

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA DE
NUESTRO DIARIO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

VIVIANA MAGALY MUTZ JUCUB

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 05 de Febrero 2018

EPS-LIC—2018 101

Licenciado Abner Guoz
Jefe de redacción
Diarios Modernos, S.A (Nuestro Diario)
Presente.

Estimad Jefe de redacción:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epeista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Viviana Magaly Mutz Jucub** con número de registro académico **199910085** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epeista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epeista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y Colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

A atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Luis Pedroza

Coordinador de EPS Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epeista



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Guatemala, 10 de agosto de 2018

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que: **VIVIANA MAGALY MUTZ JUCUB** con número de carné: **199910085 y DPI 1607-56901-0101**; el estudiante (a) epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en la **SECCIÓN DE INFOGRAFÍA** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **16 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA DE NUESTRO DIARIO** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **DIARIOS MODERNOS S.A. (NUESTRO DIARIO)**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,

Abner Guoz
JEFE DE REDACCIÓN

Lic. Abner Guoz

Jefe de Redacción



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



Guatemala, 10 de octubre de 2018

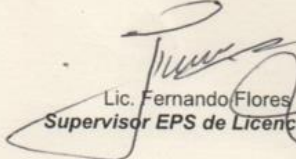
Estudiante
Viviana Magaly Mutz Jucub
Carné: 199910085
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

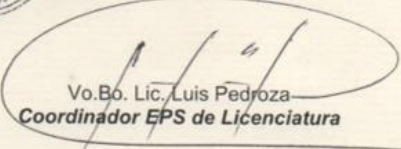
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA DE NUESTRO DIARIO". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS** Por su soberanía en mi vida. Permitió todo para yo poder llegar hasta aquí.
- PAPI** Tu ausencia fue mi impulso. Solo puedo decir que cumpliste y te cumplí.
- MAMI** Por darme las palabras precisas para arrancar este proyecto. Por tu amor, oraciones y cuidados de cerca y a la distancia siempre.
- HERMANOS** Eve y David, mucho ánimo para también concluir este camino.
- SOBRINOS** Que aspiren a mucho más.
- TÍO CAYETANO** Por su insistencia por verme graduada. Me recordaste siempre que esto era la muestra de agradecimiento al esfuerzo de mi papi y mami.
- FAMILIA** Cuñado, tíos, tías, primos, primas, por su cariño, paciencia y aceptación.

AGRADECIMIENTO

A NUESTRO DIARIO Por permitirme desarrollarme como periodista y estar en constante aprendizaje.

A LA ECC Por la asesorías, consejos y sugerencias durante el desarrollo de este proyecto.

A LA UNIVERSIDAD Por su historia y servicio a la Educación Superior.

A MIS COMPAÑEROS A los del día a día, muy especialmente a los infografistas por el conocimiento aportado.

A MIS AMIGOS A todos y todas gracias por estar lejos y cerca cuando fue necesario.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo general.....	1
1.1.2. Objetivos específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN: Soy502.com	2
1.2.1 Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias	2
1.2.5. Misión	3
1.2.6. Visión.....	3
1.2.7. Objetivos Institucionales	3
1.2.8. Público Objetivo	3
1.2.9. Organigrama.....	4
1.3. METODOLOGÍA	5
1.3.1. Descripción del Método	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	6
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	9
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	10
1.4.1. Fichas de entrevistas.....	10
1.4.2. Resultado de entrevistas	11
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.	13

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	14
1.5.1. Fortalezas	14
1.5. 2. Oportunidades	14
1.5. 3. Debilidades	15
1.5.4. Amenazas.....	15
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	16
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	16
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	16
2.2.1. Objetivo General.....	16
2.2.2. Objetivos específicos.....	16
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	17
2.4. MENSAJE	18
2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES	18
CAPITULO III	
3. INFORME DE EJECUCION	22
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	22
3.1.1. Financiamiento	22
3.1.2. Presupuesto ejecutado	23
3.1.3 Beneficiarios	24
3.1.4 Recursos humanos.....	24
3.1.5 Áreas geográficas en acción	24
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES	25
3.3. CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES	38
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	39
CONCLUSIONES	41
RECOMENDACIONES	42
GLORARIO DE TÉRMINOS	43

BIBLIOGRAFÍA	47
EGRAFÍA	48
ANEXOS	49

RESUMEN

Nombre de la Institución: Diarios Modernos, S.A.

Nombre del Proyecto:

“Plan de Comunicación Interna en la sección de Infografía de Nuestro Diario”

Objetivos del proyecto:

Objetivo General:

- Implementar un plan de comunicación interna en la sección de Infografía de Nuestro Diario.

Objetivos Específicos:

- Mejorar los procesos para la elaboración de gráficos e infografías en Nuestro Diario.
- Aperturar un canal de comunicación entre los infografistas y periodistas.
- Elaborar una guía de procedimiento para hacer eficaz la utilización de la infografía en un medio impreso.

