

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**TEMA:**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y REDACCIÓN DE SIGLO.21**

JÉSSICA EUGENIA OSORIO OLIVA

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**TEMA:**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y REDACCIÓN DE SIGLO.21**

**Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.**

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

**JÉSSICA EUGENIA OSORIO OLIVA**

**Previo a optar al título de**

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Asesor:**

**M.A. Sergio Morataya**

**Guatemala, Noviembre de 2014**

## **Consejo Directivo**

### **Director:**

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

### **Secretaria:**

M.A. Claudia Molina

### **Representantes de Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

### **Representante de los egresados**

Lic. Michael González Batres

### **Representantes estudiantiles**

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

### **Coordinador de EPS**

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

### **Supervisora de EPS**

Licda. Floralba Pérez-Folgar

Guatemala, octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya  
**Coordinador de EPS Licenciatura**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

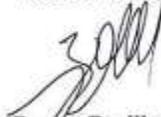
Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que **Jéssica Eugenia Osorio Oliva**, con número de carné: **9719989**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en: **Siglo.21 Corporación de Noticias S.A.**, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del **05 de mayo al 29 de agosto**. Realizando el proyecto de comunicación **Plan y estrategia de comunicación para la elaboración del Manual de Procedimientos y Redacción de Siglo.21**.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,



**Byron Barillas**  
Jefe de Información Siglo.21

Corporación de Noticias, S.A.  
14 Ave. 4-33 Zona 1 • PBX: 2423 6100  
ventas@siglo21.com.gt • ventas@aldia.com.gt  
www.SIGLO21.com.gt





**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante  
**Jéssica Eugenia Osorio Oliva**  
Carné **199719989**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

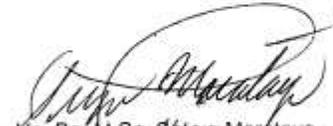
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Manual de Procedimientos y Redacción de Siglo.21"**.

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Licda. Eleratba Pérez-Forgar  
Supervisora de EPS



  
Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura

**Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)  
es responsable del contenido de este trabajo.**

**Dedicatoria:**

**A mis padres:**

**Daniel Osorio y Myriam Oliva de Osorio**

**Gracias por todo. Espero estén orgullosos de mí.**

**A mi hija:**

**Sofía Vásquez Osorio**

**El motor que me hace salir adelante.**

**A mi abuela:**

**María Margarita Murcia Pedroza viuda de Oliva**

**Otro motivo para esforzarme.**

## RESUMEN

TÍTULO	Manual de Procedimientos y Redacción de Siglo.21
AUTORA	Jéssica Eugenia Osorio Oliva
UNIVERSIDAD	Universidad de San Carlos de Guatemala
UNIDAD ACADÉMICA	Escuela de Ciencias de la Comunicación
METODOLOGÍA	<p>Método Científico para determinar las principales necesidades de la Redacción de Siglo.21</p> <p>Las técnicas utilizadas son observación, recolección de documentos, entrevistas y cuestionarios.</p>
OBJETIVOS:	<p><b>General:</b> Implementar una estrategia que permita unificar el contenido que sale de las páginas de Siglo.21.</p> <p><b>Específicos: Dotar</b> de un Manual de Procedimientos para editores, reporteros y correctos con lineamientos unificados sobre cómo presentar una noticia a los lectores.</p> <p>Proporcionar una referencia para otros medios de comunicación y personas interesadas en laborar en Siglo.21.</p>
RESULTADOS Y CONCLUSIONES	<p>Se estableció que había dudas entre el personal respecto a los procedimientos del periódico y se logró crear una guía de referencia sobre los requerimientos de información a manejar en la Redacción.</p>

## Introducción

Como parte de la culminación de los estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y el programa de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) a través de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) se inició la elaboración de un aporte para un medio de comunicación masivo.

De tal cuenta, se seleccionó el Diario Siglo.21 que forma parte de Corporación de Noticias S.A. en aras de dotar a la empresa de un Manual de Procedimientos y Redacción para el uso de reporteros, editores, correctores y otro personal involucrado en la parte editorial del medio.

Inicialmente se pensó en la elaboración de un Manual de Estilo, sin embargo, se optó por enumerar y clasificar los procedimientos ya que en un diagnóstico realizado como parte del EPS, se detectó que había que enfatizar los aspectos básicos debido a que el equipo de reporteros no tenía claro cuáles son los pasos para el desempeño de sus labores en materia de redacción.

El diagnóstico implementado también evidenció que el tema del presupuesto es importante para el desempeño profesional de los trabajadores, por lo que se trató de generar situaciones motivacionales para fomentar la creatividad y otros insumos para poder adaptar el trabajo a las circunstancias.

## ÍNDICE

### Capítulo I

1. Diagnóstico	12
1.1. Objetivos	13
1.2. La Institución	13
1.2.1. Antecedentes e historia	13
1.2.2. Marco Filosófico	14
1.2.3. Organigrama	15
1.3. Ficha descriptiva de la empresa	17
1.3.1. Fortalezas	17
1.3.2. Oportunidades	17
1.3.3. Debilidades	18
1.3.4. Amenazas	18
1.3.5. Observación	18
1.3.6. Comunicación interna y externa	19
1.4. Metodología	19
1.4.1. Métodos y Técnicas	19
1.4.2. Descripción del método	19
1.4.3. Instrumentos	19
1.4.4. Cronograma	20
1.5. Recopilación de datos	20
1.5.1. Ficha de las entrevistas	21
1.5.2. Resultados de las entrevistas	21
1.5.3. Tabla de encuentro y disenso	22
1.6. Radiografía de la institución	22
1.6.1. Comunicación interna	22
1.6.2. Canales de comunicación interna	23
1.6.3. Rumores	23
1.6.4. Presupuestos	24

### CAPÍTULO II

2. Plan de Comunicación	28
2.1. Antecedentes	28
2.2. Objetivos	30

2.3.	Público objetivo	30
2.4.	Mensaje	31
2.5.	Estrategia	31
2.6.	Guía de contenidos	31
2.7.	Los planes de comunicación	32
2.8.	Control y seguimiento	34
<b>CAPÍTULO III</b>		
3.	Informe descriptivo de actividades	36
3.1.	Conociendo los procedimientos	36
3.1.1.	Primera fase	36
3.1.2.	Supervisión de EPS	38
3.1.3.	Segunda fase	39
3.1.4.	Tercera fase	40
3.1.4.	Cuarta fase	41
3.2.	Secuencia Lógica	42
<b>CAPÍTULO IV</b>		
4.	Evaluación	48
<b>CAPÍTULO V</b>		
5.	Conclusiones y Recomendaciones	50
<b>CAPÍTULO VI</b>		
6.	Bibliografía	53
<b>ANEXOS</b>		
		54

## **CAPÍTULO I**

Diagnóstico

Objetivos

La Institución

Ficha descriptiva de la empresa

Metodología

Recopilación de datos

Radiografía de la institución

## CAPÍTULO I

### 1. Diagnóstico Comunicacional

#### 1.1. Objetivos

##### 1.1.2. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico de la comunicación interna y externa de Corporación de Noticias, S. A.-Diario Siglo21 con el fin de determinar su funcionalidad.

##### 1.1.3. Objetivos Específicos

- Identificar qué canales de comunicación utiliza Corporación de Noticias con sus empleados y cómo lo hace.
- Determinar qué tipo de comunicación tiene la empresa con sus clientes, lectores o público objetivo.
- Comprobar la funcionalidad de la comunicación interna y externa.
- Establecer si existen áreas a mejorar en las vías comunicacionales utilizadas.
- Proponer un producto que ayude a mejorar la comunicación interna o externa, en caso de encontrar debilidades.

#### 1.2. La Institución

##### 1.2.1. Antecedentes o historia

Corporación de Noticias S.A. casa editora de los diarios Siglo21 y Al Día, sale a la luz el 1 de marzo de 1990, fundada por Fraterno Vila, Álvaro Castillo Monge, Juan Luis Bosh Gutiérrez, Enrique Novella Alvarado y Ramón Campollo. A ellos se unieron Lionel Toriello Nájera, Carlos Rivera Sandoval, Mario Fuentes Destarac y José Rubén Zamora<sup>1</sup>.

Corporación de Noticias S.A. se ubicó en 7ª. Avenida 11-63 de la zona 9. Edificio Galerías España, nivel 6, ciudad de Guatemala, el primer producto que salió de la corporación fue el matutino Siglo Veintiuno con el eslogan “La Noticia en Blanco y Negro” a un costo de Q0.40 en la capital y Q0.45. Era grabado en la Imprenta Piedrasanta, cuya rotativa junto al área de compaginación y distribución estaba en la zona 12.

---

<sup>1</sup> PNUD. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2007/2008. Guatemala: ¿Una economía al servicio del Desarrollo Humano? Capítulo 16, pag. 511.

“Siglo Veintiuno nace en 1990 con el único propósito de servir a Guatemala como un medio de comunicación escrito, que informe y oriente a la sociedad”, reseña Ernesto Hurtarte Herrera<sup>2</sup>.

Posteriormente el 15 de noviembre de 1996 sale a circulación Al Día que se encarga de la conocida como nota de sucesos y farándula. El nuevo matutino surgió con “la idea de crear un nuevo diario que involucrara los intereses, sentimientos y aspiraciones de la clase popular, que se identificara con la comunidad, que permitiera la expresión de sectores que hasta el momento no habían tenido donde hacerlo”.<sup>3</sup>

En la actualidad, las acciones están distribuidas entre Federación de Cooperativas de las Verapaces (Fedecovera), Federación de Cooperativas Agrícolas de Guatemala (Fedecoag), Instituto de Investigación y Desarrollo Maya (Iidemaya) y el Consejo de Investigaciones para el Desarrollo (Cideca), y Proyectos Profesionales Marbella, y Arrendamientos, Servicios y Proyectos.<sup>4</sup>

### **1.2.2. Marco Filosófico**

#### **Misión**

Contribuir a formar una nación más digna, justa y solidaria, divulgando responsablemente toda información de interés público”.

#### **Visión**

- Ser considerados la fuente de información útil, balanceada, valiente, oportuna y objetiva, producto de un periodismo profesional e independiente, recurso imprescindible de los formadores de opinión.
- Ser una empresa responsable y justa que brinda oportunidad de desarrollo a sus colaboradores.
- Ser una empresa innovadora, prestigiosa, con espíritu de servicio hacia los lectores y anunciantes, que orienta sus acciones de acuerdo a sus valores periodísticos y empresariales.
- Ser una empresa creciente, progresista y rentable, que llena las expectativas del mercado y de los accionistas.

