como imágenes, videos, enlaces a artículos o blogs, para mantener el interés de los seguidores.

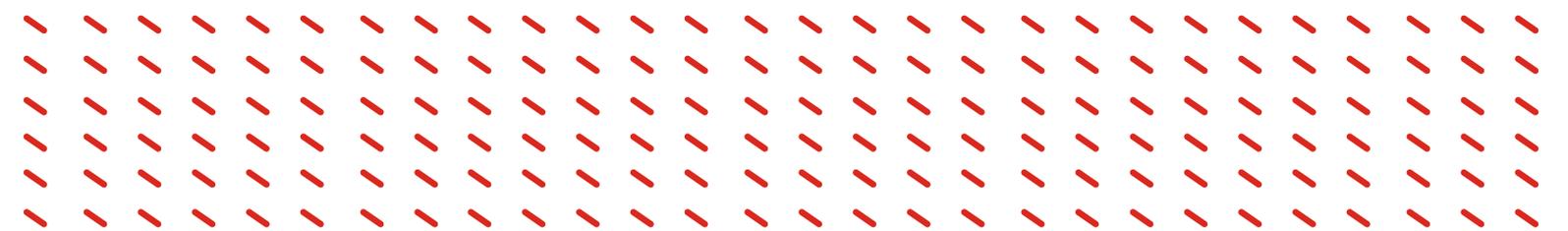
Indicativos: al inicio de cada publicación se escribirá una palabra que indique el tipo de mensaje que se brinda; si es un evento, una convocatoria, información, publicación, etc. A continuación, un ejemplo:



6. Interacción y Respuestas

Comentarios y Mensajes Directos: Responder a los comentarios y mensajes de los seguidores de manera oportuna, cortés y profesional.

Moderación: Moderar los comentarios según las políticas establecidas, eliminando contenido inapropiado o spam.



Anexo 2: Manual para el manejo del canal de YouTube

1. Introducción

El presente manual establece las directrices para el uso del canal de YouTube de la Asociación Latinoamericana de Población. El objetivo es mantener una presencia en línea organizada, coherente y profesional, representando los valores y objetivos de la asociación de manera efectiva.

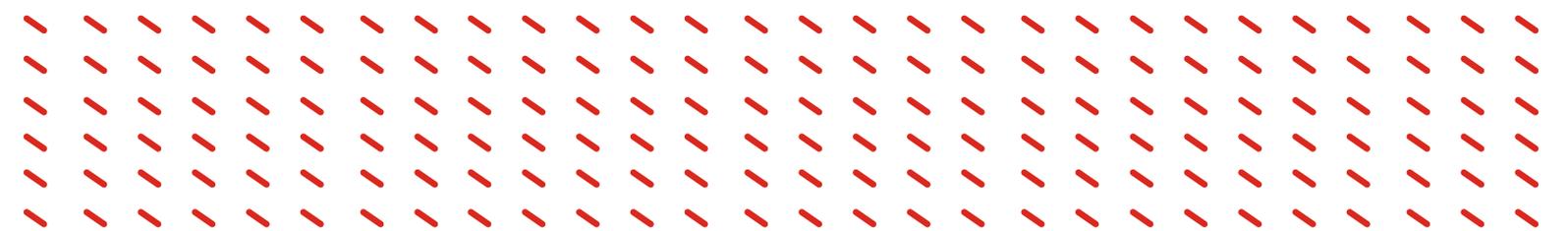
2. Perfil y configuración

Nombre de usuario: @alapoblacion7062

Enlace del perfil: [ALAPoblación - YouTube](#)

Información del perfil: en la descripción del perfil siempre debe encontrarse el enlace de la página web de la asociación y de los perfiles de Twitter y Facebook. Adicionalmente, se actualizará regularmente con enlaces de interés (como eventos, publicaciones o convocatorias).

Imagen de perfil y portada: Utilizar el logo sin letras de la asociación como imagen de perfil y una imagen relacionada con la temática académica como imagen de portada.



4. Identidad Visual

Logotipo: El logotipo oficial de la asociación se utilizará en todas las publicaciones que surjan directamente de la asociación, preferiblemente en una esquina o posición visible pero no intrusiva.

Colores: Se utilizarán los colores corporativos de la asociación, los códigos se encuentran en el [manual de identidad visual](#).

5. Creación de Contenido

Listas de reproducción: todos los videos deberán estar incluidos en una lista de reproducción, esto asegura el orden del canal y que los usuarios puedan navegar por él con facilidad. En el caso específico para los eventos que contengan varios videos, se deberá crear una nueva lista de reproducción con la descripción del evento y la fecha en la que dicho evento se realizó.

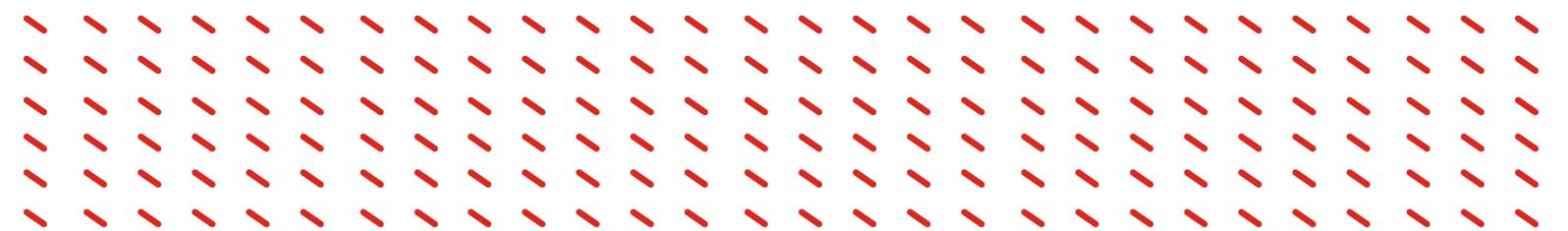
Cada congreso de ALAP deberá tener su propia lista de reproducción con el número del congreso y el año en el que se realizó.

Información de los videos: todos los videos que se suban deberán tener toda la información que pide la plataforma, esto es: título, descripción, miniatura, lista de reproducción y definición de audiencia.

6. Interacción y Respuestas

Comentarios y Mensajes Directos: Responder a los comentarios y mensajes de los seguidores de manera oportuna, cortés y profesional.

Moderación: Moderar los comentarios según las políticas establecidas, eliminando contenido inapropiado o spam.



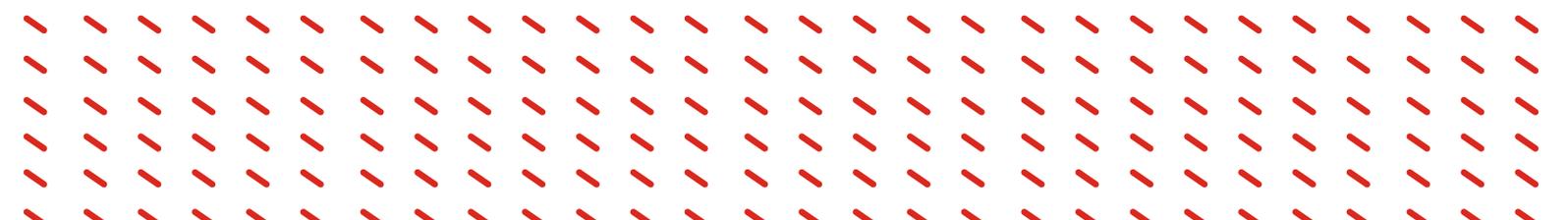
Anexo 3: Manual para Boletines

El Boletín de ALAP es un medio de divulgación y registro de los principales acontecimientos de la Asociación que actualmente tiene una frecuencia semestral. A continuación se detalla su estructura y componentes principales, así como sus mecanismos de consolidación y difusión.