Sinopsis del proyecto

El diagnóstico realizado en la sección de Infografía de Nuestro Diario reveló la necesidad de implementar una estrategia de comunicación por falta de unificación de criterios para elaborar gráficos e infografías y el desconocimiento de los periodistas acerca de los procesos. Se planteó un plan de actividades con infografistas y periodistas que incluyó un taller en el que se recopiló la información para una guía de procedimientos, que después se difundió a través de una campaña interna informativa.

INTRODUCCIÓN

Nuestro Diario es un periódico popular nacional e independiente con contenido informativo que ayuda al lector a entender la realidad y formar un criterio. Y porque este último interés prevalece sobre cualquier otro, debe subsanar cualquier debilidad en su comunicación interna para que no repercuta en la información que difunde.

El presente documento contiene el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL), de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala dividido en tres etapas: diagnóstico, plan y ejecución.

Durante el diagnóstico se documentó la observación realizada en la sección de Infografía de Nuestro Diario, donde se detectaron deficiencias en los procesos de trabajo como falta de comunicación y unificación de criterios para la elaboración de las gráficas e infografías.

Para una respuesta a estas deficiencias laborales se planificó la creación de una Guía de Procedimientos para hacer eficaces los procesos de trabajo, tener un mayor control de calidad y atender las necesidades que requiere el departamento de otros colaboradores.

La ejecución del proyecto se llevó a cabo entre mayo y julio del presente año con el acompañamiento de infografistas. El documento (susceptible a cambios hasta la fecha) se entregó y divulgó a periodistas e infografistas.

Desde 1998, Nuestro Diario es pionero en esta herramienta periodística por lo que este aporte permite perfeccionar el vínculo entre los infografistas y periodistas.

JUSTIFICACIÓN

Desde hace 20 años, Nuestro Diario es conocido en los hogares guatemaltecos por ser el periódico de mayor circulación en el país. Sin embargo, poco o nada se conoce de sus interioridades y los retos que afronta para la elaboración de cada edición y que a la fecha superan las 7 mil 300.

La sección de Infografía es clave en este andamiaje que privilegia la fotografía, gráficas e ilustraciones (característica de los periódicos populares) pero que no cuenta con una guía de trabajo dirigida hacia los infografistas, ni tampoco normas básicas a las que deben regirse los periodistas que elaboran los textos que los acompañan.

Este proyecto busca mejorar la comunicación entre los profesionales que intervienen en la elaboración de las gráficas e infografías para consolidar la personalidad de este matutino.

El ejercicio profesional también ha llevado a que haya unificación de criterios en los procesos y una constante retroalimentación entre los colaboradores (infografistas y periodistas). El proyecto es viable porque cuenta con el aval de la Jefatura de Redacción y anteriormente no había ningún documento que guiara procesos tan simples como la correcta cantidad de texto que debe contener una gráfica e infografía según las tipologías en uso.

A los periodistas se les orientó acerca de las normas que deben cumplir y cómo su aporte correcto puede maximizar el tiempo, esfuerzo y la predilección del recurso infográfico que le ha valido a Nuestro Diario ser multipremiado a nivel internacional.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico de la comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario”.

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

- Elaborar un diagnóstico de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son las deficiencias en la redacción, específicamente en la sección de Infografía, que impiden aprovechar y reconocer el aporte que brinda en el quehacer periodístico.
- Comprender los problemas en la comunicación interna del personal que labora en la sección de Infografía.
- Conocer la importancia de la elaboración de las infografías para aprovechar mejor el recurso en los distintos géneros periodísticos.

1.2 LA INSTITUCIÓN: Diarios Modernos, S. A (Nuestro Diario).

1.2.1 Ubicación Geográfica

Las oficinas centrales de Nuestro Diario están ubicadas en la Avenida Petapa, 23 calle numeral 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala. Dispone de un edificio de tres niveles con helipuerto. En ese espacio funcionan las oficinas administrativas: gerencia general, recursos humanos, contabilidad, mercadeo, informática, ventas y publicidad, así como la redacción, subdividida en secciones.

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

Nuestro Diario es un matutino independiente. Tiene a su cargo las publicaciones de periódicos regionales, es decir, elaborados y distribuidos según la región del país. Es así como alcanza una distribución de 200 mil ejemplares diarios llegando a los 340 municipios.

1.2.3 Antecedentes e Historia

Durante la década de 1950 existió en el país un periódico llamado Nuestro Diario, propiedad de su fundador Federico Hernández León. En esa época, dicho medio era dirigido por Pedro Julio García, en el cargo de director, mientras que la jefatura de redacción estaba a cargo de Álvaro Contreras. En el área de redacción laboraban los profesionales Girón Cullier (+), Mario Sandoval Figueroa y el distinguido comunicador Isidoro Zarco (+).

Debido a las fuertes presiones y sometimiento del medio de comunicación impreso a favor de los oficiales de Jacobo Árbenz Guzmán, dicho grupo de periodistas y amigos deciden formar un nuevo periódico, llamado Prensa Libre, el cual lideró el mercado informativo.