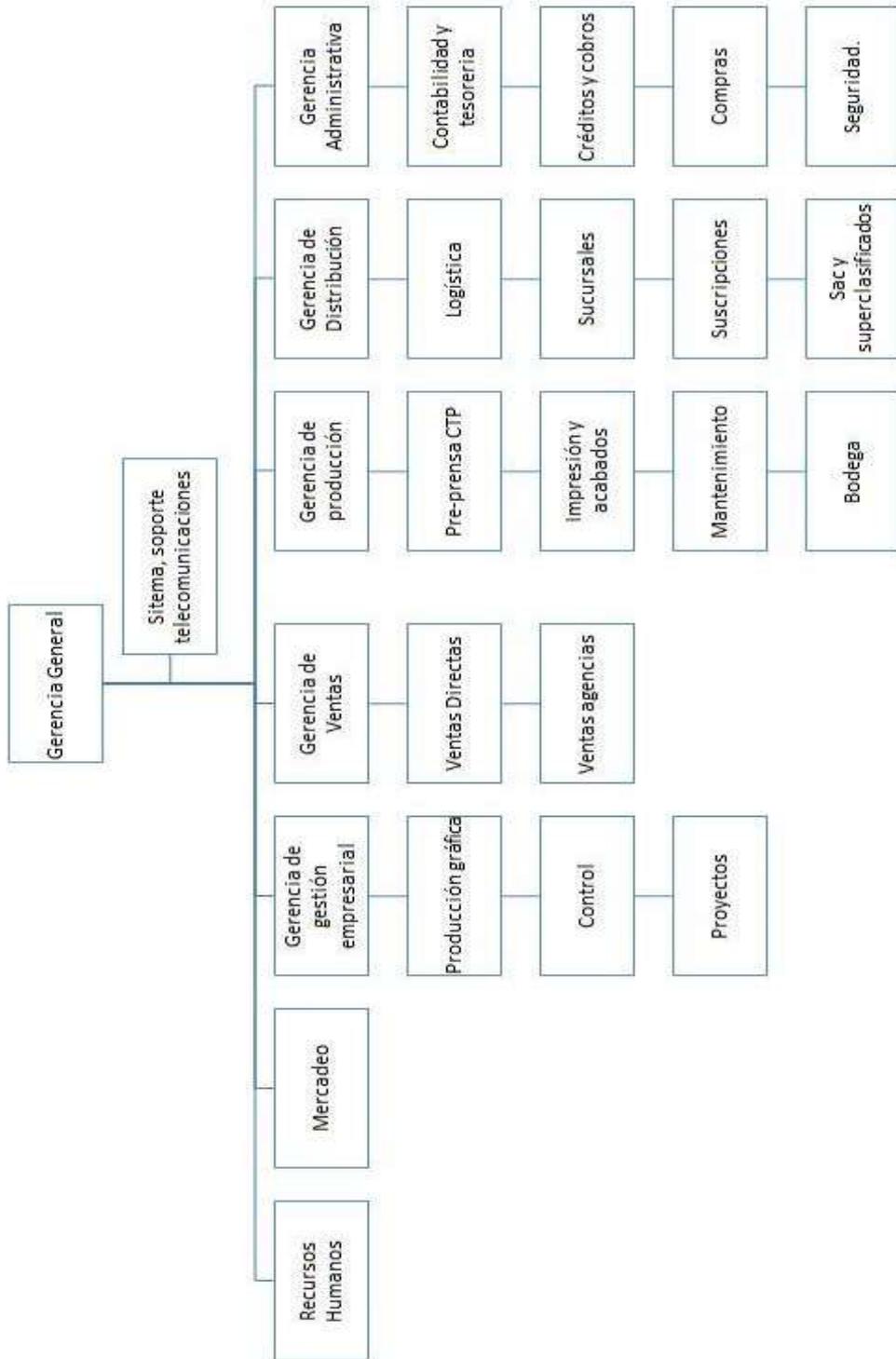
---

<sup>2</sup> Hurtarte Herrera, Ernesto. 1994. El Ingreso del periódico Siglo XXI en la sociedad guatemalteca. Trabajo de Tesis previo a conferírsele el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Escuela de Ciencias de la Comunicación). Universidad de San Carlos de Guatemala (Usac).

<sup>3</sup> Manual de Inducción. 1996. 1ª. Edición.

<sup>4</sup> <http://www.s21.com.gt/editorial/2014/01/24/corporacion-noticias-prefiere-seguir-camino-desarrollo>

### 1.2.3. Organigrama





### **1.3. FICHA DESCRIPTIVA DE LA EMPRESA**

#### **1.3.1. Fortalezas**

La corporación cuenta con medios de comunicación para darse a conocer y mantener su posición.

El posicionamiento del periódico a nivel nacional, principalmente en el área rural al buscar estrategias con radios comunitarias para dar a conocer el producto.

Se maneja un sistema interno que agiliza los procesos mediante el monitoreo constante de las necesidades del lector al que va dirigido el contenido.

Se dispone de contenidos especiales para dar a conocer los proyectos de las comunidades y también las necesidades que existen en varios sectores del país.

En la esfera gubernamental y política, Siglo21 es considerado un referente de investigación y temas especiales, por lo que su contenido muchas veces es motivo de referencia para varios casos de corrupción y transparencia.

Los espacios creados para recibir la retroalimentación del lector son bien vistos entre quienes han participado y se reconoce el respeto a la libertad de opinión e ideas en ese segmento.

#### **1.3.2. Oportunidades**

En la era del internet y redes sociales se puede explotar de una mejor manera ese recurso para que lleguen los contenidos hacia otros sectores, por ejemplo, los migrantes y la juventud.

Hay un asidero de lectores necesitados de temas sobre justicia social, derechos humanos y pueblos indígenas que pueden ser explorados de una mejor manera por la Corporación.

El desarrollo de historias y periodismo ciudadano es uno de los factores que actualmente se está desarrollando de manera que se pueda responder a las necesidades y requerimientos del lector que ya cuenta con todos los medios para enterarse de las noticias coyunturales en los medios de comunicación tradicionales.

Implementación de nuevos proyectos comunicativos para posicionar y mantener la marca, principalmente en el área rural.

Se busca aprovechar la red de distribución de las cooperativas existente en el país para alcanzar más lectores e incrementar el alcance de las publicaciones.

### **1.3.3. Debilidades**

La marca Siglo21 decayó en la década del 2000 debido a los constantes cambios de línea editorial y ahora, en la población en general, no se ha logrado recobrar el posicionamiento de marca.

No hay presupuesto o recursos para relanzar el producto a nivel macro de manera que el lector promedio pueda enterarse de que hay una opción diferente para conocer o reconocer luego del decaimiento de la marca.

Escaso personal para desarrollar proyectos en la página de internet.

Se carece de tecnología de punta para mejorar la comunicación y envío de información que permita agilizar la entrega de información por vía electrónica o impresa.

No hay una línea definida respecto a la cobertura de temas políticos y por lo tanto, el segmento interesado en esos temas migra hacia otros medios de comunicación. Mala redacción y ortografía en la página web y edición impresa.

### **1.3.4. Amenazas**

El auge que están cobrando otros medios de comunicación con contenidos innovadores, derivado en muchos casos por contar con más personal y mejor remunerado, genera que la edición impresa pierda suscriptores.

De no fortalecer e incrementar el personal a cargo de la página web la sostenibilidad de la empresa incrementará su declive ya que la mayoría de lectores se da por medio de los post en redes sociales.

Se especula sobre la próxima desaparición de los medios impresos para dar lugar a espacios virtuales y en la versión digital de los productos de Corporación de Noticias S.A. no hay publicidad significativa que logre la sostenibilidad del producto.

### **1.3.5. Observación de canales de comunicación**

Las secciones carecen de un procedimiento institucional o diagrama de flujo para llevar a cabo sus asignaciones y falta personal en todas las áreas y secciones del diario.

Se necesita manuales sobre los procedimientos que cada equipo de trabajo debe realizar a diario.

Mal servicio de Internet el cual retrasa el cumplimiento de las tareas.

No se cuenta con un organigrama actualizado.

Escasa capacitación al personal.

Escasez de pilotos y vehículos para el traslado a las diferentes coberturas de todas las secciones.

### **1.3.6. Comunicación Interna y Externa**

El personal carece de una actitud de trabajo en equipo.

El presupuesto es muy importante, pero no determinante. Se subestima la necesidad de invertir en el mejoramiento de las secciones en cuanto a mobiliario y equipo.

Algunos procesos son rudimentarios. Los *softwares* no son originales y cada cierto tiempo dan conflicto. Se tienen que volver a instalar y no son de última generación. Los trabajos de la competencia son más elaborados e innovadores.

## **1.4. Metodología**

### **1.4.1. Métodos y Técnicas**

Método: Científico.

Técnicas: Observación, recolección de documentos, entrevista y cuestionario

### **1.4.2. Descripción del método**

A través del Método Científico, en forma conjunta y en base a la experiencia de algunas de las *epesistas*, se implementó observación indirecta en los procesos que realizan los integrantes de cada área. Luego cada *epesista*, en su área de trabajo, formuló una observación directa.

En base a lo observado logramos establecer varias hipótesis y para su aceptación o rechazo se realizaron las entrevistas a los principales jefes de área, analizamos los resultados y en base a ellos pudimos establecer el FODA.

### **1.4.3. Instrumentos**

#### **Entrevista**

Entrevistamos a los principales jefes de área por medio de correo electrónico.

#### **Cuestionario**

Instrumento utilizado para obtener las experiencias y conocimientos de los trabajadores en cada área administrativa.

**Análisis de los medios de comunicación** Se logró obtener el manual de inducción que detalla los medios de comunicación interna. Dicho manual fue elaborado en 2006 y en única edición y no ha sido actualizado.

**Entrevista grupal** La entrevista grupal se realizó a los jefes de área por medio de un cuestionario enviado por correo electrónico. Cada Jefe respondió de manera individual por la misma vía.