1. Componentes

A continuación se presentan algunos de los elementos que conforman el boletín, que, sin embargo podrán adaptarse a las necesidades de divulgación de la Asociación

- 1.1 Editorial: escrita normalmente desde la presidencia de la Asociación, con el objetivo de presentar los contenidos del Boletín y comunicar los mensajes estratégicos a las asociadas y asociados y la sociedad en general.
- 1.2 Publicaciones: reporte de las publicaciones realizadas en el período reportado en alguno de los formatos o espacios editoriales de la Asociación (Serie Investigaciones Latinoamericanas sobre Población ILAPO, Revista Latinoamericana de Población RELAP, Novedades ALAP). En todos los casos la nota debe incluir un enlace que conduzca al espacio virtual en donde reposan las publicaciones.
- 1.3 Eventos desarrollados en el semestre reportado: en donde se registre la realización de eventos organizados por la junta directiva o las redes de ALAP, así como la participación de ALAP en eventos de otras asociaciones o socios, durante el período reportado. En los casos en los que sea posible, se podrá incluir un enlace que conduzca al espacio virtual en donde repose el video de los eventos. Cuando en el período que se reporta tuvo lugar el Congreso de ALAP, un reporte detallado del mismo tendrá lugar en el boletín, como también un enlace que conduzca a las memorias y videos relacionados.



1.4 Eventos a realizarse en el semestre siguiente: el boletín servirá para divulgar los eventos que se prevén para el semestre posterior por parte de la junta directiva, las redes o las Asociaciones Nacionales.

1.5 Obituarios: en los que se haga homenaje a las personas fallecidas de la comunidad demográfica latinoamericana.

1.6 Oportunidades: referidas a posibilidades laborales, becas o publicaciones.

1.7 Otras noticias de interés o mensajes institucionales que se quieran circular entre la comunidad alapiana.

8 Equipo de trabajo de ALAP en todos sus grupos de trabajo.

2. Mecanismos de consolidación

Para la consolidación de la información incluida en el Boletín, además de la recopilación de la información producida por la Junta Directiva en el ejercicio de su labor, la Secretaría producirá consultas a los diferentes grupos de trabajo de la Asociación (Coordinación de Redes y Redes de trabajo, Comité editorial, Editores/as RELAP), y a las Asociaciones Nacionales de Demografía y Población existentes en la región.

3. Mecanismos de difusión

El Boletín puede ser divulgado vía correo electrónico y en redes sociales, y será alojado en la página Web de la Asociación.

Anexo 4: Cortina para eventos

Una cortina para eventos se utiliza como fondo visual al inicio de los eventos, en el caso de eventos virtuales como reuniones, congresos, conversatorios o seminarios, la persona anfitriona debe compartir la pantalla con la cortina desde que inicia la reunión hasta que se da por empezado el evento, así, los usuarios que se unen pueden ver el nombre del evento y la frase “En unos minutos comenzamos”.

Esta es una imagen de referencia, la plantilla editable para incluir el nombre del evento se encuentra [aquí](#).

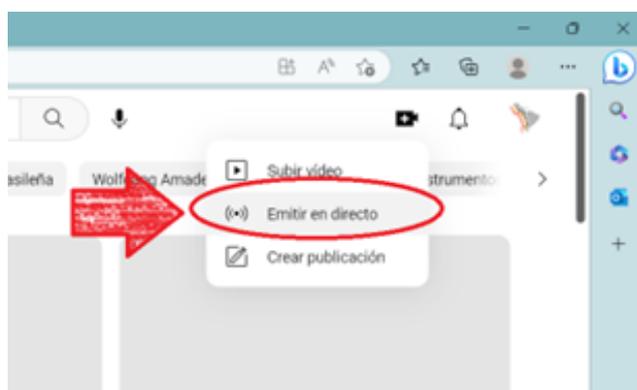


Anexo 5: Guía para la retransmisión de eventos virtuales por YouTube

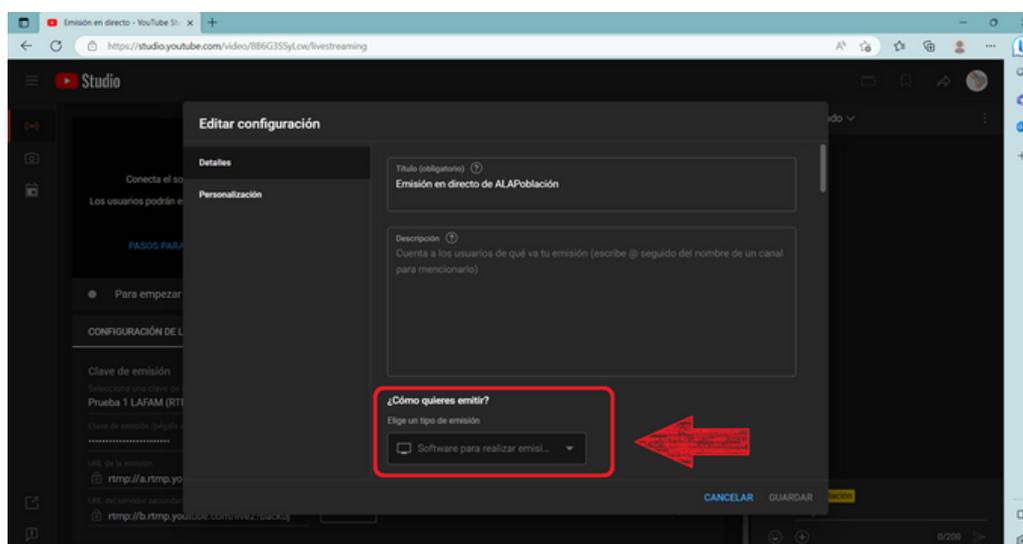
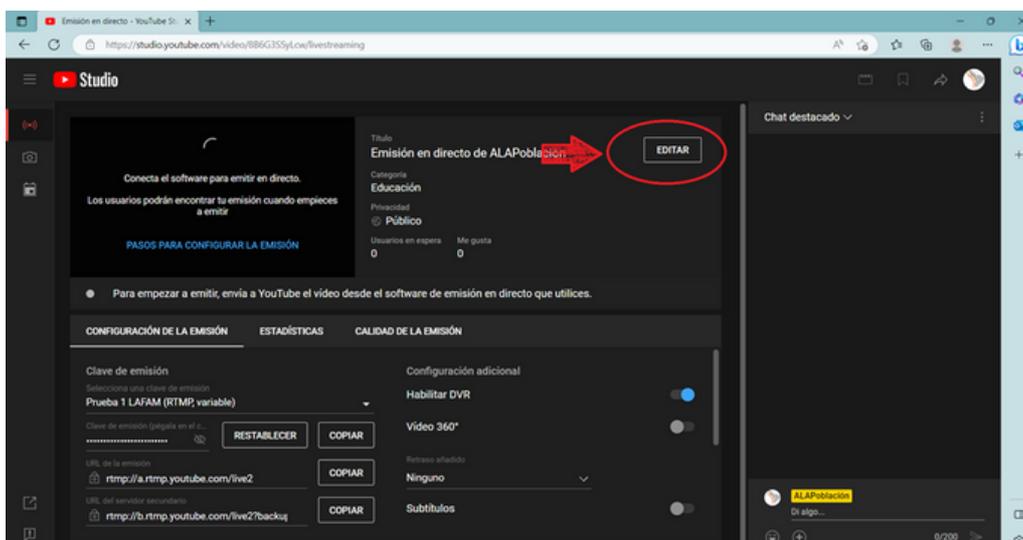
Paso a paso para la transmisión:

1. La transmisión se puede hacer directamente por YouTube o a través de un software de transmisión, se recomienda hacerlo usando OBS un software que se puede descargar de manera gratuita en: <https://obsproject.com/es/download>
2. Se debe verificar el acceso a las cuentas de ZOOM y YouTube de ALAP.
3. Preparación en YouTube:

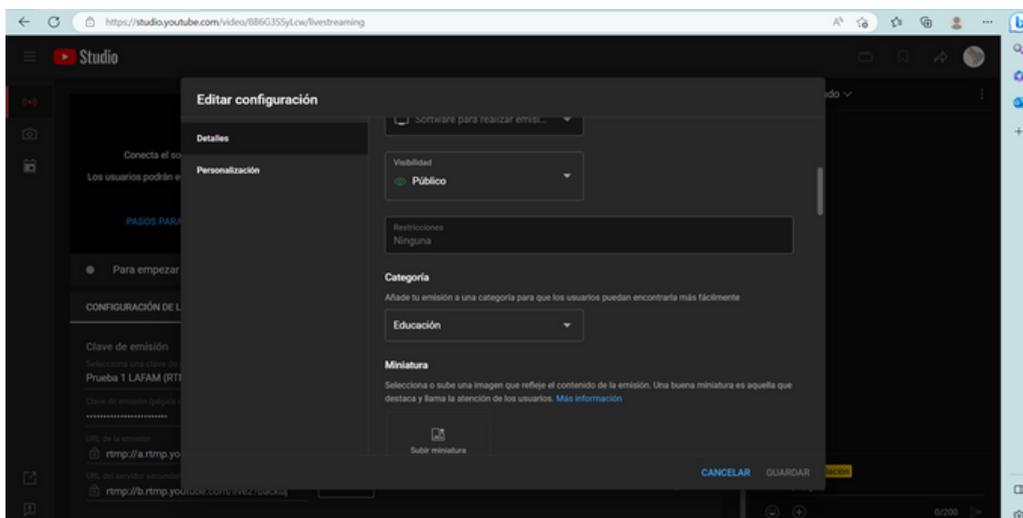
Ingresa a la cuenta de YouTube, luego da clic en el botón **emitir en directo**



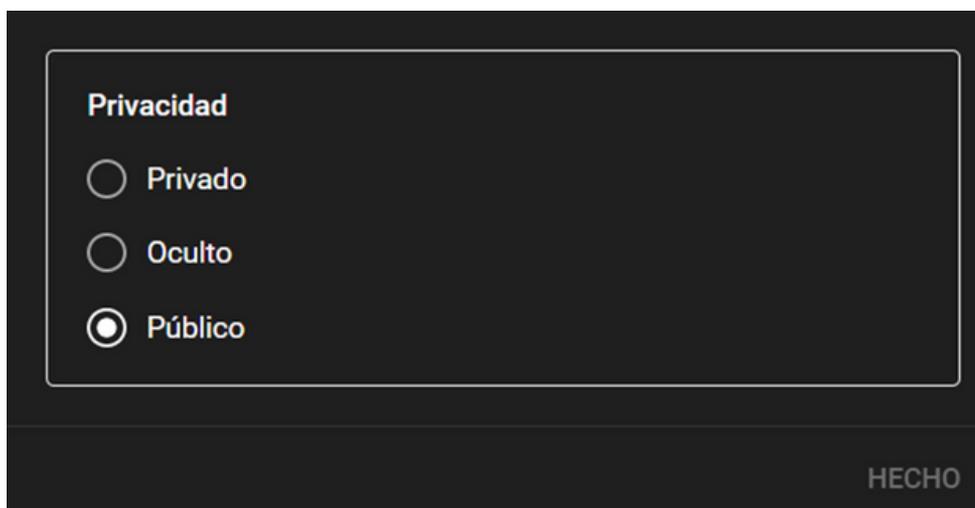
Llegarás a YouTube Studio, que es la página en donde se hará la transmisión, el primer paso es dar clic en el botón Editar para poner el título y la descripción del video.



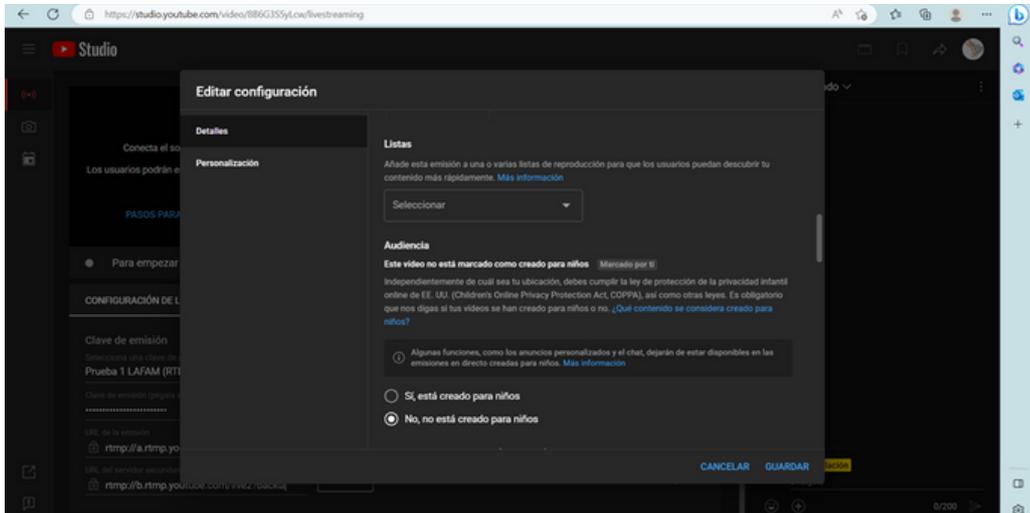
Asegúrate de que en la pregunta **¿Cómo quieres emitir?** esté seleccionada la opción **software para realizar transmisión.**



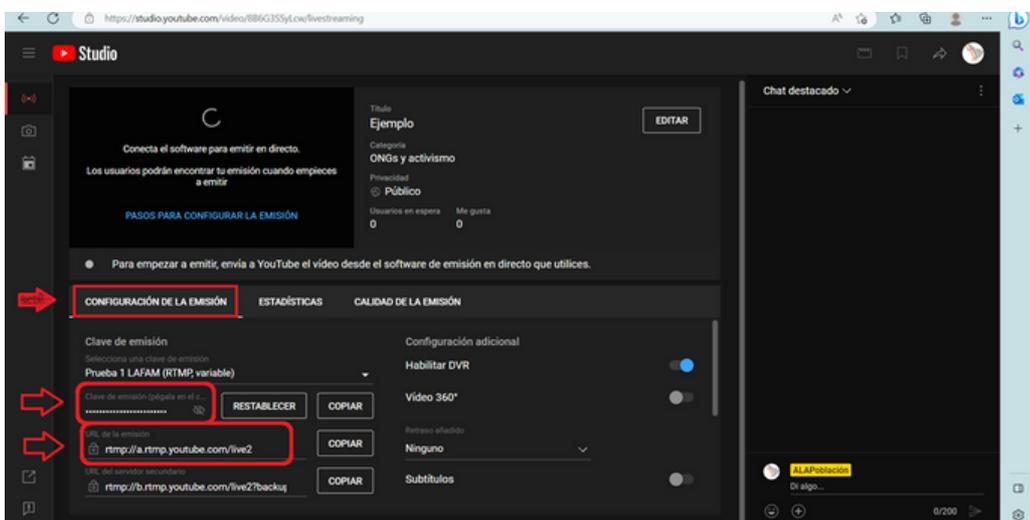
Más abajo encontrarás la visibilidad (quiénes quieres que vean la transmisión). Cuando se haga la prueba para la transmisión la visibilidad deberá ser **privada**, una vez revisadas las configuraciones y al momento de la transmisión la visibilidad deberá ser **pública**, esto significa que cualquier persona puede acceder a la transmisión y al video que resulta de ella en el canal de YouTube.



Luego deberás escoger la **categoría** a la que más se ajuste el tema de la transmisión. Después deberás subir la **imagen miniatura** (las medidas están especificadas en el apartado 5.1 de este documento).