Fue hasta 47 años después que Álvaro Contreras Valladares, hijo de Álvaro Contreras Vélez y otros socios del grupo Prensa Libre, proponen un nuevo proyecto y lanzan un nuevo periódico.

Esta propuesta pretendía formar parte de la estrategia de mercado para hacer frente a la competencia que ejercía en ese entonces el grupo Corporación de Noticias, el cual tenía bajo su administración al matutino Siglo XXI, quien aliado con el Grupo La Nación, de Costa Rica, había lanzado meses atrás el periódico popular Al Día.

En ese contexto, el grupo Prensa Libre busca impulsar el proyecto al que se llamó Nuestro Diario, por lo que une esfuerzos con Aldea Global, casa editora de El Periódico, para poder comenzar el proyecto bajo un esquema de recursos compartidos, lo cual le permitía a ambas organizaciones mantener bajos niveles de costos para las producciones.

Nuestro Diario circuló por primera vez el 16 de enero de 1998 y tras 20 años de operaciones ha logrado posicionarse como el diario de mayor circulación en Guatemala y el tercero a nivel latinoamericano (Gerencia de Recursos Humanos Diarios Modernos, S.A.,2014).

Al cabo de un año, el recién lanzado periódico Nuestro Diario superó a Al Día, alcanzando una distribución de más de 90 mil ejemplares diarios. Esto significó que para 2001, Al Día quedaba en el cuarto lugar en circulación nacional.

En la actualidad, el matutino Nuestro Diario se integra con secciones informativas del ámbito nacional, internacional, de impacto, deportivo, farándula, familiar, opinión, así como 12 ediciones departamentales segmentadas, para dar cobertura a las noticias generadas en los diferentes territorios.

Las doce entregas segmentadas geográficamente, como insertos en las ediciones capitalina y departamental, son Metro (notas comunitarias de las áreas urbanas del departamento de Guatemala), Diario Xela (Quetzaltenango), Diario (Escuintla), Occidente (Totonicapán Huehuetenango y San Marcos), Centro Occidente I (Sacatepéquez y Chimaltenango), Centro Occidente II (Quiché y Sololá).

También abarca las regiones Oriente (El Progreso, Zacapa y Chiquimula), Sur Oriente (Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa), Norte (Izabal y Petén), Verapaz (Alta Verapaz y Baja Verapaz), Sur Occidente (Suchitepéquez y Retalhuleu) y Costa Sur (municipios fronterizos de Quetzaltenango y San Marcos); los cuales son alimentados por una red de más de 110 colaboradores que residen en todo el país.

En julio 2017 a nivel nacional el promedio de circulación se posicionó en poco más de 195 mil ejemplares a nivel nacional, de los cuales casi 12 mil corresponden a la región Oriente, al igual que en Sur Oriente, cuya cifra es menor por mínima diferencia.

Según el estudio Lectores de Nuestro Diario en Guatemala, elaborado de enero a agosto de 2017 por la empresa de investigación de mercado, Explico, S.A., con una muestra de 3,004 personas, de un universo de 7.2 millones, estimó que el alcance del periódico es de 1.6 millones personas al día y que 3.1 millones leen Nuestro Diario, en promedio una vez a la semana.

1.2.4 Departamentos o Dependencias

- **Director Editorial:** Vela por la política periodística de la empresa, da solución a problemas que surgen y determina el material que se publica.
- **Gerencia de Redacción:** Encargada de coordinar la logística necesaria para la operación del área de redacción en general, tiene a su cargo al personal de las unidades móviles, mensajeros y recepcionistas.
- **Jefatura de Redacción:** Área que crea contenidos, selecciona noticias y revisa la información que se brindará al lector.
- **Jefatura de cierre:** Revisa el contenido de la edición y modifica algunos aspectos de fondo y diseño final, como filtro para detectar lo que no se apega a algún lineamiento del medio.
- **Jefatura de información:** Responsable de la revisión de la portada y página final, aprueba los temas que se incluyen en cada una de las secciones. Coordina la labor de los diferentes jefes y editores.
- **Deportes:** Aborda información generada en el deporte local, nacional e internacional. Cuenta con equipo de reporteros y fotógrafos.
- **Investigación:** Se dedica a la elaboración de trabajos de profundidad investigativa sobre determinados temas que son de interés para el público objetivo del medio.