#### 1.4.4. Cronograma

<b>Semana del 3 al 7 de febrero</b>	Lectura de documentos proporcionados por asesor de EPS, Sergio Morataya. Observación indirecta en el medio de comunicación.
<b>Semana del 10 al 14 de febrero</b>	Observación directa, recopilación de documentos institucionales y toma de fotografías.
<b>Semana del 17 al 21 de febrero</b>	Redacción de cuestionario y envío del mismo por medio de correo electrónico a los encargados de área.
<b>Semana del 24 al 28 de febrero</b>	Análisis de las respuestas de los cuestionarios y redacción de diagnóstico.
<b>Del 1 al 3 de marzo</b>	Recopilación de las partes del diagnóstico. Redacción, impresión y entrega del mismo.

## 1.5. Recopilación de datos

### 1.5.1. Ficha de las entrevistas:

NOMBRE	PUESTO	FECHA DE ENTREVISTA	HORA	OBJETIVO
Carlos Castañaza	Director Editorial	21 de febrero	17:00	Conocer los procesos que impulsa la dirección editorial de Corporación de Noticias S.A.
Carlos Ajanel	Editor Pulso Económico	24 de febrero	11.28	Establecer qué metodología y estrategias utiliza la sección económica de Siglo21.
Evelyn Ruano	Editora Página Web	28 de febrero	10:11	Determinar qué mecanismos y flujo de trabajo se utiliza en la redacción web de la empresa.
ThelmChamale	Editora de Internacionales	25 de febrero	20.30	Conocer qué objetivos y estrategias se manejan en la sección de internacionales.
Luis Hernández	Editor de Diagramación	27 de febrero	22:00	Evaluar los proyectos y mecanismos que se siguen en el departamento de diagramación de Siglo21 y Al Día.
Byron Barillas	Jefe de Información	26 de febrero	18:40	Iniciar un sondeo de las nuevas proyecciones establecidas en la recién nombrada jefatura de información.
Gabriel Arana	Editor Vida	21 de febrero	10:00	Determinar lineamientos y planes en la sección Vida Siglo21.

### 1.5.2. Resultados de las entrevistas

Siete de ocho jefes en la Redacción de Siglo21 contestaron la entrevista. Hubo apertura en la resolución de inquietudes de las epecistas y los editores reconocieron y plantearon sus propuestas y necesidades respecto a sus funciones.

Las respuestas evidencian escasa comunicación entre las diferentes áreas. Frases como “por ser asuntos que no requieren la participación de personas ajenas al módulo” al dar un motivo para los avances obtenidos, muestran, que se atribuyen errores o dificultades a la participación del personal ajena a la sección.

Otro factor que resalta como afecciones a los procesos de intercambio de información, tanto interna como externa, es la falta de presupuesto que repercuten en la carencia de equipo adecuado.

Los procesos existentes para elaborar las distintas tareas que requiere el medio, son señalados como funcionales, más no como eficientes.

### 1.5.3 Tabla sobre puntos de encuentro y disensos entre los entrevistados.

Áreas	Puntos de encuentro	Desacuerdos
<b>Director Editorial</b> <b>Jefe de Información</b> <b>Jefa de Internacionales</b> <b>Jefe de Diagramación</b> <b>Jefe sección Vida</b> <b>Jefa Pagina Web</b> <b>Editor Pulso</b> <b>Económico</b>	No cuenta con manual para asignaciones diarias. La empresa necesita invertir en equipo tecnológico. No hay suficiente personal en cada área de trabajo. El servicio de internet es lento y deficiente. Existe poca motivación para los trabajadores	El tiempo que lleva cada uno en su área. Los alcanzado por cada uno. La cantidad de personal que se tiene a su cargo. Algunos tienen sus tareas cotidianas organizadas por un esfuerzo individual.

## 1.6. Radiografía de la Institución

### 1.6.1. Descripción de la Comunicación Interna

**Boletín:** Todos Bien Informados (Tobi), es el boletín que se creó con el objetivo de identificar en carteleras o vía electrónica los avisos importantes de Recursos Humanos, información general o específica de las áreas de trabajo, entre otros.

**Reuniones:** Tienen como objetivo dar a conocer datos y temas importantes de la empresa como planes, avances y logros que se trasladan directamente del gerente general o del gerente de redacción hacia los jefes de cada área. Además, dentro de cada sección, se realiza una reunión semanal con los integrantes de cada área.

**Correo electrónico interno:** Por este medio, cada trabajador se comunica con sus colegas o realiza contactos externos según se lo exijan sus tareas cotidianas.

**Cartelera:** Aparte de las carteleras generales, en la redacción hay una específica para la sección de Vida. En ella, los reporteros deben apuntar la hora del evento o entrevista a la que el fotógrafo deberá acudir para realizar su trabajo.

**Conectividad a Internet:** Todas las computadoras tienen acceso a internet a través de dos líneas de servicio. Una posee un ancho de banda de 10 megabytes y la otra de 8.

### **1.6.2. Canales de Comunicación Interna**

- Celulares y teléfonos fijos
- Correo electrónico
- Boletín
- Carteleras

### **1.6.3. Rumores**

Luego de que el Grupo Nación, de origen costarricense adquiriera el 60 por ciento de las acciones de Corporación de Noticias en 1998 y salieran del negocio en mención en 2004, los rumores respecto al eventual cierre de los dos periódicos que funcionan en la compañía no cesan e incluso en 2010 se habló de una eventual fusión con el diario El Periódico.

Actualmente, Siglo21 está en manos de la cuatro cooperativas y en abril del año recién pasado se incorporó el proyecto Inversiones y Proyectos Profesionales Marbella. Un aspecto que recientemente surgió a través de la sección del diario El Periódico conocida como El Peladero publicado el 17 de noviembre 2013 en donde se deja entrever que hay recursos de la vicepresidenta Roxana Baldetti en Corporación de Noticias S.A.<sup>5</sup>

Lo anterior provocó reacción en redes sociales y en los círculos de la esfera política, sin embargo, es hasta el 24 de enero 2014 que los personeros de Corporación de Noticias S.A. se adelantan a aclarar los rumores en mención y consignan cuáles son los financistas de la empresa que nos atañe.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.elperiodico.com.gt/es/20131117/elpeladero/238073/>

<sup>6</sup> <http://www.s21.com.gt/editorial/2014/01/24/corporacion-noticias-prefiere-seguir-camino-desarrollo>

### **1.6.5. Presupuestos**

En Corporación de Noticias S.A. el departamento de Recursos Humanos es el encargado de la planificación de actividades anuales y de difundir la información entre el personal. En esta unidad se dispone la inversión para cada actividad que se implementa en la empresa y por lo regular se optimizan los recursos propios.

El sistema Todos Bien Informados –Tobi– es el principal medio de difusión de las actividades y consiste en un correo electrónico que llega a todo el personal con datos sobre convocatorias, detalle de las nuevas incorporaciones laborales e incluso el menú del día en la cafetería. Además de eso, se elabora la impresión de afiches y boletines.

Jeny Ventura, gerente de Recursos Humanos detalla que en la mayoría de casos se utilizan los recursos existentes para impresión y diagramación de estos elementos, esto incluye también el apoyo del personal para aspectos de creatividad y publicidad.

Los rótulos y carteles con la información de las nuevas contrataciones por lo regular no exceden el tamaño tabloide (doble oficio) consistente en 27.94 por 43.18 centímetros o 11 por 17 pulgadas y por lo tanto, las impresoras de la empresa se usan para los respectivos anuncios.

El departamento de mercadeo también se encarga de la rotulación en el edificio con insumos propios. Incluso, según sean los requerimientos se utilizan la imprenta ubicada en la corporación.

Anualmente hay cinco eventos que involucran un gasto significativo y se estima que estos implican unos Q115 mil anuales para la empresa. Estos son:

#### **Día de la Madre**

Se celebra el 10 de mayo o el día hábil inmediato a esa fecha. En la actividad se agasaja en las instalaciones de Corporación de Noticias S.A. al personal que cuenta con estas características.

#### **Día del Tipógrafo**

En honor del personal de imprenta. Inicialmente este oficio era desempeñado por quienes se dedicaban a componer líneas de texto para periódicos y libros y ahora la celebración se extiende a todo el personal involucrado en la concepción de un diario impreso. La fecha de celebración es el 13 de mayo.

#### **Día del Periodista**

Se conmemora el 30 de noviembre. Es una de las celebraciones más importantes en Corporación de Noticias S. A. y es de las pocas actividades que se llevan a cabo en áreas externas al edificio en mención.

### **Aniversario**

El 1 de marzo es la fecha en que se celebra el aniversario de Siglo21 y de Diario Al Día es el 15 de noviembre. Según disponga la gerencia se celebra con una convivencia entre los empleados de cada diario o se hace una actividad afuera de las instalaciones del edificio principal.

### **Convivio navideño**

Es la última actividad del año y se celebra en las primeras semanas de diciembre en un área externa al edificio de Corporación de Noticias S. A.

### **Otras actividades**

La celebración de cumpleaños de los empleados es cada mes con la totalidad del personal que en ese lapso está de onomástico. Por lo regular, el gasto no es significativo ya que consiste en una invitación, pastel y bebidas.

Cada año se llevan a cabo rifas para conseguir fondos y aportar a un centro de atención educativa para niños de escasos recursos una celebración a fines de año. Los empleados colaboran con la venta de números y las impresiones de estos se hacen en la empresa.

En la redacción de Siglo21 y Aldía se formulan invitaciones a funcionarios para los reportajes sobre Mesa21, Sin Rodeos, entre otros y para ello se usan recursos de la caja chica para la adquisición de refacciones o desayunos.

<b>PRESUPUESTO POR ACTIVIDAD</b>	
Día de la Madre	Q5,000.00
Día del Tipógrafo	Q5,000.00
Día del Periodista	Q15,000.00
Aniversario Siglo21 y Aldía	Q30,000.00
Convivio	Q50,000.00
Otras actividades	Q10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q115,000.00</b>

Fuente: Departamento de Recursos Humanos Corporación de Noticias S.A.

### **1.6.6. Presupuesto de Comunicación Externa**

El manejo de la publicidad y promoción de los medios de comunicación de Corporación de Noticias S.A. se hace en la mayoría de casos por medio de canjes. Juliana Menegazzo, gerente de Mercadeo refiere que el valor de la inversión se debe medir según el precio del espacio que se da a cambio de la publicidad y esto aplica para vallas, anuncios en radio y en otros medios de comunicación.

Un anuncio en una página de Siglo21 tiene un valor de Q22 mil 500 a full color y en el caso de Aldía reporta un total de Q20 mil.