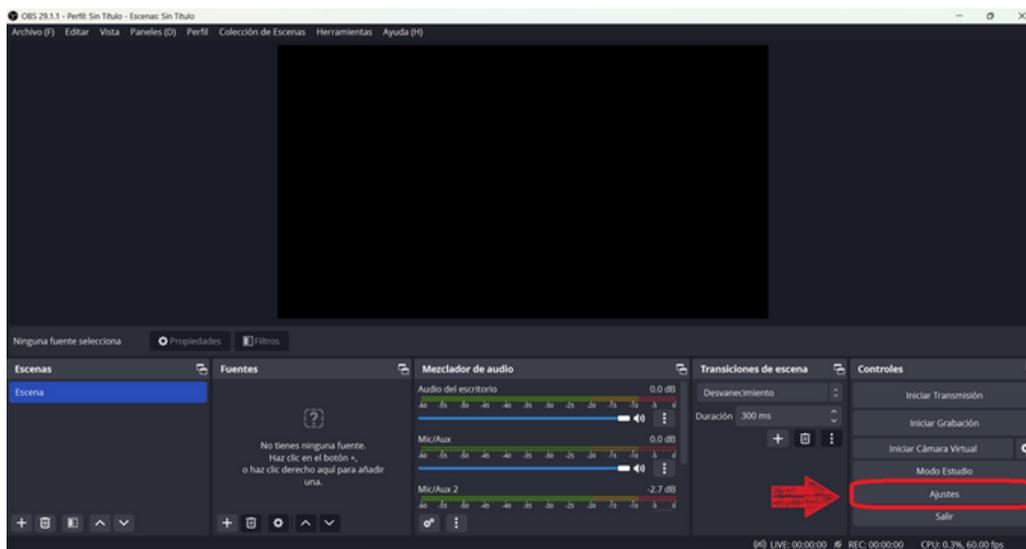
El siguiente paso es incluir el video de la transmisión en una **lista de reproducción** ([anexo 2](#)) y especificar el tipo de audiencia al que va dirigida. No olvides dar clic en **Guardar** una vez termines de editar la configuración de los detalles.



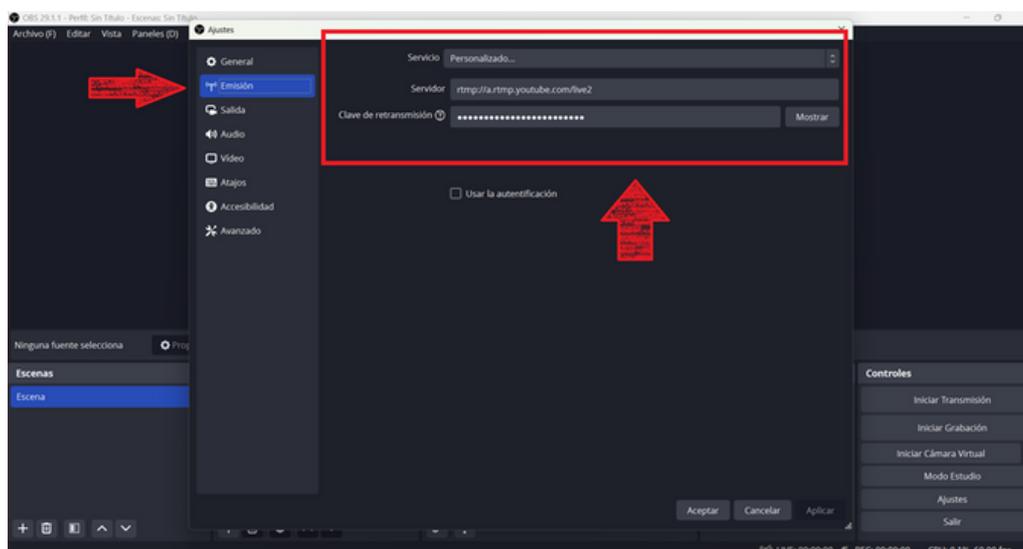
Para hacer la transmisión desde OBS (el software de transmisión), debes tener en cuenta la **clave de la emisión** y la **URL de la emisión**, esta información la encontrarás en la pestaña **configuración de la emisión**.

4. Preparación en OBS y prueba de la transmisión:

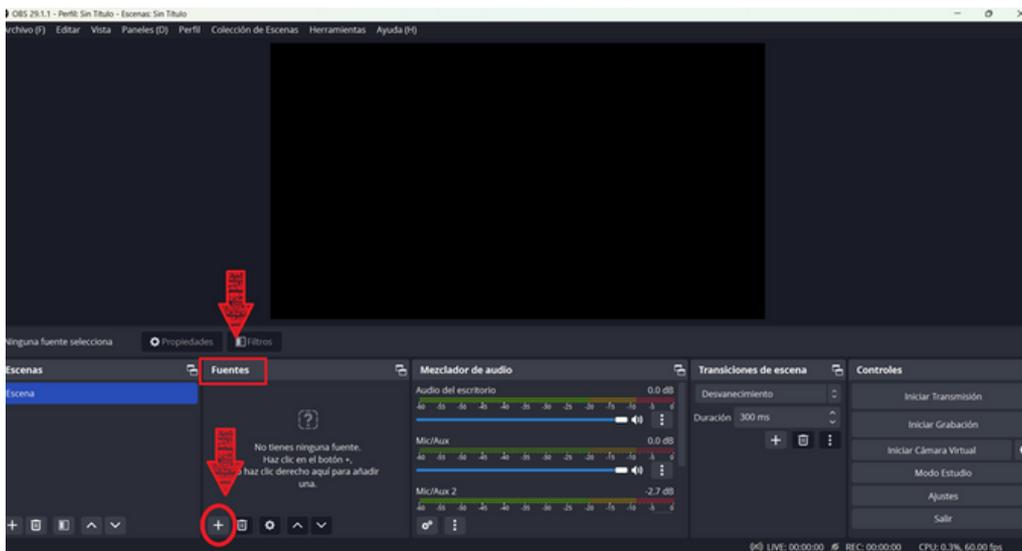
La interfaz de OBS se ve así. Para empezar haz clic en el botón **Ajustes** que encontrarás en la parte inferior derecha.



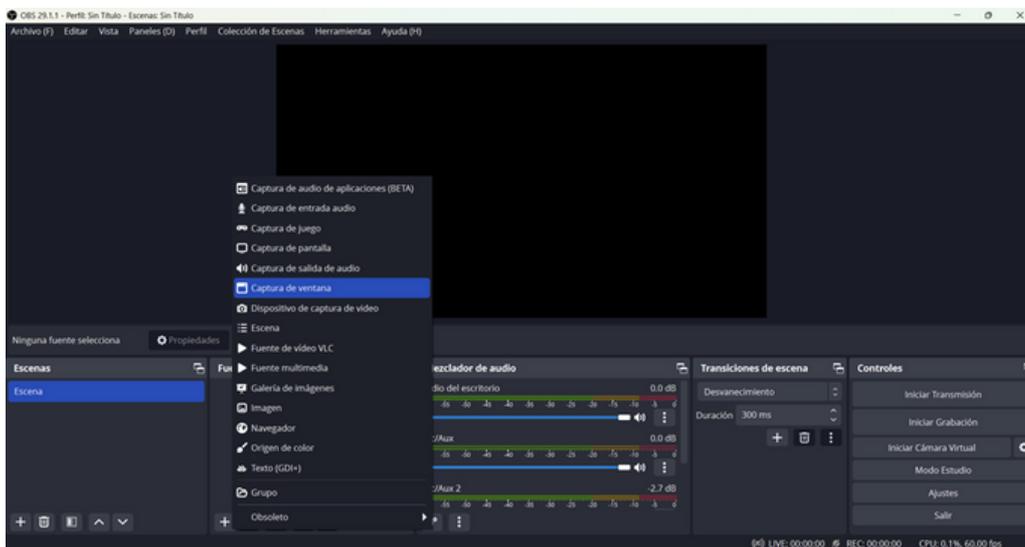
En la pestaña que emerge de ajustes ve al botón **Emisión**, en la parte de **servidor** deberás pegar el URL de emisión que encuentres en YouTube y en la parte de **clave de retransmisión** deberás pegar la clave de emisión que también sacaste de YouTube. Antes de salir de esa pestaña debes dar clic en **Aplicar**.