- **Fotografía:** Dicta lineamientos a los reporteros gráficos respecto al tipo de material fotográfico que el medio requiere. Recopila, clasifica, selecciona y edita las imágenes que se utilizan en cada uno de los productos que se incluyen en cada edición.
- **Nacionales:** Se encarga de la información de interés nacional que se genera diariamente, en el ámbito político, económico y de sucesos. Incluye los hechos más relevantes de todo el país. Cuenta con reporteros y fotógrafos para la cobertura de diferentes fuentes informativas.
- **Internacionales:** Elabora un resumen diario de noticias relacionadas con política, economía y curiosidades, entre otras, que ocurren en todo el mundo y tienen incidencia en la dinámica global. Prioriza la fotografía para presentar los datos de forma sencilla, concisa y breve.
- **Metro:** Elabora seis ediciones a la semana con noticias comunitarias, de servicio, deportivas, sociales y religiosas, dando prioridad a la información del departamento de Guatemala. Se alimenta con información que proveen los colaboradores del área, así como de reporteros y fotógrafos de esa sección.
- **Familia:** Comparte con los lectores información y consejos aplicables en la vida cotidiana, relacionadas con las relaciones familiares, interpersonales, estética personal, hábitos, costumbres, finanzas domésticas y salud, entre otros temas educativos que promueven mejorar la calidad de vida.
- **Estrellas:** Presenta un resumen de noticias relevantes y populares de la farándula, así como entrevistas y reportajes enfocados en el ámbito artístico y cultural, cuyos protagonistas son figuras importantes del cine, teatro, la música y la televisión, tanto nacional como internacional.
- **Regionales:** Departamento que elabora diez diferentes ediciones con noticias departamentales, que abarca información comunitaria, social, deportiva y cultural, para igual número de espacios geográficos segmentados del país. Cada uno de los Regionales está a cargo de un editor, un redactor y colaboradores que envían la información que se publica en ediciones regulares, que circulan de lunes a viernes, y en suplementos especiales que corresponden a fiestas locales o eventos de trascendencia para cada poblado en específico.

- **Diario Empresa:** Cubre y publica notas empresariales de novedades y servicios que lanzan las diferentes compañías que pautan y han establecido relaciones comerciales con el medio.
- **Corrección:** Departamento encargado de verificar el uso correcto del lenguaje y corregir los errores de forma de los textos periodísticos elaborados por las diferentes secciones informativas.
- **Infografía:** Sección encargada de elaborar el material infográfico con el que se complementan materiales elaborados por las diferentes secciones, así como de láminas y gráficos educativos que constituyen un producto completo como tal.
- **Diseño:** Elabora la parte visual de las diferentes secciones según las necesidades de cada una, haciendo uso de programas y herramientas digitales especializadas. Se apegan a las características de imagen que maneja el medio por tratarse de un periódico de tipo popular.
- **Gerencia General:** Responsable legal de la empresa y vela por el cumplimiento de todos los requisitos de Ley que se requieren para llevar a cabo sus funciones y operaciones.
- **Gerencia de Producción:** Se encarga de la adquisición de insumos para la elaboración del material impreso y de dirigir al recurso humano que ejecuta el proceso de producción. En esta dependencia laboran los jefes de taller, mantenimiento y post-prensa; así como bodegueros, montacarguistas, consejeros, guillotínistas, agentes de seguridad, montadores, prensistas, ayudantes, asistentes de mantenimiento, encargados de compaginación, compaginadores y técnicos de pre-prensa digital.
- **Gerencia de Circulación:** Es la responsable de ejecutar la estrategia de distribución del medio, coordinarla, evaluarla y proponer las mejoras correspondientes cuando es necesario. Está integrada por jefes de marca/circulación, de sectores metropolitanos, de sectores departamentales, de transporte y de suscripciones; así como de supervisores de mercadeo, de circulación, ejecutivos de ventas por sectores, coordinador de logística y transporte, supervisores de reparto, voceadores, repartidores, motoristas encargados de suscripciones y personal administrativo de apoyo.

- **Gerencia de Ventas:** Su objetivo es mantener y aumentar las ventas, por medio de la administración eficiente del recurso humano encargado y del mercado potencial de clientes. En ella laboran jefes de tráfico y anuncios, de ventas directas, de agencias departamentales, de publicidad, de arte y diseño. También tiene a su cargo a asistentes de tráfico y ejecutivos de ventas senior, junior, y de telemarketing.
- **Gerencia de Mercadeo:** Se encarga de promocionar la imagen del medio con anunciantes y público objetivo. Debe tomar las decisiones necesarias para garantizar el éxito de una oferta presentada. Para esta dependencia laboran jefes de marca de publicidad, de circulación, para Metro y para Regionales.
- **Gerencia de Tecnologías de la Información (T.I):** Planifica, organiza, dirige, ejecuta y supervisa los servicios informáticos, da soporte técnico y administra las redes, aplicaciones y comunicaciones digitales internas. Es dirigida por jefes de estrategia, de diseño y de operación de servicios; así como de ingenieros de aplicaciones, de bases de datos y de infraestructura; también por técnicos de soporte Front Office y Back Office.
- **Gerencia de Finanzas:** Le corresponde administrar de forma eficiente el capital de trabajo, tomando en cuenta el equilibrio entre riesgos y rentabilidad de inversiones. Se apoya con jefes de cuentas corrientes, de controles y el contador general; también por cobradores, asistentes y auxiliares de créditos y cobros; así como de asistentes de contabilidad.
- **Gerencia de Recursos Humanos:** se encarga de gestionar, organizar y maximizar el desempeño del capital humano. Además del gerente encargado, en ella labora el coordinador de admisión de personal, el reclutador de desarrollo departamental, la coordinadora de servicios para personal, el administrador de la Asociación Solidarista de Empleados Modernos (Asedimo), el supervisor de servicios generales; también asistentes de aplicación y desarrollo, de personal y prestaciones.
- **Gerencia de Operaciones:** Es dirigida por el jefe de seguridad, también integra al subjefe de seguridad, supervisor de seguridad, seguridad ejecutiva y agentes de seguridad interna.