Por lo regular, los espacios que no se llenan con pauta se llenan con canjes o promoción del producto. Mensualmente hay cuatro anuncios fijos de la tarjeta Club21 a página completa y seis medias páginas. Esos anuncios salen los lunes. Anuncios sobre el contenido y valor de la empresa son publicados doce cada mes y se estima en igual cantidad los rellenos. Respecto a los anuncios en radio los spots tienen un valor de Q420 los treinta segundos en las emisoras donde pauta Corporación de Noticias S. A. pero esto también se maneja por medio de la modalidad de canje.

## **CAPÍTULO II**

### Plan de Comunicación

## CAPÍTULO II

### 2. Plan de Comunicación

#### 2.1. Antecedentes

El avance tecnológico que involucra a los diferentes medios de comunicación así como el creciente número de lectores que demandan excelencia y responsabilidad en el manejo de la información origina que los diarios impresos recurran en la última década a la búsqueda de criterios que unifiquen los estilos de redacción y contenido en aras de marcar pautas que familiaricen a los lectores con la marca que se busca difundir.

Unificar los criterios del aspecto más básico de las habilidades del grupo de Reporteros-Redactores de un periódico como plataforma de imagen para un público cada vez más exigente, representa una de las estrategias de comunicación que quizá, pese a ser un detalle discreto, marca la pauta hacia la excelencia en presentación y hacia la redirección de normas que más adelante, contribuirían en la formación de nuevos comunicadores.

En Guatemala hay escasos periódicos que cuentan con manuales de estilo y redacción. Las agencias de noticias tales como la Agencia Efe han dotado a los comunicadores de algunas herramientas tales como la edición del Manual de Español Urgente que es considerado “el más antiguo de los publicados en la Comunidad de habla española” y es también, el más difundido.

Con una primera edición emitida en 1976, dicho manual marcó la pauta en los diarios latinoamericanos sobre los lineamientos principales de cómo redactar de manera que se cumpla con los preceptos indicados por la Real Academia Española de la Lengua, máximo órgano de referencia del castellano sobre uso y ejecución del lenguaje en mención.

Paralelo al manual en mención, cabe destacar el Diccionario de Español Urgente, emitido por la misma agencia y elaborado por el filólogo español Alberto Gómez Font. En este documento se recopilan más de mil fichas y que se recomienda para ser base de los departamentos de Corrección de Estilo de los medios tradicionales de comunicación actuales.

En 1994, momento en que la Agencia Efe ponía a disposición del público objetivo su décima edición del manual referido, se mantenía en las primeras líneas del Prólogo la premisa de que “el deterioro progresivo que el idioma está padeciendo en los medios de comunicación, por un lado, y la expansión internacional de la Agencia EFE, por otro, aconsejan realizar un esfuerzo tendente a la homogeneidad de criterios idiomáticos”<sup>7</sup>.

A nivel local y tras varios años de intentos y proyectos para concebir un producto final, Prensa Libre lanza su Manual de Redacción, documento en donde se utilizaron documentos de referencia tales como el Diccionario de Español Urgente

---

<sup>7</sup> Manual de Español Urgente. Agencia Efe, S.A. (1994) Ediciones Cátedra S.A. Madrid, España.

de la Agencia Efe, Manual de español urgente (de la Fundación del Español Urgente —Fundéu—) y las notas de Gómez Font.

Este manual fue distribuido entre el personal del diario en mención y como aseguran sus promotores, vio la luz “en un momento marcado por una transición generacional en el periodismo guatemalteco. Poco a poco, los periodistas incorporados al oficio en las décadas convulsas de 1960 a 1980 van cediendo espacio a los reporteros de las nuevas generaciones, forjados en la posguerra y en la era cibernética”<sup>8</sup>.

En ese momento, el actual director del diario Prensa Libre Miguel Méndez Cetina, reconoció que el empleo correcto del lenguaje está “venido a menos en aras de una malentendida liberación de la creatividad”, según consignó en el aporte que presenta dicho manual.

Conforme avanza el tiempo, varios medios de comunicación están conscientes de las necesidades de actualizar y mejorar los contenidos de sus manuales. Este es el caso de Nuestro Diario en donde el plan para elaborar documento acorde a los últimos requerimientos periodísticos está en camino.

Abner Guoz, director de dicho medio de comunicación refiere: “En efecto contamos con un manual que no está ajustado a las necesidades actuales, entiendo que tendrá unos ocho años de haberse emitido pero estamos trabajando en uno nuevo y esperamos tenerlo listo de aquí a que finalice el primer semestre del año”.

En cuanto a los periódicos digitales, la Agencia Guatemalteca de Noticias (AGN) posee un manual elaborado por el periodista Héctor Salvatierra, experto en Comunicación Estratégica y que fue presentado a la redacción en mayo 2013. “Implementar un estilo permite definir la unidad de criterios”, expuso el comunicador<sup>9</sup>.

En el caso que nos atañe, Corporación de Noticias S.A., casa editora de los diarios Siglo21 y Al Día, sólo el primero de los periódicos descritos cuenta con un manual que se implementó hace ya varios años pero que ya no se utiliza, como describe el Jefe de Información Byron Barillas, quien afirma “consideramos necesario contar con uno para uso propio y así mejorar el contenido de nuestras notas”.

El equipo de correctores asignados a Siglo21 se encarga solamente de hacer una revisión de tipo ortográfico en papel, esto quiere decir, de las páginas previamente a su envío a impresión, jornadas que por lo regular, se hacen a partir de las 21 horas. Por el momento el estilo y redacción es responsabilidad exclusiva del equipo de editores de cada sección.

---

<sup>8</sup> Manual de Redacción de Prensa Libre. (2007) Primera Edición. Prensa Libre S.A.

<sup>9</sup> Héctor Salvatierra. Manual de Estilo y Redacción. Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (2013).

## **2.2. Objetivos**

### **General:**

Implementar una estrategia que permita unificar el criterio de los correctores que trabajan en Siglo21 para mejorar el contenido y presentación que llega a los lectores.

### **Específicos:**

Dotar de un Manual de Procedimientos para editores, reporteros y correctores con lineamientos unificados sobre cómo presentar la noticia a los lectores de acuerdo a estándares actualizados.

Proporcionar una referencia para otros medios de comunicación e interesados en laborar en Corporación de Noticias S.A. sobre los estilos de redacción que existen en Siglo21.

Ordenar los criterios de los correctores que laboran en Corporación de Noticias S.A. y evitar así que en el contenido final haya disparidades en la información.

## **2.3. Público objetivo**

Reporteros, editores, correctores, estudiantes de Ciencias de la Comunicación y demás interesados en conocer los criterios que se utilizan para redactar en Corporación de Noticias S.A.

### **Reporteros-Redactores**

Es el personal de planta que sale tras la noticia y está asignado a las diversas fuentes de información institucional que existen en el país. Ellos son los responsables de llevar la compilación de datos recabados a la Redacción y cumplen con redactarla con los criterios periodísticos necesarios para la comprensión del lector.

En Siglo21 hay nueve reporteros asignados a la cobertura de las fuentes nacionales, tres en economía, cuatro en la sección de Vida, dos en la página web y tres en deportes.

### **Editores**

Es el primer filtro de la información, deben revisar el contenido procesado por los Reporteros-Redactores y editarla (revisarla) de manera que cumpla con los criterios de coherencia, comprensión, actualidad, síntesis y razonamiento lógico.

Para las fuentes nacionales hay dos editores, sobre quienes la jerarquía incluye al Jefe de Información, Jefe de Redacción, Subdirector Editorial y Director Editorial. Estos últimos están íntimamente ligados a la revisión de contenidos que emiten los reporteros.

Para el resto de secciones (Economía, Vida y Deportes) hay asignados dos jefes, un coeditor y un editor, mientras que la página web es dirigida por una persona.

### **Correctores**

Personal asignado que tiene como responsabilidad la revisión del contenido revisado por los editores en papel, es decir, el producto casi final de la publicación y se circunscriben a revisión ortográfica y puntuación.

El personal destinado para estas funciones en Siglo21 son tres personas.

### **2.4. Mensaje**

“Plumas responsables en busca de la excelencia”.

### **2.5. Estrategia**

Para elaborar un manual que unifique los criterios de redacción y estilo en Siglo21 se implementará una estrategia consistente en:

- a) Revisar el producto final que sale de las notas de los redactores y verificaré el producto final cuando se imprime en papel para revisión de los correctores.
- b) Entrevistas a los editores para determinar cuáles son los errores más comunes en que incurren los reporteros para detectar las falencias que no se corrigen desde la redacción de la noticia.
- c) Durante una reunión con editores y reporteros se presentarán los resultados de la revisión para hacer conciencia respecto a la forma en que redactan sus notas y el producto final. Se pedirá la presencia del corrector con más experiencia y el Jefe de Cierre para que brinden las recomendaciones del caso.
- d) Se revisarán los lineamientos que siguen los correctores de estilo y los criterios que utilizan para corregir los textos que mandan los editores.
- e) Con las autoridades del diario se determinará cómo deberán quedar establecidos los criterios de redacción, ortografía, sintaxis y estilo.
- f) Se verificarán las propuestas y directrices que tiene Siglo21 según los manuales acreditados existentes y los lineamientos de la Real Academia Española de la Lengua.
- g) Se elaborará un manual que unifique los criterios de redacción y estilo para uso de correctores, redactores y demás personas interesadas en dicho documento.

### **2.6. Guía de contenidos**

Esta es la propuesta de temas que se incluirán en el manual que unificará los criterios de los correctores y editores en Siglo21. La tabla que se utilizará es la siguiente:

1. Presentación
2. Identidad Corporativa de Siglo21
3. Reseña histórica de Siglo21
4. Flujograma de Trabajo

5. Glosario
6. Nacionales: Criterios unificados para uso de correctores y editores
7. El Periodismo en Pulso: Uso correcto de términos económicos
8. Periodismo de Vida: Manejo de las citas de autores y otras fuentes.
9. El Mundo: La terminología internacional de conceptos periodísticos.
10. La Hora de Cierre: Criterios sobre titulación en portada
11. Recomendaciones
12. Bibliografía

## 2.7. Los planes de comunicación

A nivel externo se pretende establecer un documento con los principales lineamientos de redacción y estilo de Siglo21 para uso y consulta de estudiantes de la carrera de Periodismo y que puede ser distribuido en bibliotecas y universidades para su consulta. Esto dará en los círculos periodísticos una pauta sobre profesionalismo como estrategia interna del medio de comunicación.