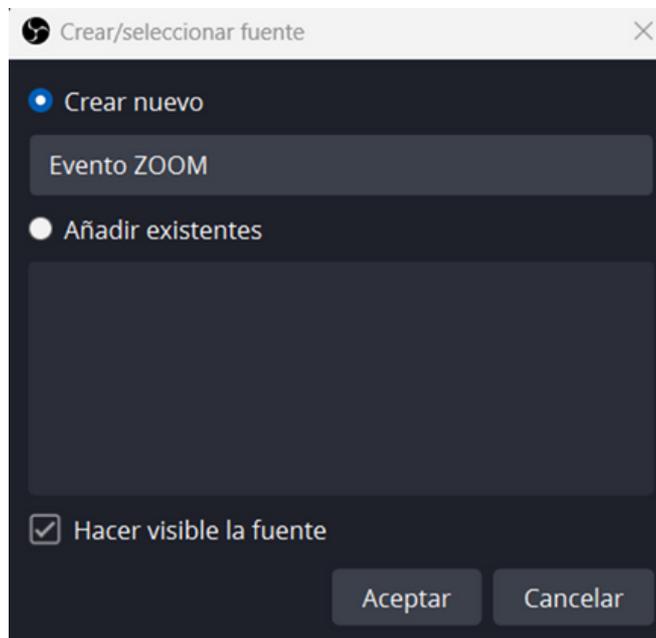
Luego, vas a la sección de **Fuentes** y le das clic en el signo +, esta parte del proceso es la que conecta a OBS con a la reunión de zoom desde la que se va a hacer el evento.



Ahí elegirás la opción **captura de ventana**

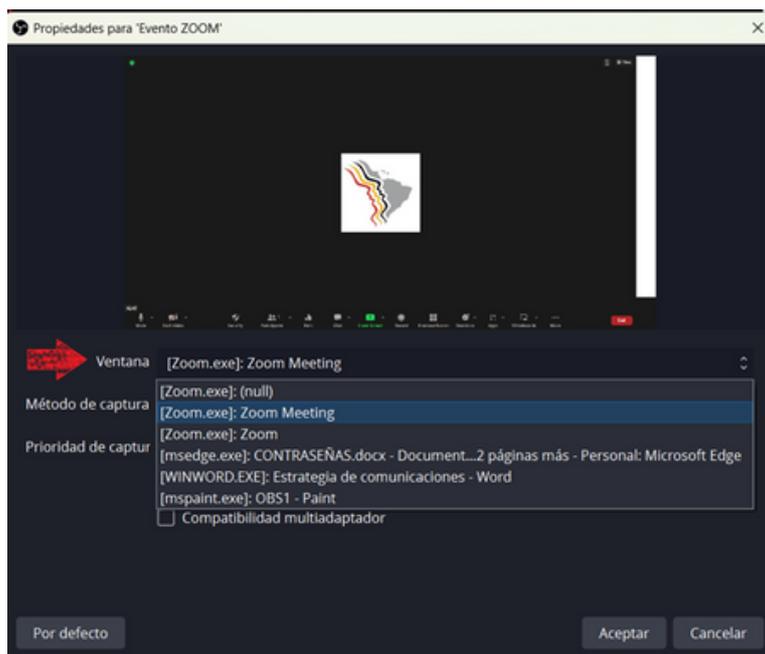


Te aparecerá la siguiente ventana emergente en donde debes ponerle un nombre a esa nueva fuente:

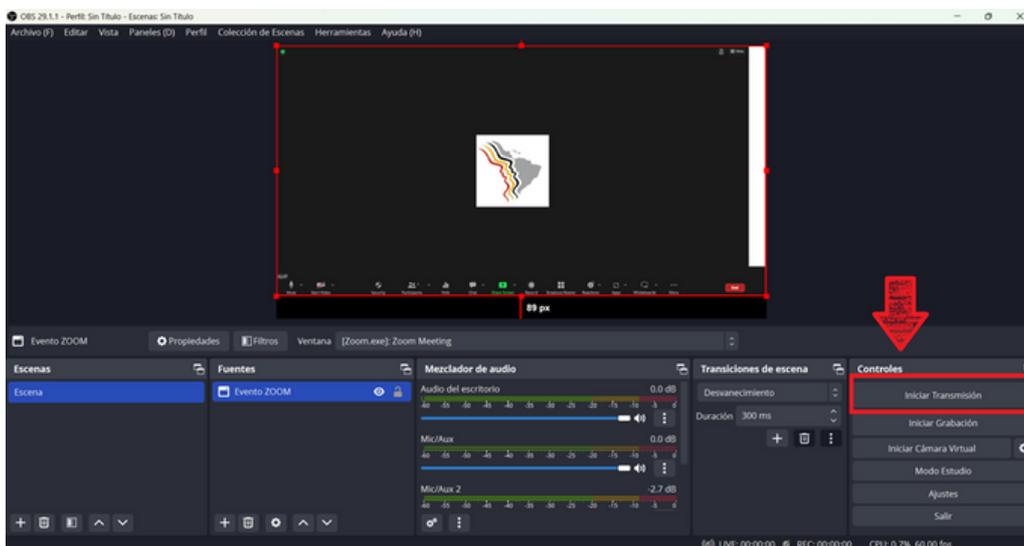


Cuando des clic en aceptar, saldrá una nueva ventana emergente en donde deberás escoger la ventana que quieres transmitir. Cuando es una reunión de zoom asegúrate de escoger la ventana **Zoom Meeting**.

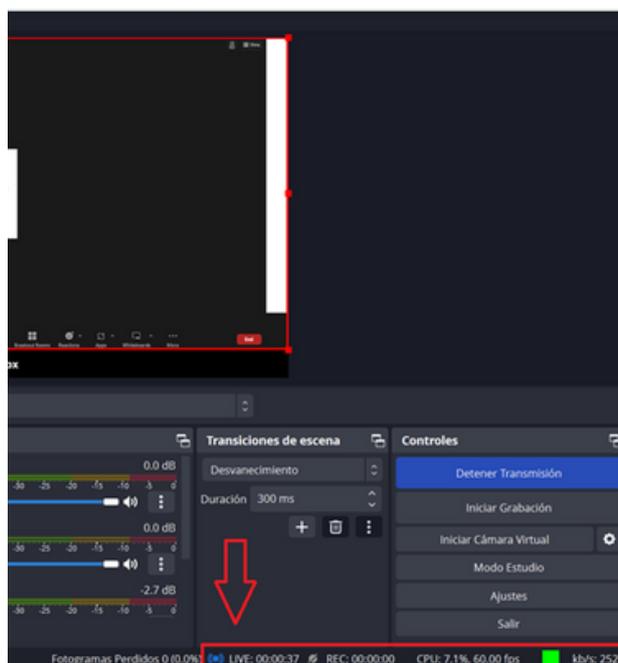
En esta misma ventana, en la opción **método de captura**, escoges la opción **Automático** y en la opción **prioridad de captura** eliges la opción **coincidir con el título, de lo contrario buscar ventana del mismo tipo**.



Ya están listas las configuraciones, ahora debes iniciar la transmisión. Para ello, en la ventana de **Controles**, das clic en **Iniciar transmisión**.



Cuando en la parte de abajo comience a contar el tiempo y salga un cuadrado verde, significa que ya estás transmitiendo.

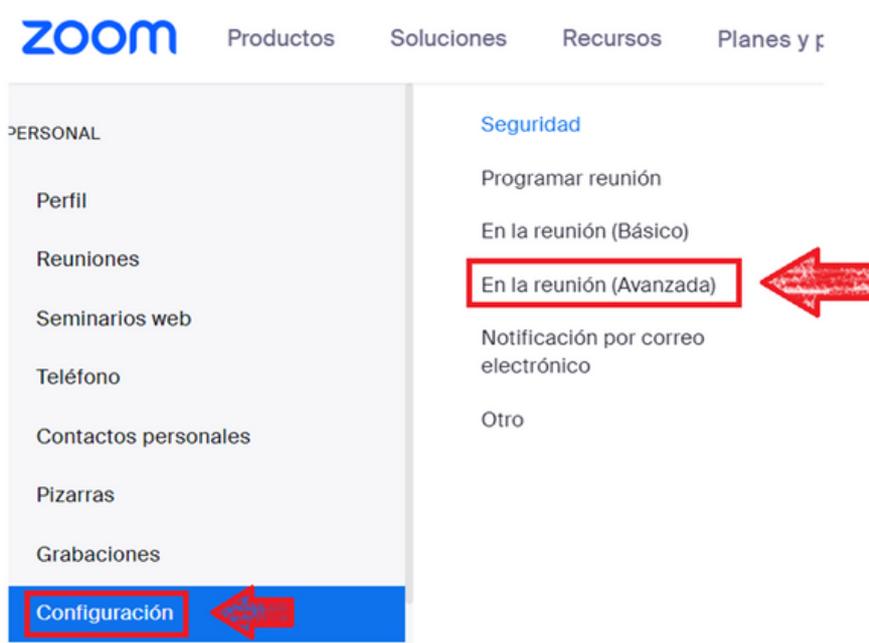


Cuando empieces a transmitir en OBS automáticamente comenzará la transmisión por YouTube.