1.2.5 Misión

Lograr una mejora en la calidad de vida de nuestro lector, en lo social y económico, a través del aporte informativo, comercial, educativo y de entretenimiento.

1.2.6 Visión

Ser un diario popular, ligero, con contenido de calidad centrado en el lector; y el de mayor circulación en América.

1.2.7 Objetivos Institucionales

- Dar prioridad a la satisfacción de los intereses del lector.
- Mantener un continuo aprendizaje e innovación.
- Compartir la riqueza y conocimientos.
- Operar bajo los más altos estándares éticos.
- Ser ejemplo de valores y virtudes periodísticas y empresariales en la sociedad donde operamos.
- Ser el medio más influyente en los sectores populares.
- Buscar que todas las áreas tengan un desempeño de la más alta calidad profesional.
- Mantener un estándar de credibilidad editorial y comercial.
- Enseñar y exigir con base en el ejemplo.
- Asumir la responsabilidad en los fracasos y dar reconocimiento al éxito de los subalternos.
- Actuar con claridad y transparencia.
- Estar abierto a nuevas ideas y la crítica constructiva.
- Anteponer los intereses de la institución a los intereses personales.
- Manejar profesionalmente todo desacuerdo entre colaboradores en presencia de los involucrados y no durante su ausencia.
- Enfrentar todo problema, error o falta para buscar una solución de forma conjunta.