En el ámbito interno, se pretende fijar un lineamiento que permita llevar el mensaje de profesionalismo a los diferentes departamentos que integran Corporación de Noticias, S.A. Esto debido a que por el momento, pese a ser un periódico, no se tiene conciencia entre los empleados de esfuerzos implementados para mejorar los contenidos editoriales.

## Presupuesto

Para ejecutar la creación del plan y estrategia se estima que un consultor especializado en la unificación de criterio cobraría por dicho ejercicio un promedio de Q25 mil a Q40 mil. Debido a los aspectos técnicos a considerar, se puede recurrir a consultas y dictámenes vertidos por expertos a quienes se les pagaría un promedio de Q5 mil por análisis y opinión respecto al contenido avanzado.

Se estima para impresión tres manuales de estilo para uso del Jefe de Cierre, Departamento de Corrección y Director Editorial. Posteriormente se considerará la impresión para distribuir en universidades y centros de documentación.

<b>Proyección</b>	
<b>Descripción del Producto</b>	<b>Monto</b>
Cobro de honorarios por elaboración de manual	Q25,000.00
Validación de expertos	Q10,000.00
Impresión de tres manuales	Q 2,000.00
Distribución en CD para el personal	Q 200.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q37,200.00</b>

## Calendario

	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	
MAYO						Revisión de contenidos													Entrevistas con personal					Revisión de los lineamientos existentes								
JUNIO		Reuniones para presentar resultados			Definición de criterios a implementar con los jefes												Cotejo de las propuestas vertidas por los jefes con los manuales acreditados.															
JULIO	Elaboración del manual que unificará los criterios de los correctores de estilo en Siglo21													Revisión del contenido.					Entrega producto final.													

**Observación:**

El medio de comunicación está dispuesto a mantener el salario que percibe el empleado por la realización de este Ejercicio Profesional Supervisado y a dotar de los insumos necesarios (computadora, documentos, escritorio y servicio de internet, entre otros), para la ejecución del presente plan.

El monto a percibir son Q7 mil menos los descuentos de ley.

En primera instancia el manual será publicado vía digital y distribuido entre el personal.

**2.8. Control y seguimiento**

A cargo de las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quienes llevarán a cabo visitas a las instalaciones de Siglo21 para verificar el avance y trabajo del equipo de *epecistas* en la institución.

Los examinadores revisarán el cumplimiento de objetivos de acuerdo a las estrategias implementadas y verificación de la ejecución del producto final entre el personal de Siglo21.

### **CAPÍTULO III**

Informe descriptivo de actividades  
Conociendo los procedimientos  
Secuencia Lógica

## CAPÍTULO III

### 3. Informe descriptivo de actividades

#### 3.1. Conociendo los procedimientos

La elaboración de un Manual de Procedimientos y Estilo en la redacción de Siglo.21 inició el 5 de mayo con un sondeo hecho entre editores, reporteros y correctores de este medio de comunicación.

En la jornada de revisión se verificaron los mecanismos empleados por cada uno de los actores que concluyen en la elaboración final del diario y se pudo constatar cada paso previo al envío de las páginas a impresión.

Durante el proceso se evidenció que no hay claridad entre el personal sobre los procedimientos a utilizar pese a que son normas de la redacción, por ejemplo, los editores al momento de pulir la información deben recurrir a la ubicación de los requisitos para la elaboración final de las notas, pese a que es una responsabilidad de los reporteros.

Para conocer un poco sobre los mecanismos de trabajo se recolectaron diariamente las muestras de corrección mejor conocidas en las redacciones como “cien” ya que muestran el cien por ciento de la información con una ampliación que permite una mejor lectura.

También se procedió a darle seguimiento a las distintas fases de redacción de las noticias hasta que se llega al producto final cuya responsabilidad recae específicamente en el jefe de cierre.

##### 3.1.1. Primera fase

Del 5 al 9 de mayo: se recolectaron las muestras de las notas redactadas por los reporteros y la revisión final que hacen los correctores. Se solicitó acceso a las muestras de páginas sobre las cuales trabajan los editores de estilo y se evidenció que en términos de redacción, los errores resultan recurrentes en el personal.

La clasificación de datos se formuló al consignar los errores más comunes de manera que los reporteros y editores cuenten con una guía que les permita conocer las principales falencias de redacción.

Asimismo, se procedió a la distribución de las muestras entre los reporteros para que conocieran de primera mano los aspectos en los que debían mejorar la presentación de sus notas.

Cabe resaltar que los jefes de información concuerdan en que es necesario que tanto reporteros como editores deben estar actualizados con las nuevas acepciones del lenguaje que surgen periódicamente. Por ejemplo, el empleo de palabras que anteriormente no se utilizaban con frecuencia, como *coyote* (para especificar a quienes incurrir en el traslado de personas hacia afuera de la frontera de manera ilegal) y el surgimiento de nuevas enfermedades.



Estas muestras son revisadas por los correctores de estilo, quienes los trasladan a los editores para que hagan las correcciones necesarias. El editor de cierre es el responsable final del contenido a publicar.

Del 12 al 23 de mayo, se efectuó la jornada de entrevistas con editores, correctores y reporteros para que plantearan sus comentarios respecto a las observaciones hechas y nuevamente se revisó el material para verificar si hubo cambios en la redacción de la información.

A los reporteros se les sugirió revisar las páginas en Internet donde pueden encontrar sugerencias de redacción, tales como [www.clasesdeperiodismo.com](http://www.clasesdeperiodismo.com) o el seguimiento a cuentas de *Twitter* en donde a diario surgen *tips* sobre corrección y estilo.



Fernando Soberanis, editor de Nacionales, explica a la *epecista* las principales falencias encontradas en la información que entregan los reporteros de Siglo.21.

### 3.1.2. Supervisión de EPS

La Licenciada Floralba Pérez Melgar visitó las instalaciones de Siglo.21 el 23 de mayo del año en curso y se le explicó la evolución del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS). La visita se concretó a las 14 horas y se brindó información respecto a la revisión de contenidos y se mostró el pliego de correcciones que hace el equipo de edición.



La licenciada Floralba Pérez Melgar junto a la *epecista* Jéssica Osorio.



Byron Barillas, jefe de Información de Siglo.21 explica la evolución y expectativas respecto a los contenidos del Manual de Procedimientos y Estilo de la Redacción.

### 3.1.3. Segunda fase

Posteriormente se efectuó el análisis de contenido de acuerdo a los parámetros que manda la Real Academia Española y la Fundéu, la cual consigna los requerimientos de la Agencia de Noticias EFE para las principales secciones con énfasis en el área Nacional.

Cabe resaltar que en la estrategia se buscó unificar los criterios de los correctores pero en el camino se determinó que había que brindar un panorama general a los reporteros sobre la presentación de la noticia, aspecto que se aprende día a día y no existe una inducción para ello.



En primer plano, el Manual de Español Urgente que emitió la Agencia de Noticias EFE y la página en Internet de la Real Academia Española.

Al conocer los criterios de los editores, se procedió a la revisión de la información que diariamente entregan los reporteros versus las recomendaciones emitidas desde la mesa editorial. Ahí se detectó que hay una secuencia de información que se rompe cuando no se presentan de manera oficial los requisitos de forma en los contenidos.

Las jefaturas de información y redacción enviaron a los periodistas los contenidos mínimos de forma que deben tener las notas y de tal cuenta, se inició la divulgación de los contenidos de las noticias.

Se elaboró un esquema con la información que debía cumplir cada una de las notas y se presentaron los formatos de diagramación. En el caso de los temas especiales que surgen semanalmente en Siglo.21, a inicios de año durante una reunión se presentaron los requisitos básicos que debían cumplirse, razón por la que ese proceso no fue incluido en la presente estrategia.

Estos son los requisitos de distribución planteados para las notas consideradas como “abridoras”, es decir, las que según su tamaño, predominan en las páginas.



Estos son los parámetros que deben ser consignados por los reporteros en las notas consideradas como “abridoras”.

### 3.1.4. Tercera fase

A partir del 2 de junio, se dieron varios encuentros con editores y reporteros para divulgar la información que deben contener las notas informativas, esto en aras de reducir y mejorar los tiempos de edición de contenido.

Se emitieron lineamientos para las horas de cierre de la información y se inició con la distribución de coberturas de acuerdo a las asignaciones de cada fuente. Esto mejoró el fluido de trabajo y salvo escasas excepciones, se logró avanzar en la revisión de contenidos para evitar atrasos en la hora del cierre.

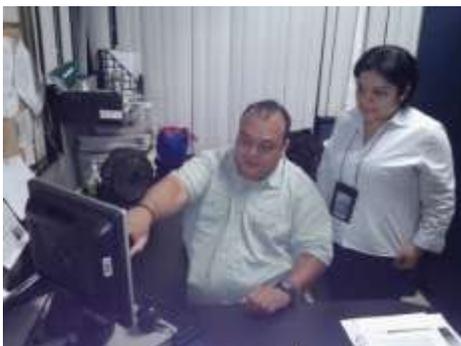
A inicios de julio se optó por buscar los detalles de presentación del manual consistentes en la identidad corporativa del medio de comunicación. Se tomó en cuenta que hay un grupo de nuevos accionistas que llegaron al medio y por lo tanto, redefinieron la Visión y Misión de Siglo.21.

Asimismo, se inició con la redacción del Manual de Procedimientos y Estilo el cual fue cotejado con los criterios del Jefe de Cierre, quien al final, lleva la responsabilidad del contenido final a publicar.

## Vista del contenido del Manual de Procedimientos



En las primeras páginas se consignó la política editorial, la reseña histórica, la organización y el diagrama de flujo de los procedimientos de la redacción. El editor de cierre se encargó de verificar los contenidos y aprobó los procedimientos incluidos en la fase preliminar.



Mario Ramos, jefe de Cierre en Siglo.21, instantánea del 21 de julio 2014.

### 3.1.5. Cuarta fase

A mediados de julio se profundizó en la redacción de los contenidos del Manual y se actualizó la información con los datos provenientes de la Fundéu. Cabe resaltar que hubo editores que participaron activamente en la redacción, como es el caso

de Gabriel Arana, editor de Vida, quien comentó que el Manual contribuirá incluso con el personal de reciente contratación porque podrán conocer cómo son los procedimientos de redacción y los requerimientos de información para la redacción de las noticias.