Anexo 6: Configuración en Zoom en caso de participación de intérpretes.

Paso a paso para incluir intérpretes:

- Iniciar sesión en la cuenta de Zoom en la web o en la aplicación de escritorio. (Preferiblemente en la web)
- Ir a la sección "Configuración" y luego "Reunión avanzada" de la cuenta.



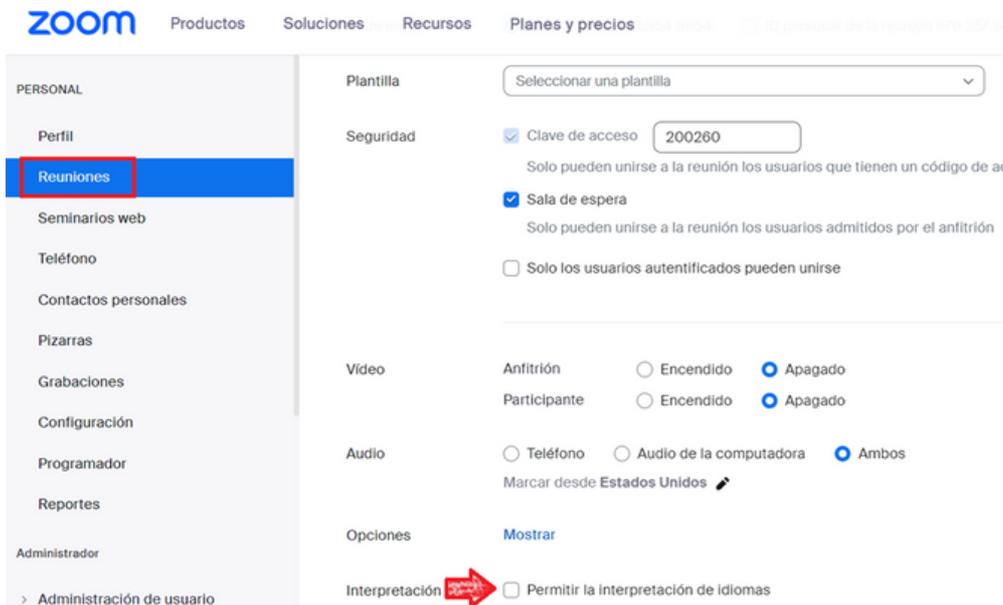
- Buscar la opción "Interpretación" o "Idiomas" en el menú de configuración y hacer clic en ella.
- Activar la función de interpretación si no está habilitada. (Esto permitirá que los asistentes seleccionen su idioma preferido durante las reuniones.)



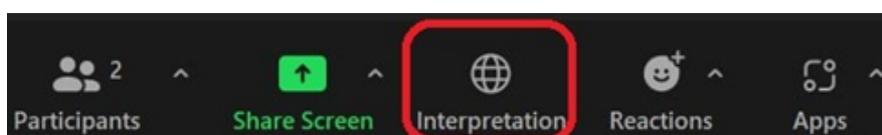
- Configurar los idiomas disponibles. Se pueden agregar los idiomas deseados haciendo clic en "Agregar idioma".



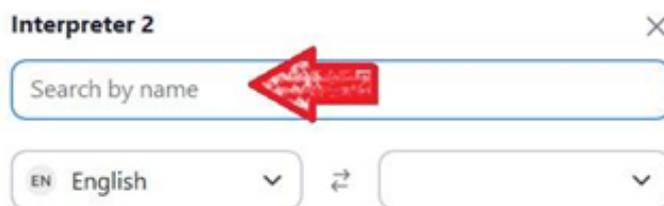
- Asignar los intérpretes a los idiomas. Hacer clic en "Agregar intérprete" y proporcionar la información del intérprete, como su nombre y dirección de correo electrónico. Luego, seleccionar los idiomas que ese intérprete podrá interpretar.



- Guardar la configuración. Se enviará un correo a los intérpretes, si al momento de hacer el ensayo antes de la reunión el intérprete llega a manifestar que aún no ha sido asignado puede que se haya presentado algún inconveniente con el correo, en ese caso hay que reenviar el correo. Si no funciona lo anterior, la otra solución es ya dentro de la reunión de Zoom hacerlo de manera manual de la siguiente manera:
 - Durante la reunión, buscar la barra de herramientas en la parte inferior de la ventana de Zoom.
 - Buscar el icono que dice "Interpretación" o "Idioma" y hacer clic en él. Es posible que se deba hacer clic en el botón "Más" (los tres puntos) para encontrar esta opción.



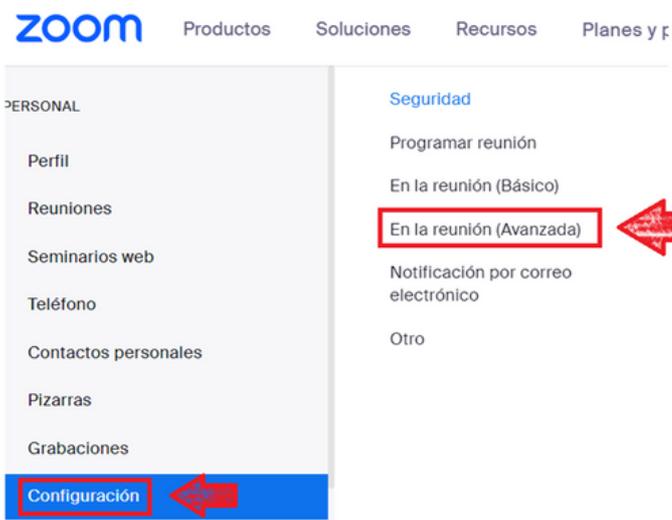
- Como anfitrión de la reunión, se puede asignar a un participante específico como intérprete seleccionando la opción "Asignar intérprete" en el menú de interpretación. Esto le dará al participante los privilegios para hablar en el idioma seleccionado.



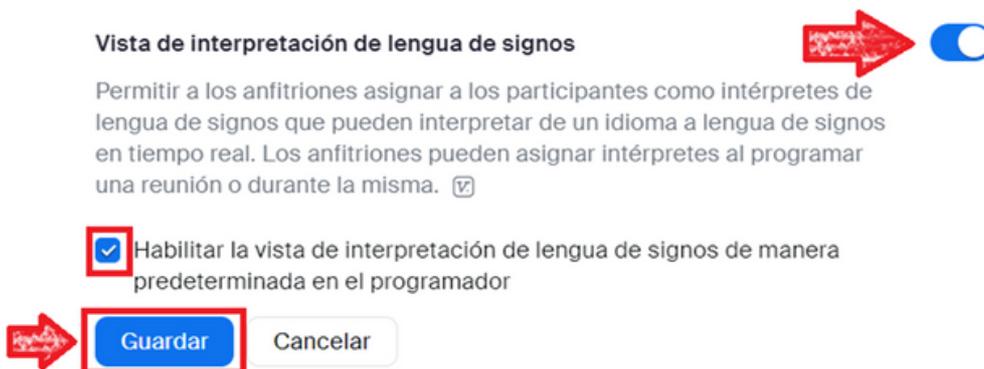
- Los asistentes de la reunión verán un icono de "Mundo" en la barra de herramientas y podrán seleccionar su idioma preferido haciendo clic en ese icono.