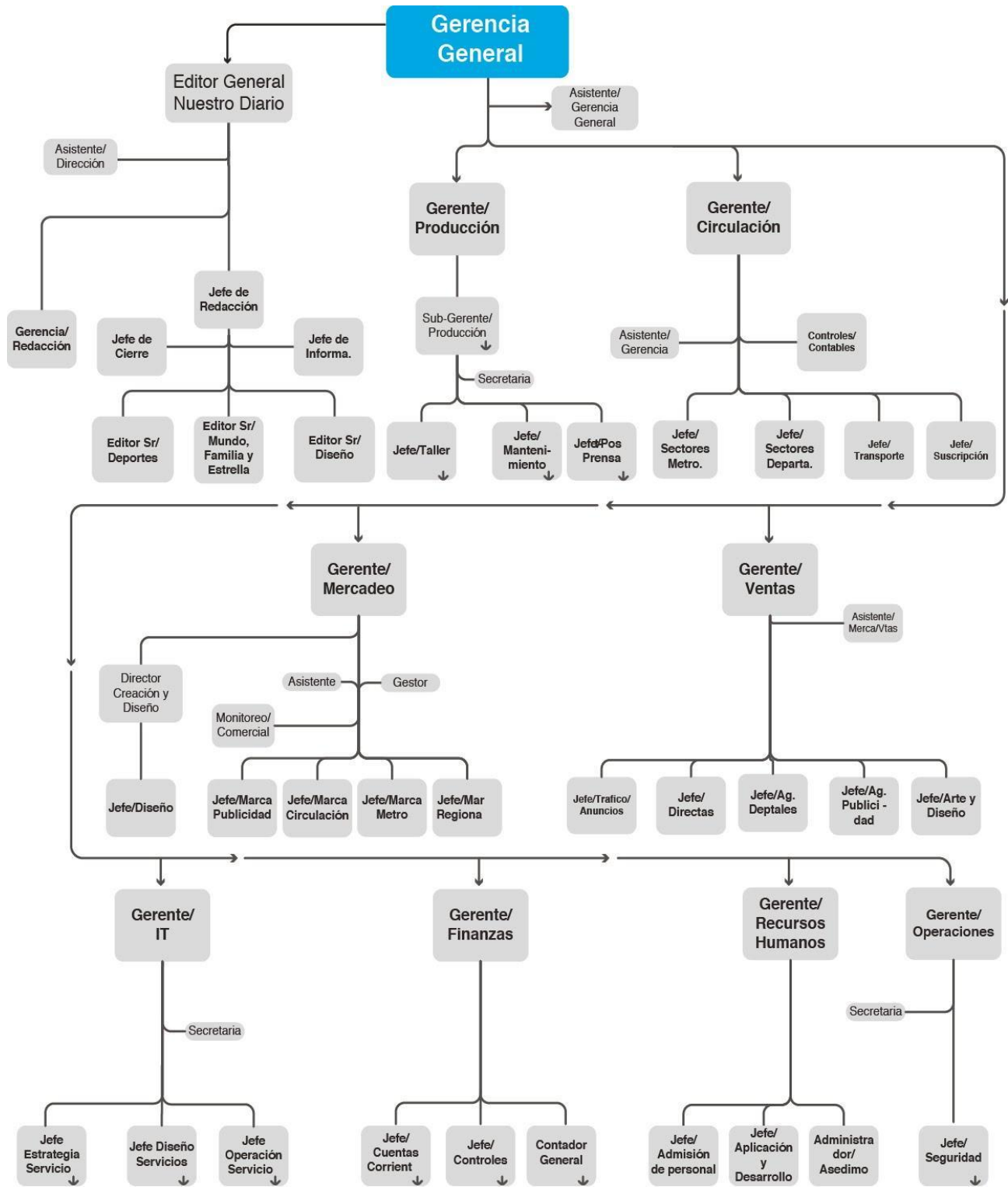
1.2.8 Público Objetivo

La mayoría de los lectores de Nuestro Diario son hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 a 60 años, aunque también se integra parte del segmento de 13 a 17, grupos que se caracterizan por ser de niveles y patrones de consumo correspondientes a los ingresos populares y medios, los cuales tienen una condición social, moral y económica solvente. En su mayoría, desempeñan cargos en áreas administrativas, profesionales y técnicas.

De acuerdo con el estudio Lectores de Nuestro Diario en Guatemala, elaborado de enero a agosto de 2017 por la empresa de investigación de mercado, Explico, S.A., el 48 por ciento de sus lectores se encuentra en el rango de edad considerado millennial (34 años o menos), 39 por ciento son de la generación equis (34 a 55) y 29 por ciento son llamados baby boomers (55 o más). En cuanto a poder adquisitivo, se considera que 44 por ciento de los lectores pertenecer al nivel popular y 41 por ciento al nivel medio.

El lector promedio de Nuestro Diario, generalmente, no tiene el tiempo ni el gusto por otras publicaciones que no han sido escritas pensando en ellos, es decir algo que le deje algo de provecho para su diario vivir.

1.2.9 Organigrama



1.3 METODOLOGÍA

La Metodología según (Sandoval, 2012), señala que autores como (Tylor), definen que es tanto la manera cómo enfocamos los problemas sociales como la forma en que se busca las respuestas a los mismos. Mientras que (Sánchez, 2004), considera la necesidad de verificar los métodos para tener conocimiento de su fiabilidad. “La metodología científica exige la observación, el registro de los resultados y el análisis, lo más profundo posible, de estos, siempre teniendo en cuenta la racionalidad y objetividad de la interpretación. (Sánchez, 2004, pág. 10)

La metodología con enfoque cualitativo es la que se utilizará para este diagnóstico y bajo tales parámetros establecer el funcionamiento de la sección de Infografía de Nuestro Diario.

1.3.1 Descripción de Método

La metodología con enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para describir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, según (Sampieri, 2006), Dicho de otra forma por el autor, las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso de exploración y descripción para luego generar expectativas teóricas yendo de la particular a lo general. (Sampieri, 2006, pág. 16)

“El investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca algunas conclusiones...efectúa y analiza más entrevistas para comprender lo que busca...dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general”. (Sampieri, 2006, pág. 17) Y cita: “En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme recaban más datos o son un resultado del estudio final”. Además que esta recolección es la que permite obtener los puntos de vista de los participantes: emociones, experiencias, significados, la interacción entre individuos y grupos y otros aspectos subjetivos. (Sampieri, 2006)

Hernández también refiere a través de autores como Todd, Nerlich y Mckeown, 2004, sin fuente, que con lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, que el investigador describe y analiza y luego los convierte en temas, es lo que conduce a la indagación subjetiva.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recopilación

(Gabriel, 2016, pág. 59) afirma que son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación para comprobar o rechazar la hipótesis planteada. “Conjunto de mecanismos y de máquinas, así también de sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir energía y datos”.

Los autores (Jiménez & Garza Ramos, 1982), son mencionados por Piloña para brindar los rasgos esenciales de la técnica que no son más que acciones que llevan a la recolección, concentración y conservación de fichas, cuestionarios, boletas, guías de entrevista, etc. “Aplica métodos y ciencias técnicas como matemáticas, estadística, informática para cuantificar, medir y correlacionar datos”.(Gabriel, 2016)

Observación

Para llevarla a cabo se utiliza la vista, el oído, tacto y el olfato, afirma: “Observar significa fijar atentamente los sentidos hacia un objeto o fenómeno del conocimiento. Puede ser directa si el sujeto que observa está presente ante el fenómeno e indirecta si no lo está y **solo tiene datos o evidencias de otros testigos**”. (Gabriel, 2016, pág. 47).

Es importante enfatizar que observar no se limita a ver sino adentrarse a profundizar y mantener un papel activo del observador para la reflexión permanente y atento a todos los detalles (Sampieri, 2006, pág. 587), “Permite explorar ambientes, contextos, las actividades que en ellos se desarrollan... comprender los procesos, vinculaciones entre las personas y sus circunstancias”.