Arana destacó que había elaborado con anterioridad varias recomendaciones las cuales fueron incluidas en el documento elaborado por la *epecista* ya que se trata de las formas para consignar nombres de libros, autores, películas y otros aspectos necesarios para la redacción de información relacionada con el arte.



Gabriel Arana, editor de Vida en Siglo.21.

### **3.2. Secuencia lógica**

Estos son los principales puntos y versión resumida del Manual de Procedimientos y Estilo de Siglo.21:

#### **Presentación**

Corporación de Noticias S. A., casa editora del matutino Siglo.21 se complace en presentar su propuesta de Manual de Procedimientos y Estilo con el objetivo de definir los procedimientos de elaboración de las notas informativas y unificar criterios de los correctores y editores para satisfacer la demanda editorial que se maneja en este medio de comunicación impreso.

Con el surgimiento de nuevas propuestas para agregar al lenguaje proveniente del creciente apogeo del Internet y de situaciones coyunturales que ameritan reconsiderar la cobertura de eventos que antaño no fueron abordados. Este manual pretende establecer lineamientos básicos y aportar con la resolución de dudas que puedan surgir entre el equipo de redacción.

Asimismo, se busca establecer los parámetros y requisitos que se requieren para formar parte del área editorial de Siglo.21, dirigido especialmente para reporteros, editores y correctores de estilo.

## **CAPÍTULO I**

### **Política Editorial**

Con la objetivo de brindar aportes que permitan construir una mejor nación, la Política Editorial de Siglo.21 busca “informar de forma independiente y profesional sobre los acontecimientos de la vida nacional e internacional; a comprometerse con la libertad, justicia, desarrollo, seguridad, respeto y paz”.

De tal cuenta, identificarse con la democracia y creer en el diálogo forma parte de las premisas de Siglo.21, cuyo equipo defiende el derecho universal de emitir libremente el pensamiento y fomentar la búsqueda de la verdad, por medio de un ejercicio incluyente y de respeto a la sociedad multicultural.

#### **Misión:**

Contribuir a formar una nación más digna, justa y solidaria, divulgando responsablemente toda información de interés público.

#### **Visión:**

- Ser considerados la fuente de información útil, balanceada, valiente, oportuna y objetiva, producto de un periodismo profesional e independiente, recurso imprescindible de los formadores de opinión.
- Ser una empresa responsable y justa que brinda oportunidad de desarrollo a sus colaboradores.

#### **Organización**

La organización del equipo de redacción de Siglo.21 bajo la coordinación del Licenciado en Ciencias de la Comunicación Carlos Castañaza, está integrada de la siguiente manera:

1. Director Editorial
2. Subdirector Editorial
3. Jefe de Redacción
4. Jefe de Información

5. Jefe de Cierre
6. Editores
7. Equipo de Reporteros-Redactores
8. Equipo de Reporteros Gráficos
9. Correctores de Estilo
10. Equipo de Diagramación y Diseño

## **CAPÍTULO II**

### **La cobertura diaria**

Reseña de un día cotidiano Siglo.21 y las funciones que se ejercen para la entrega final de una edición estándar. A primera hora, el equipo de directores y jefes evalúan el contenido publicado versus otros medios impresos de comunicación. Durante la mañana, se revisan las propuestas de cobertura y temas propios que plantean los reporteros un día antes y se determina si estos cambian de acuerdo a la coyuntura.

Los requisitos mínimos de la pauta diaria contienen la agenda asignada a cada fuente de información más un tema propio. En el documento se sugiere el recurso gráfico que la nota puede llevar y este consiste en fotografías, tablas de datos o infografía

## **CAPÍTULO III**

### **Nacionales**

#### ***Criterios unificados para uso de correctores y editores***

El periodismo se reinventa y actualiza con el surgimiento de nuevas tecnologías y prácticas para obtener, procesar y sintetizar la información. Sin embargo, la base es la misma y para ello se recomienda el uso de la pirámide invertida en la nota diaria respecto al relato de los hechos o la redacción, según los lineamientos del periodismo narrativo, para la elaboración de reportajes.

El principio de pirámide invertida se sustenta en la colocación de los hechos según su importancia, de manera que al inicio se concentra la información más relevante y conforme se avanza en el texto, esta se complementa con datos de los cuales se puede prescindir al momento de la edición.

#### **Principios generales de redacción**

A continuación, se enumeran los principios básicos para la redacción periodística universal y, que en el caso de Siglo.21, marcan la pauta para la presentación de la noticia para trasladar al lector la información procesada para su aprehensión.

#### **Redacción de la noticia**

### **Titular:**

Presenta al lector el contenido de la noticia y consiste en “el gancho” que logrará atrapar al lector sobre la información. Debe ser conciso y responder fielmente al contenido que se desarrolla en la nota.

También se desarrollan los aspectos de localizador, bajadillas, recuadros y pie de foto.

### **Recomendaciones de la Fundéu**

La Fundación del Español Urgente de la Agencia EFE, emite periódicamente una serie de recomendaciones para colaborar con el buen uso del idioma en los medios de comunicación.

De tal cuenta hemos seleccionado una serie de aportes que se utilizan en la redacción cotidiana y que Siglo21 adopta como las recomendaciones a seguir en cuanto a Estilo. El sitio web <http://www.fundeu.es/dudas/> permite además la resolución de dudas sobre estilo y se constituyó en una fuente de primera mano para los periodistas interesados en mejorar su redacción.

### **Lecturas recomendadas**

Para obtener información o *tips* sobre redacción, se aconseja seguir en la red social *Twitter* las siguientes cuentas:

- @CorrectorOK
- @OrtografiaReal
- @ORTOGRAFIA

Sitios de Internet:

- <http://www.clasesdeperiodismo.com/>
- <http://www.fnpi.org/>
- <http://saladeredaccion.com/>

### ***Manejo de las citas de autores y otras fuentes***

Se especifican los criterios para la redacción de periodismo económico y para la titulación en portada.

Ejemplos:

#### **Bold o negrilla:**

Se escriben en Bold los nombres de correos o direcciones de Internet, por razones de espacio se puede omitir la triple W. El título de la nota y subtítulos también se colocan con este estilo de letra.

Ejemplo:

- **www.estoeseun ejemplo.com**
- **estetambieneseun ejemplo.com**

#### 4. Entrega de propuesta de manual

La última semana de agosto se hizo entrega a los Jefes de Información y Redacción del contenido preliminar del manual a la espera de sus comentarios y sugerencias.



Vista del contenido de las páginas del Manual de Procedimientos y Estilo.

#### 5. Revisiones y entrega final

El equipo de correctores participó activamente en la conformación del Manual de Procedimientos y aportaron valiosa información que consideran, será vital para pulir el estilo de redacción en Siglo.21.



La *epecista* Jéssica Osorio junto al equipo de correctoras y editoras durante una de las revisiones de contenido. Foto del 30 de julio 2014.



Byron Barillas, jefe de Información, la *epecista* Jéssica Osorio y Lesly Véliz, jefa de Información, reciben el proyecto de Manual el 30 de julio 2014.

## **CAPÍTULO IV**

### Evaluación

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Evaluación**

Se logró elaborar el contenido del Manual de Procedimientos y Redacción de Siglo.21 de acuerdo a los lineamientos establecidos entre las jefaturas de información y redacción.

Se puede establecer que el producto resulta satisfactorio en tanto que logra recoger los lineamientos básicos que se necesitaban en el medio de comunicación, aspecto que se había dejado de lado con anterioridad debido a los cambios ocurridos entre el personal en la última década.

Las autoridades del medio de comunicación mostraron su beneplácito con el procedimiento ya que contribuyó a detectar ciertas deficiencias de procedimientos que se tenía y que no fueron aclaradas con anterioridad.

Se cumplieron los objetivos del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) pactados al interno y eso se traduce en una mejoría interna de los procedimientos en la empresa.

## **CAPÍTULO V**

### Conclusiones y Recomendaciones

## **CAPÍTULO V**

### **5. Conclusiones y Recomendaciones**

#### **5.1. Conclusiones**

Se logró establecer que había muchas dudas en el personal de Siglo.21 y se superaron las interrogantes respecto a los procedimientos en el periódico.

Para una persona que tiene previsto iniciar sus labores en este medio de comunicación, el Manual de Procedimientos y Redacción servirá como una herramienta útil para enterarse de cómo se dan los procesos en dicho medio de comunicación.

Detectar las lagunas de información existentes entre el personal, contribuyó a superar los obstáculos que impedían el flujo de la información.

#### **5.2. Recomendaciones**

El ejercicio hecho en Siglo.21 como parte de los requerimientos del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) contribuyó en fortalecer el conocimiento interno de la institución, por lo que se recomienda su aplicación en otras empresas, específicamente medios de comunicación ya que el aporte de la epesista fue muy satisfactorio para la parte editorial de esta compañía.

Si no es posible reclutar a un consultor específico para que haga los análisis correspondientes, siempre es adecuado que un trabajador del medio haga un reporte sobre la situación de la empresa, en cuestiones administrativas y editoriales, esto para prever cualquier situación incómoda ante la falta de información por parte del personal.

## **CAPÍTULO VI**

### Bibliografía

## **CAPÍTULO VI**

### **Bibliografía**

Informe Nacional de Desarrollo Humano 2007/2008. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Guatemala: ¿Una economía al servicio del Desarrollo Humano?

Hurtarte Herrera, Ernesto. 1994. El Ingreso del periódico Siglo XXI en la sociedad guatemalteca. Tesis. Escuela de Ciencias de la Comunicación). Universidad de San Carlos de Guatemala (Usac).

Manual de Inducción. Corporación de Noticias S.A. 1996. 1ª. Edición.

<http://www.s21.com.gt/editorial/2014/01/24/corporacion-noticias-prefiere-seguir-camino-desarrollo>

Manual de Redacción de Prensa Libre. (2007) Primera Edición. Prensa Libre S.A.

Manual de Estilo y Redacción. Héctor Salvatierra. Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (2013).

Manual de Español Urgente. Agencia Efe, S.A. (1994) Ediciones Cátedra S.A. Madrid, España.

## **ANEXOS**

## Anexos

### 7.1. Transcripción de las entrevistas:

**Carlos Castañaza**  
Director Editorial

**Describe las atribuciones de su puesto y las características de la sección que tiene a cargo:**

Dirigir al equipo editorial de Corporación de Noticias, crear las políticas y productos editoriales y representar a Siglo21 y Al Día como medio de comunicación.