Apartado especial para configuración de lenguaje de señas en eventos virtuales:

- Iniciar sesión en la cuenta de Zoom en la web.
- En el menú lateral izquierdo, seleccionar "Configuración".
- Desplazarse hacia abajo hasta encontrar la sección "En la reunión (avanzada)"

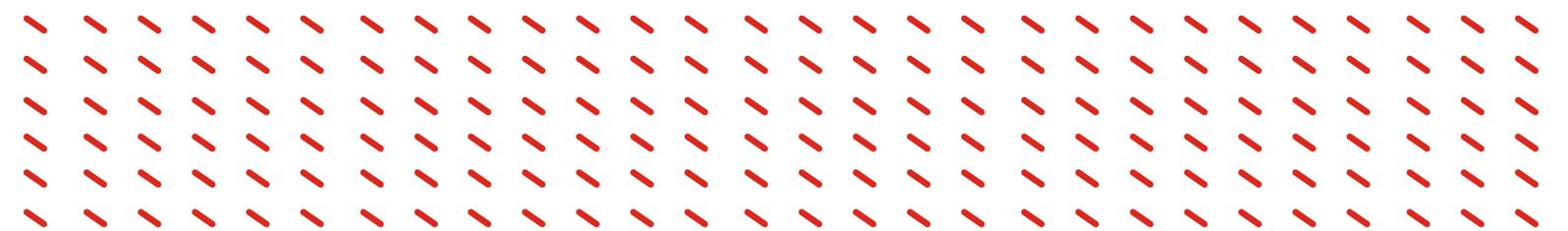


- Buscar la opción "Vista de interpretación de lengua de signos".
- Activar la función marcando la casilla "Vista de interpretación de lengua de signos".
- Guardar los cambios realizados haciendo clic en "Guardar" o "Aplicar".



Una vez que se haya seguido este proceso y se haya activado la función "Vista de interpretación de lengua de signos", los anfitriones podrán asignar a los participantes como intérpretes de lengua de signos durante la programación de una reunión o incluso durante la propia reunión.

Si surgen dificultades o preguntas adicionales, se recomienda contactar directamente con el soporte técnico de Zoom para recibir asistencia personalizada y específica sobre esta función.



Anexo 7: Ensayo Previo para eventos en Zoom

1. Programación del Ensayo

- Seleccionar una fecha y hora conveniente para el ensayo previo, al menos un día antes del evento.
- Comunicar la fecha y hora a los participantes.

2. Preparación Técnica

- Asegurarse de tener una conexión a Internet estable.
- Verificar los requisitos técnicos de Zoom.
- Probar la cámara, el micrófono y los altavoces.
- Familiarizarse con las funciones clave de Zoom.

3. Creación de la Reunión de Ensayo

- Iniciar sesión en Zoom y crear una nueva reunión.
- Establecer la fecha, hora y ajustes de privacidad.
- Copiar el enlace de acceso a la reunión.

4. Comunicación con los Participantes

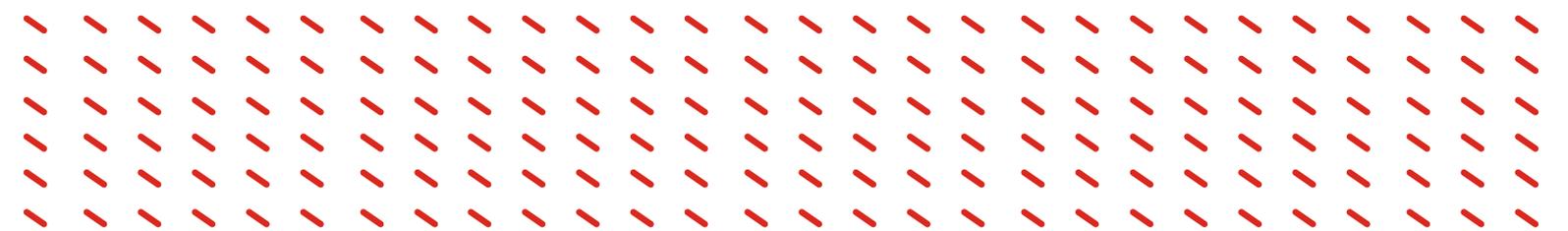
- Enviar los detalles del ensayo a los participantes.
- Explicar la importancia del ensayo y solicitar su participación

5. Realización del Ensayo

- Iniciar la reunión de ensayo antes de la hora programada.
- Verificar la conexión y realizar pruebas de audio y video.
- Demostrar las funciones relevantes de Zoom para el evento en concreto.
- Resolver dudas de los participantes.
- Solicitar retroalimentación sobre la calidad de la conexión y el audio.

6. Retroalimentación y Ajustes

- Evaluar la retroalimentación recibida y tomar nota de mejoras.
- Realizar ajustes necesarios en la configuración o dispositivos.
- Comunicar los ajustes y cualquier instrucción adicional.



Anexo 8: Notas de prensa para actualizar la página de ALAP

Una nota de prensa es un documento que se utiliza para comunicar información relevante a los medios de comunicación y al público en general. Un formato básico sería el siguiente:

1. Encabezado:

- Incluir el logotipo de la organización (en este caso ALAP) y los datos de contacto, como el nombre de ALAP y dirección de correo electrónico.
- Incluir la fecha de emisión del comunicado.

2. Titular:

- El titular debe ser claro y conciso.

3. Introducción:

- En el primer párrafo, proporcionar una breve introducción que responda a las preguntas fundamentales: quién, qué, cuándo, dónde y por qué.
- Presentar la información más importante y relevante de manera clara y precisa.

4. Desarrollo:

- Desarrollar los detalles de la noticia o el anuncio en los párrafos siguientes.

- Proporcionar información adicional, datos relevantes, estadísticas o testimonios que respalden el comunicado.
- Mantener el estilo de redacción objetivo.

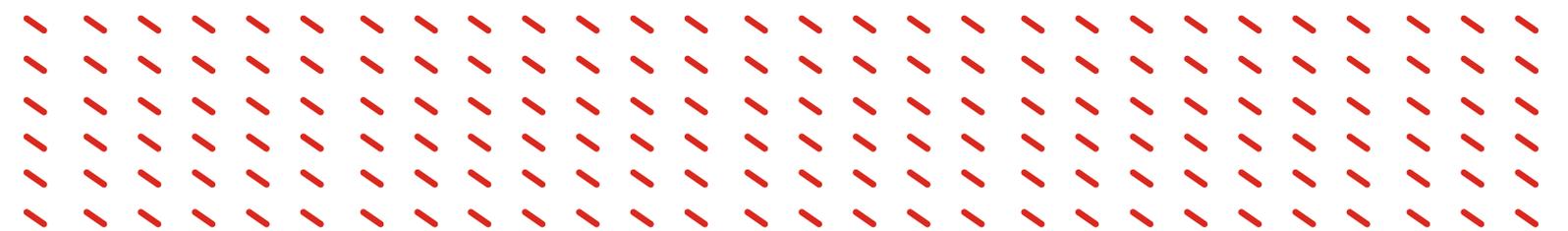
5. Citas (Opcional):

- Incluir declaraciones de personas clave relacionadas con la noticia, como portavoces o expertos en la materia.
- Asegurarse de que las citas sean relevantes y aporten valor a la información presentada en el comunicado.

6. Cierre:

- En el último párrafo, proporcionar un resumen breve y concluir la noticia de manera clara y concisa.
- Incluir información adicional relevante, como enlaces a recursos o detalles sobre eventos relacionados.

7. Revisar y corregir cualquier error antes de enviarla



Anexo 9: Manual de Marca

Paso a paso para incluir intérpretes:

- Iniciar sesión en la cuenta de Zoom en la web o en la aplicación de escritorio. (Preferiblemente en la web)
- Ir a la sección "Configuración" y luego "Reunión avanzada" de la cuenta.