Durante tres días, se llevó a cabo la observación en la sección de Infografía de Nuestro Diario, para determinar la infraestructura del lugar, a sus colaboradores, el desarrollo de las tareas que tienen asignadas, sus fortalezas y debilidades.

Guía de Observación

Fecha	29 de enero de 2018.
Lugar	Sección de Infografía de Nuestro Diario.
Tiempo	30 minutos cada dos horas.
Duración	Del 29 al 31 de enero de 2018.
Resultados	<p>Observación no participante</p> <p>Del 29 al 31 de enero de 2018 se aplicó esta observación en la sección de Infografía de la redacción de Nuestro Diario durante 30 minutos, cada dos horas, en las jornadas matutina, vespertina y nocturna. Funciona en un área rectangular que mide 7.80 metros de ancho por 3.60 metros de largo, con iluminación natural y artificial, además de ventilación natural adecuada. Alrededor están ubicadas las áreas de trabajo de los siete infografistas que integran el equipo y recién se incorporó una mujer. Debido a que todos son dibujantes, algunos cuentan con espacio para desarrollar esa habilidad.</p> <p>El equipo del que disponen es de alta gama tecnológica con un valor estimado de Q300 mil, entre ellos, computadoras de escritorio Mac-Apple y programas en tercera dimensión, dron, tablets, entre otros.</p> <p>El personal labora en tres turnos: el primero de 8 a 17 horas; seguido por el de 14 a 22:30 horas y, por último, el de 15 a 23:55 horas o más. El equipo también se turna para trabajar un domingo y cuando ello ocurre, goza de un día libre entre semana.</p> <p>Los diseñadores elaboran en promedio seis infografías diarias y tres de doble página publicadas cada semana. Las primeras las elaboran en una hora si hay un diseño predeterminado o trabajan con base en una fotografía. Cuando ocurre lo contrario, el tiempo para su elaboración puede ser hasta de tres horas.</p> <p>En el caso de las infografías de doble página, el tiempo puede superar los tres meses, como por ejemplo, ilustrar edificaciones como la Catedral Metropolitana.</p> <p>Entre los tipos de gráficos que manejan están las estadísticas, mapas, gráficas planeadas (específicas para reportajes) y los armables, es decir, aquellos que requieren de tres, cuatro o las entregas que sean necesarias.</p> <p>La relación del equipo con el resto de la redacción es cordial, de respeto, pero podría decirse que limitada, pues en el caso de los periodistas, solo intercambian palabras con el resto del grupo hasta el momento en que les informan que una determinada nota periodística acompaña la gráfica.</p> <p>También cuando la el gráfico o infografía está lista para ser manipulado o bien si hay dudas de cómo será colocada la información. Por parte del infografista, y en un alto porcentaje, opta por una actitud resolutiva ante dudas que puedan surgir con tal de optimizar el tiempo. El trabajo final es supervisado en su mayoría por editores cuya intervención es notoria hasta el final del proceso.</p>

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

Entrevista

Permite el intercambio de información entre la persona que entrevista y el que es entrevistado en una reunión con previa cita. El fin es conocer detalles íntimos. La entrevista se desarrolla con preguntas y respuestas que van hilando un tema. “La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. (Sampieri, 2006).

El autor divide las entrevistas en estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas o abiertas (Grinnell, 1997). Las estructuradas se realizan con base a una guía de preguntas y se sujeta a ésta. Semiestructuradas, cuando el entrevistador tiene una guía pero con libertad de lanzar preguntas abiertas y predeterminadas. “Y para las preguntas abiertas, también usa una guía pero manejada a ritmo y estructura del entrevistador, según (Sampieri, 2006).

“En la investigación cualitativa, las primeras entrevistas son abiertas y se van estructurando conforme avanza el trabajo” (Sampieri, 2006, págs. 597 - 598). Tal recomendación se atendió para entablar las primeras comunicaciones en la sección de Infografía de Nuestro Diario, pero para la precisión de las respuestas se desarrollará la entrevista semiestructurada con preguntas abiertas y cerradas para recoger un diagnóstico más sincero, fiel y real de los entrevistados.