**¿Utiliza algún procedimiento (diagrama de flujo) establecido de manera institucional para los procesos diarios de trabajo en la unidad bajo su responsabilidad?**

En muchos casos sí, en otros se van elaborando.

**¿Cuánto tiempo tiene en ese puesto? ¿Qué aspectos logró mejorar en ese lapso?**

Un año. Readecuar las jerarquías, para que respondan a las necesidades editoriales de la empresa, y cumplir con calidades informativas y con horarios de cierre establecidos, lo cual no ocurría.

**¿Elaboró algún plan estratégico para implementar sus atribuciones cotidianas? De ser positiva su respuesta podría dar detalles sobre lapsos, objetivos y descripción del documento.**

Sí. Se hizo una evaluación desde afuera sobre la situación que imperaba en ambos diarios, tanto como productos editoriales como en el caso de la empresa. Luego se validó internamente con jefes, editores y coeditores, y finalmente se diseñó con los módulos internos cada uno de los nuevos productos. Lo que se pretendía era tener una filosofía de trabajo y un sistema para renovar la carga editorial diaria y semanal.

**¿Cuáles son las debilidades que considera, tiene la unidad bajo su cargo?**

Hace falta trabajar la parte de Cultura Organizacional, así como fortalecer las capacidades del equipo tecnológico.

**¿En qué se pueden mejorar los mecanismos para optimizar los resultados de su sección?**

En una planificación, organización y ejecución acorde a cada área.

**¿Es el tema presupuestario determinante para establecer mejoras en la unidad a cargo?**

No. Es muy importante, pero no determinante. En estas redacciones se hizo una renovación y un replanteamiento con pocos recursos económicos.

**¿Qué necesidades tiene sobre software, manuales y equipo para optimizar el trabajo suyo y de sus reporteros?**

Muchas. Varios de los procesos son hasta rudimentarios a causa de la poca renovación tecnológica, lo cual hace que tampoco se renueven manuales.

**En cuanto a destrezas ¿qué aspectos tiene la competencia que considera se deben fortalecer en su equipo de trabajo?**

En algunos casos, atreverse a realizar trabajos más elaborados e innovativos, en otros, cultivar fuentes de información de mejor manera.

**¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?**

Mucha juventud, buena disposición y cada vez más instrucción académica, aunque requieran o tengan necesidades de motivación.

**Carlos Ajanel**

Editor de Pulso Económico

**Describe las atribuciones de su puesto y las características de la sección que tiene a cargo:**

Editor de Economía y Finanzas. La sección tiene dos líneas preponderantes. La edición diaria, con la cual se intenta tomar el pulso de la economía nacional e internacional, así como se procura estar al día con información relacionada con las finanzas, las inversiones y la creación de negocios, tanto desde el ámbito gubernamental, como el privado. Además, se pretende también convertirnos en el medio por excelencia de la economía emergente y de las pequeñas y medianas empresas.

La otra línea preponderante tiene que ver con el suplemento Pulso Económico que, en esencia, tienen los mismos objetivos noticiosos de la sección diaria, aunque contados con un lenguaje menos duro.

**¿Utiliza algún procedimiento (diagrama de flujo) establecido de manera institucional para los procesos diarios de trabajo en la unidad bajo su responsabilidad?**

Hay procesos establecidos institucionalmente, los cuales surgen desde la misma concepción de los temas a abordar, tanto en la edición diaria como en el suplemento. En el proceso, que funciona aunque seguramente debe mejorarse,

participan prácticamente todas las áreas: redacción, fotografía, edición, diagramación y corrección.

**¿Cuánto tiempo tiene en ese puesto? ¿Qué aspectos logró mejorar en ese lapso?**

Más o menos un año. Se ha hecho la lucha por mejorar en los dos aspectos, los cuales se consideran cruciales en la búsqueda de un periodismo bueno y competitivo: la planificación y ejecución de los planes, y el diseño. Seguramente, hay muchos más avances en materia de planificación y ejecución de los trabajos, por ser asuntos que no requieren la participación de personas ajenas al módulo.

**¿Elaboró algún plan estratégico para implementar sus atribuciones cotidianas? De ser positiva su respuesta podría dar detalles sobre lapsos, objetivos y descripción del documento.**

Las funciones principales del cargo ya están establecidas, lo cual es correcto, aunque se han aportado ideas en cuanto al camino para lograr las responsabilidades que implican el cargo. Existe un plan de trabajo muy claro, el cual busca alcanzar los objetivos que demanda la sección: contar con una agenda noticias que nos permita: exclusivas, ser competitivos y creativos con las coberturas, y aprovechar de la mejor manera el recurso humano del cual se dispone (no trabajar de más y tener claras las prioridades noticiosas).

En cuanto a lapsos, nuestro trabajo responde a dos ritmos: uno diario y otro semanal, aunque la planificación persigue evitar, lo más posible, las carreras de última hora.

**¿Cuáles son las debilidades que considera, tiene la unidad bajo su cargo?**

Hace falta generar más ideas y tener más creatividad. Necesitamos engancharnos más con los problemas que afectan o agobian a los consumidores y a sus hogares. Nos falta digerir la noticia económica financiera y transmitirla de forma más coloquial o sencilla. En dos platos, hacer de la sección un tema de conversación, como ocurre en la vida real con la economía y las finanzas.

**¿En qué se pueden mejorar los mecanismos para optimizar los resultados de su sección?**

Más que mecanismos, es asunto pasa por dosis de insistencia, perseverancia y convicción. Obviamente, conviene recibir más capacitaciones y adiestramientos, como todo en la vida.

**¿Es el tema presupuestario determinante para establecer mejoras en la unidad a cargo?**

No es determinante, pero sí necesario. Afortunadamente, el periodismo no es un asunto de muslo o fuerza, el buen periodismo es cuestión de inteligencia, creatividad, esfuerzo y trabajo y eso no se compra. Claro, hay que contar con las condiciones mínimas, lo cual implica soluciones monetarias.

**¿Qué necesidades tiene sobre software, manuales y equipo para optimizar el trabajo suyo y de sus reporteros?**

Seguramente se requieren software más actualizados, pero estimo que el módulo demanda otras prioridades. Sí es necesaria la creación de manuales, los cuales respondan a las condiciones actuales de trabajo. Es obvio que se requieren mejor y más equipo (computadoras, grabadoras, mejores teléfonos, etc), pero, insisto, esto no hace a un buen periodista y tenerlos tampoco garantiza un buen periodismo.

**En cuanto a destrezas, ¿qué aspectos tiene la competencia que considera se deben fortalecer en su equipo de trabajo?**

Desde el punto de vista humano, creo que tenemos las mismas competencias, destrezas y cualidades. En ese punto, que es crucial, todos partimos del mismo punto. En cuanto a asuntos materiales, imagino que hay equipos que tienen más o menos recursos que nosotros. Insisto y aclaro, no es que no necesitemos mejorar nuestros equipos, sí lo necesitamos y cuanto antes mejor, pero eso nos dará estatus, no ideas ni buenos trabajos. Los estímulos urgentes, creo yo, pasan por otros caminos y están más ligados a satisfacer cuestiones personales del equipo de trabajo.

**¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?**

En general, mucho esfuerzo, dedicación y deseos de hacer bien el trabajo.

**Thelma Chamalé**

Editora de Internacionales

**Describa las atribuciones de su puesto y las características de la sección que tiene a cargo:**

Monitoreo noticias internacionales, vía agencias, Internet y televisión. Planifico la edición impresa de la sección internacional, asigno espacios a las notas que se van a publicar. Subo notas a la página web. Edito las noticias a publicar, corrijo las notas después de que las ver corrección, y luego hago las correcciones sugeridas por el jefe de cierre, si es necesario pido espacio adicional en otra sección si ocurre un hecho relevante en el ámbito internacional. También hago estos últimos procesos en el área de opinión (aquí no se suben notas, pero si se tiene e contacto con los articulistas).

**¿Utiliza algún procedimiento (diagrama de flujo) establecido de manera institucional para los procesos diarios de trabajo en la unidad bajo su responsabilidad?**

No

**¿Cuánto tiempo tiene en ese puesto? ¿Qué aspectos logró mejorar en ese lapso?**

Casi 10 años en la sección internacional y 4.5 años en la sección de opinión.

**¿Elaboró algún plan estratégico para implementar sus atribuciones cotidianas? De ser positiva su respuesta podría dar detalles sobre lapsos, objetivos y descripción del documento.**

No, el dinamismo requerido en la sección internacional apenas da tiempo para hacer todos los procesos. La experiencia es la que va dando la pauta de desarrollo.

**¿Cuáles son las debilidades que considera, tiene la unidad bajo su cargo?**

Solo somos dos personas para atender las demandas de ambas secciones y adicional a eso mi compañera de equipo también se encarga del archivo físico de la hemeroteca interna de Siglo 21.

**¿En qué se pueden mejorar los mecanismos para optimizar los resultados de su sección?**

Que la publicidad incluida en la sección se planifique antes de las 2 de la tarde todos los días y que no se hagan cambios de última hora no negociados durante la sesión de empalme, una de la tarde, (que pudieron solicitarse al inicio del día, ejemplo una nota con un tema específico).

**¿Es el tema presupuestario determinante para establecer mejoras en la unidad a cargo?**

Sin duda alguna

**¿Qué necesidades tiene sobre software, manuales y equipo para optimizar el trabajo suyo y de sus reporteros?**

Mejor servicio de Internet (que no sea tan lento a veces), que la plataforma en la que se suben las noticias sea más potente a fin de que se disminuyan las fallas en esta, nuevas computadoras.

**En cuanto a destrezas ¿qué aspectos tiene la competencia que considera se deben fortalecer en su equipo de trabajo?**

No es por presumir, pero creo que nosotros tenemos mejores destrezas que nuestros competidores, pese a la situación de los recursos con los que contamos y la limitación de personal en la sección.

**¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?**

Deseo de trabajar bien, responsabilidad, experiencia e interés de superar las pruebas que las jornadas diarias presenta este trabajo.

**Evelyn Ruano**

Editora Página Web

**Describe las atribuciones de su puesto y las características de la sección que tiene a cargo:**

Dirigir, coordinar, supervisar y evaluar el material informativo que se publica en las plataformas multimedia de Siglo.21 de todas las secciones que integran el diario. Página web, redes sociales, videos, audios. Además de buscar información, reportear y editar material.