Introducción y descripción de la marca:

La Asociación Latinoamericana de Población (ALAP) es una organización que tiene como objetivo promover el estudio y la investigación de la población en América Latina. ALAP se dedica a generar conocimiento, compartir información y fomentar el intercambio académico en el campo de la demografía y temas relacionados.

Logotipo y elementos visuales:

El logotipo de ALAP se compone de un croquis estilizado de Latinoamérica, representado por líneas que acentúan las características geográficas y que forman figuras que evocan rostros humanos. Estas líneas están compuestas por una combinación de colores que son: amarillo, rojo y negro.

El croquis de Latinoamérica en gris refleja la neutralidad y la imparcialidad en la labor de investigación y estudio de la población que lleva a cabo la Asociación. Este color también permite que el logotipo sea versátil y se pueda adaptar a diferentes aplicaciones y fondos.

El color amarillo se utiliza para resaltar los contornos de Latinoamérica y transmitir energía y vitalidad. El color rojo se aplica para agregar dinamismo y pasión. Además, el color negro se emplea para definir y brindar contraste. Los códigos se encuentran en el [manual de identidad visual](#).

Seguido del croquis de Latinoamérica, se encuentra la palabra "ALAP" escrita en una tipografía clara y legible. El color utilizado para el texto es el negro asegurando que sea fácilmente legible y contrastante con las líneas de colores del croquis.

Este logotipo de ALAP representa la diversidad y unidad de la región latinoamericana, así como la importancia de la investigación y el estudio de la población en el contexto de América Latina.



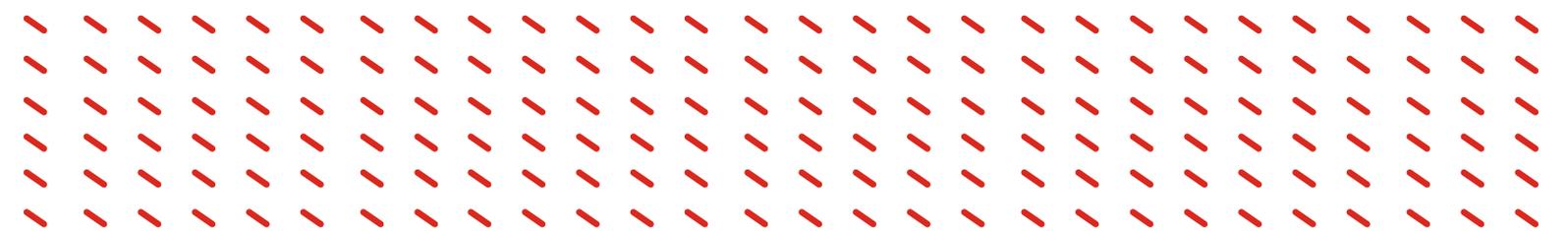
Tipografía:

Título: Open Sans Extra-Bold o Barlow Condensed

Texto: Open Sans o Lato

**Titulares y
destacados**

Títulos de segundo nivel y bloques de
texto



Se utilizará la tipografía Open Sans Extra-Bold o Barlow Condensed para los títulos y la tipografía Open Sans para el texto en los productos comunicativos, tales como piezas gráficas de la marca. Esto asegurará la consistencia y la legibilidad en los diferentes medios.

Imágenes y gráficos:

- Se recomienda utilizar imágenes que reflejen la diversidad de la población latinoamericana y que sean relevantes para los temas de investigación de ALAP.
- Las fotografías e ilustraciones deben ser de alta calidad y respetar los derechos de autor. Se pueden adquirir imágenes de archivo de bancos de imágenes confiables o utilizar fotografías propias, siempre obteniendo los permisos necesarios.

Tonos de voz y mensajes clave:

ALAP se caracteriza por ser:

- Profesional: transmitiendo conocimiento y experiencia en el campo de la demografía.
- Inspiradora: fomentando el intercambio de ideas y el avance en el estudio de la población.
- Inclusiva: promoviendo la participación de académicos y profesionales de diferentes países y disciplinas.

Este ejemplo es una sugerencia de la asociación, puede variar el diseño de la pieza, la disposición de sus partes y las imágenes de referencia:



EJEMPLO: PIEZA GRAFICA ALAP

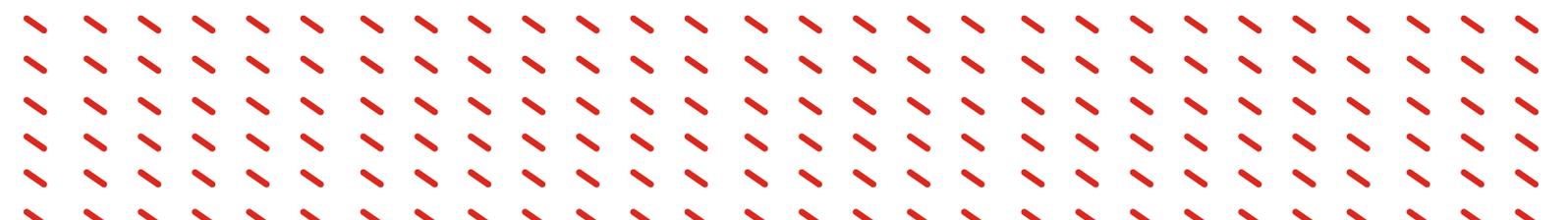
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Lorem ipsum:

dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Lorem ipsum:

dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum



Créditos institucionales

Consejo Directivo

Presidente: Fernando Ruiz Vallejo
(Universidad Externado de Colombia-
Universidad Nacional de Colombia, Colombia)

Vicepresidenta: Pamela Jiménez Fontana
(Universidad de Costa Rica, Costa Rica)

Secretaria General: Diva Marcela García
García (Universidad Externado de Colombia,
Colombia)

Secretaria de Finanzas: Maísa Faleiros da
Cunha (Universidade Estadual de Campinas,
Brasil)

Vocales titulares y suplentes

Sagrario Garay (Universidad Autónoma de
Nuevo León, México)

Laura Acosta (Universidad Autónoma de
Córdoba, Argentina)

Tania Vásquez, (Instituto de Estudios
Peruanos, Perú)

Martín Koolhaas (Universidad de la República,
Uruguay)

Andrés Castro (Centro de Estudios
Demográficos, España)

Daniela González Ollino (Centro
Latinoamericano de Demografía, Chile)

Consejo Consultivo

Joice Melo Vieira (Universidade Estadual de
Campinas, Brasil)

Ignacio Pardo (Programa de Población,
Udelar, Uruguay)

Verónica Montes de Oca (UNAM, México)

Enrique Peláez (CONICET, Argentina)

Laura Rodríguez Wong (Cedeplar, Brasil/Perú)

Suzana Cavenaghi (ENCE, Brasil)

Wanda Cabella (Udelar, Uruguay)

Viviana Salinas (Universidad Católica de Chile,
Chile)

Comité Editorial de la Serie Investigaciones Latinoamericanas sobre Población (ILAPO)

Pamela Jiménez Fontana (Universidad de Costa
Rica, Costa Rica)

Tirza Aidar (NEPO, Unicamp, Brasil)

Editoras de la Revista Latinoamericana de Población (RELAP)

Isalia Navas (Universidad Nacional Autónoma
de México, México)

Ana Ruth Escoto Castillo (Universidad Nacional
Autónoma de México, México)

Coordinación General de las Redes de Investigación de ALAP

Andrea Bautista (Universidad La Salle, México)

Laura Acosta (Universidad Autónoma de
Córdoba, Argentina)

Sagrario Garay (Universidad Autónoma de
Nuevo León, México)

Comité Electoral

Leandro Mariano González (Conicet y
Universidad Nacional de Córdoba)

Sebastián Felipe Bruno (Investigador
Independiente)

Moisés Humberto Sandoval González (Instituto
de Nutrición y Tecnología de los Alimentos
(INTA)/ Universidad de Chile)

Consejo de Fiscalización

Irene Casique (Universidad Nacional Autónoma
de México, México)

Susana Beatriz Adamo (Center for International
Earth Science Information Network (CIESIN))