**¿Utiliza algún procedimiento (diagrama de flujo) establecido de manera institucional para los procesos diarios de trabajo en la unidad bajo su responsabilidad?**

La sección carece de uno, actualmente se realiza un análisis del área para elaborar un sistema de trabajo.

**¿Cuánto tiempo tiene en ese puesto? ¿Qué aspectos logró mejorar en ese lapso?**

Cuatro días. Es muy poco tiempo para lograr cambios evidentes, se inició con procesos para mejorar la redacción y ortografía.

**¿Elaboró algún plan estratégico para implementar sus atribuciones cotidianas? De ser positiva su respuesta podría dar detalles sobre lapsos, objetivos y descripción del documento.**

Está en proceso.

**¿Cuáles son las debilidades que considera, tiene la unidad bajo su cargo?**

Ausencia de flujo de trabajo, atribuciones, control de calidad, contexto informativo, equipo y coordinación.

**¿En qué se pueden mejorar los mecanismos para optimizar los resultados de su sección?**

Consideró que establecer las atribuciones, objetivos y metas es un buen comienzo para hacer rentable para el lector el material que se produce.

**¿Es el tema presupuestario determinante para establecer mejoras en la unidad a cargo?**

No, aquí como en otras secciones la capacidad del personal hace la diferencia.

**¿Qué necesidades tiene sobre software, manuales y equipo para optimizar el trabajo suyo y de sus reporteros?**

Es necesario implementar mejor equipo de cómputo, crear manuales sobre los procedimientos.

**En cuanto a destrezas ¿qué aspectos tiene la competencia que considera se deben fortalecer en su equipo de trabajo?**

Inmediatez, coordinación y enfoque.

**¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?**

Versatilidad, emprendimiento, interés, dedicación.

**Byron Barillas**

Jefe de Información

**Describa las atribuciones de su puesto y las características de la sección que tiene a cargo:**

El puesto de Jefe de Información en Siglo.21 requiere básicamente de tener el control de la agenda periodística diaria, así como asegurar que la planificación se cumpla de manera eficaz a lo largo de la jornada. La meta es que las notas que lleguen a las páginas del diario cumplan con las demandas de un periodismo serio y profesional.

**¿Utiliza algún procedimiento (diagrama de flujo) establecido de manera institucional para los procesos diarios de trabajo en la unidad bajo su responsabilidad?**

Se está elaborando un procedimiento ordenado y lógico para mejorar la ejecución periodística diaria.

**¿Cuánto tiempo tiene en ese puesto? ¿Qué aspectos logró mejorar en ese lapso?**

Afortunadamente no tengo mucho que explicar. Llevo dos días.

**¿Elaboró algún plan estratégico para implementar sus atribuciones cotidianas? De ser positiva su respuesta podría dar detalles sobre lapsos, objetivos y descripción del documento.**

Vuelvo a la respuesta de la pregunta 2.

**¿Cuáles son las debilidades que considera, tiene la unidad bajo su cargo?**

Hay procedimientos que se han mantenido por fuerza de la costumbre, los cuales no contribuyen en la producción de material periodístico con calidad y en tiempo.

**¿En qué se pueden mejorar los mecanismos para optimizar los resultados de su sección?**

No son pocas las oportunidades de mejorar, pero vuelvo a la respuesta de la pregunta 2.

**¿Es el tema presupuestario determinante para establecer mejoras en la unidad a cargo?**

En este momento creo que no. Pasa más por ordenar los procesos y aprovechar capacidades ya instaladas.

**¿Qué necesidades tiene sobre software, manuales y equipo para optimizar el trabajo suyo y de sus reporteros?**

La tecnología es una herramienta, pero de poco sirve si no se tiene disciplina y creatividad.

**En cuanto a destrezas ¿qué aspectos tiene la competencia que considera se deben fortalecer en su equipo de trabajo?**

Especialmente en uno de los competidores se nota su solidez, pero a la vez esto puede verse como su rigidez, por lo que creo que el periodismo que debemos seguir es una mezcla de información y presentación atractiva.

**¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?**

Son variadas, pero resalto dos: juventud y disposición para emprender nuevos retos.

**Luis Alfredo Hernández**

Editor de Diagramación

**Describa las atribuciones de su puesto y las características de la sección que tiene a cargo:**

Coordinar, supervisar, planificar, administrar y diseñar en el departamentos de diagramación (Diagramación, Escaneo y Retoque, Ilustración e Infografía) de Siglo.21 y Producción Gráfica, según las necesidades de los departamentos de redacción y ventas. De acuerdo con los cierres de producción diarios y los cierres de productos comercializados por Corporación de Medios, S.A. (revistas Bodas, Destination, Opciones; clasificados, anuncios, etc.)

Esta son algunas de las responsabilidades del puesto:

Coordinar, planificar, ordenar y distribuir las páginas. Elaborar la portada. Elaborar y enviar reportes. Participar en las reuniones de planificación mañana y tarde.

Planificar, diseñar y coordinar páginas de fin de semana y diseño de páginas especiales. (Infografía, fotos y recursos gráficos)

Participación en todas las reuniones de planificación de Redacción de Siglo.21.

Reuniones de planificación de producción y ejecución con área comercial, producción y ventas.

Seleccionar, entrevistar y contratar personal. Solicitar mantenimientos correctivos y preventivos de los equipos de diagramación, escaneo y retoque, infografía e ilustración.

Elaborar calendarios vacacionales y presupuesto anual.

Solicitudes de accesos nuevos: servidor de notas y fotos, creación de claves a internet, correo electrónico, etc.

Verificación de resultados diarios. Diagramación del periódico y anuncios publicados.

Dar seguimiento a asuntos administrativos con Recursos Humanos: impagos, suspensiones, bajas y altas, llamadas de atención, etc.

Coordinar el turno de fin de semana y asuetos.

Administrar, solicitar, recoger materiales de oficina. Acciones de altas y bajas, reportes de producción, reportes de horas extras.

En diagramación de Siglo.21 se ordenan de una manera agradable, correcta, ordenada y amena los insumos que traslada redacción. Textos, fotos, infografías, etc.

**¿Utiliza algún procedimiento (diagrama de flujo) establecido de manera institucional para los procesos diarios de trabajo en la unidad bajo su responsabilidad?**

Si se utiliza un proceso. Institucionalizado. No existe un manual. El proceso se da por inducción de manera oral.

**¿Cuánto tiempo tiene en ese puesto? ¿Qué aspectos logró mejorar en ese lapso?**

Cinco años. Se implementó la utilización plantillas para diagramar. Esto agiliza el conteo de caracteres, los horarios de los diseñadores se ha logrado que sean más eficientes y escalonados.

Además, se elaboran prediseños que permiten ser más precisos en los resultados gráficos y editoriales.

**¿Elaboró algún plan estratégico para implementar sus atribuciones cotidianas? De ser positiva su respuesta podría dar detalles sobre lapsos, objetivos y descripción del documento.**

No. Se ha hecho un ejercicio (FODA) en años anteriores. Esto nos permitió mejorar en cuanto al servicio que se le presta a redacción. Estos documentos se enriquecieron con las opiniones de más personas involucradas en el proceso de producción (directores, editores y redactores).

El año anterior se presentó un documento a Desarrollo Humano describiendo el puesto, sus atribuciones, responsabilidades con el perfil necesario para ocupar el puesto.

**¿Cuáles son las debilidades que considera, tiene la unidad bajo su cargo?**

Bajos salarios, equipo obsoleto, procedimiento lento, pocas veces se logra planificar los eventos de diario, el personal no se le está capacitando, poco personal. Rotación de personal por mejores condiciones de trabajo

**¿En qué se pueden mejorar los mecanismos para optimizar los resultados de su sección?**

Cumplir con los horarios de entrega de insumos para diagramar y diseñar; ser precisos en las indicaciones para elaborar un diseño; cumplir con los requerimientos que se plantean en las diagramaciones; disminuir los tiempos de edición; procurar mantener un ritmo de entrega de notas y mantener el respeto con los diseñadores (as).

**¿Es el tema presupuestario determinante para establecer mejoras en la unidad a cargo?**

Por supuesto. Volver a implementar políticas salariales motivaría a los colaboradores. En anteriores administraciones cada cinco años el trabajador recibía un bono de antigüedad.

El presupuesto de equipo mensual es bajo. Si se deteriora, el departamento técnico no reacciona bien a las solicitudes de asistencia. No tenemos hardware de relevo. El soporte técnico es deficiente y carece de personal suficiente.

**¿Qué necesidades tiene sobre software, manuales y equipo para optimizar el trabajo suyo y de sus compañeros?**

El equipo no se le da mantenimiento preventivo y de mantenimiento. El software no es original y cada cierto tiempo dan conflicto. Se tienen que volver a instalar. No es de última generación.

**En cuanto a destrezas ¿qué aspectos tiene la competencia que considera se deben fortalecer en su equipo de trabajo?**

Definitivamente el equipo, servidores, redes, sistema editorial, capacitación, acceso o suscripciones a instituciones de diseño, motivación.

**¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?**

Voluntad, creatividad, disponibilidad, actitud. Veo juventud combinada con experiencia, buen ambiente de cordialidad, cooperación, entusiasmo y buen ánimo.

**Gabriel Arana**

Editor Vida

**¿Cuáles son las principales deficiencias comunicacionales que observa en esta institución?**

La comunicación interna, suena trillado pero la comunicación nunca es clara y los salarios insuficientes.

**¿De qué manera cree que los trabajadores pueden colaborar para una mejor comunicación con sus colegas?**

Para que las cosas sucedan, creo que las cosas se tienen que imponer. Entonces se debería generar un mecanismo de comunicación. Decirlo todo a través de correos para que la comunicación o asignación quede constatada.

**¿Existió alguna vez una herramienta comunicativa que dejó de funcionar entre los empleados?**

No, siempre ha sido mala. Nunca ha existido un buen mecanismo de comunicación interna. Tobi, apocope de todos bien informados, solo sirve para informar que hay de menú en la cafetería, quien cumple años en el mes y mensajes motivacionales al inicio de la semana. Las cosas útiles que se informan a través de ese medio son muy pocas.

El periódico interno que se realizaba dejó de funcionar porque Recursos Humanos se quedó sin personal. Se distribuía una vez al mes, pero pasó de ser de 8 páginas a una sola página colgada en la pared, luego desapareció.

**¿Qué productos comunicacionales cree que serían útiles para el mejor desarrollo de la institución?**

Mejorar el equipo de cómputo, eso incluye teléfonos móviles, inteligentes que no todos tienen.