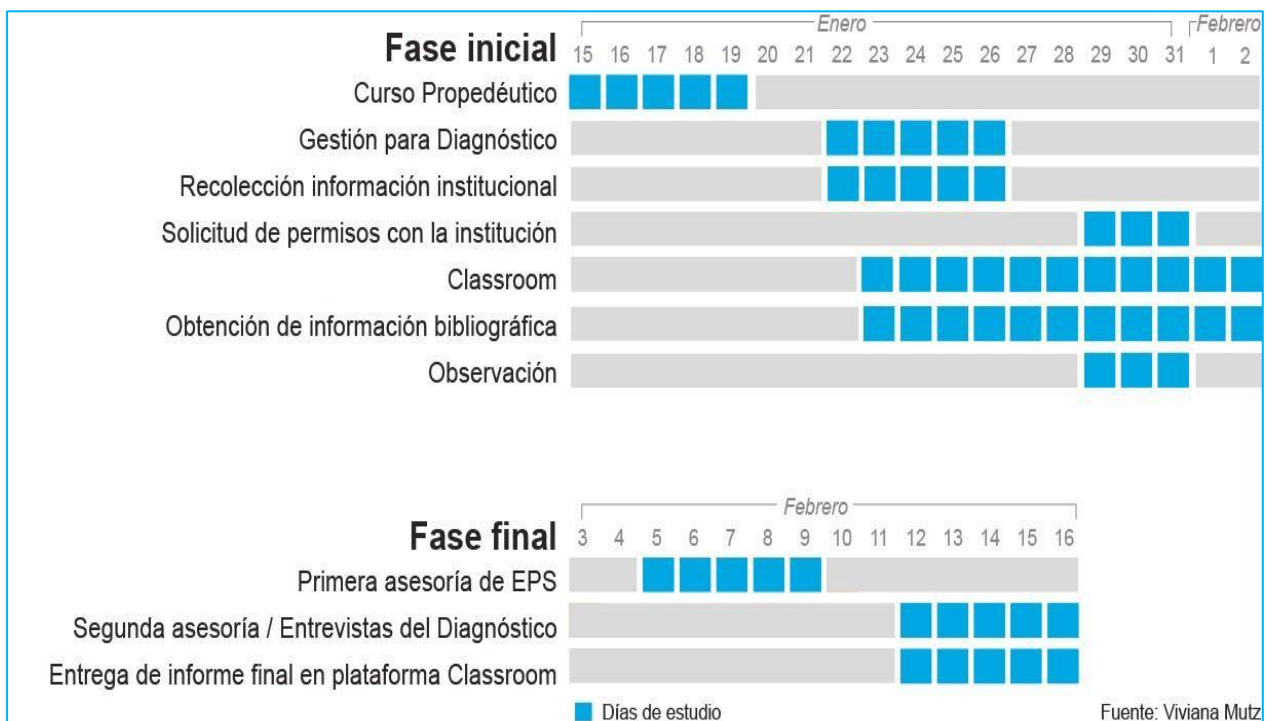
Las entrevistas se realizaron a:

- El Jefe del departamento de Diseño Joel Torres.
- El Jefe de cierre de edición Rubén Cabrera.
- El editor de la sección de Infografía Lionel Fock.
- El infografista Ángel García.
- El periodista Edgar López.

Documentos, registros, materiales o artefactos

(Sampieri, 2006, pág. 612) menciona que una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos materiales y artefactos diversos generados por una persona o por el grupo a diagnosticar. “Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas producen y narran o delinear sus historias y estatus actuales. Le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente. Las experiencias, vivencias o situaciones y su funcionamiento cotidiano”.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:



Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Ficha de entrevistas

Se realizaron entrevistas semiestructuradas con respuestas abiertas a un jefe de sección, dos editores, un infografista y un periodista. El cuestionario contiene nueve preguntas de las cuales tres coinciden entre los entrevistados y van enfocadas en la investigación de este proyecto. La ficha y cuestionario utilizados para cada uno de los entrevistados se encuentra en los anexos.

Ejemplo:

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN PROYECTO DE EPS LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	
Fecha:	13 de febrero de 2018
Tipo de la entrevista:	Semiestructurada
Objetivo de la entrevista:	Profundizar en los problemas de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario
Nombre:	Joel Torres
Cargo:	Jefe del Depto. de Diseño
¿Cuenta su equipo con el mobiliario necesario para desarrollar las tareas que se le asignan? Describalo	
¿Considera suficiente el recurso humano para alcanzar las metas de la sección de Infografía?	
De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con el trabajo de su personal? ¿Por qué?	
¿Qué detona la actitud negativa del equipo? ¿Identifica liderazgo negativo o positivo?	
¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	
¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?	
¿Cómo verifica la información que se publica?	
¿Cómo es la comunicación interna con su personal?	
¿Por qué privilegia Nuestro Diario las imágenes e infografías	

1.4.2 Resultado de las entrevistas

Entrevista 1 Joel Torres, jefe del departamento de Diseño	Resultado
	Estandarizar procesos Reconoce que la redacción de Nuestro Diario sigue sin instituir el uso de un manual o guía de procedimientos de redacción, diseño, estilo y corrección, a pesar que tal carencia se identificó en el último rediseño del periódico. Considera necesario atender esa necesidad sobre todo para las nuevas generaciones que se van integrando al equipo. Confía en la profesionalidad y madurez profesional del personal a su cargo para aceptar procedimientos que haga mejorar su potencial. Asegura estar satisfecho en un 80 por ciento con su personal, en el que no ve actitudes negativas.
Entrevista 2 Rubén Cabrera, jefe de cierre edición	Resultado
	Hay barrera comunicacional Acepta que la comunicación interna en la redacción es deficiente porque muchos de los mensajes entre los colaboradores de la misma o de distinta sección no se logran transmitir porque la fluidez de la comunicación depende de la personalidad de cada individuo. Por esa razón ve conveniente estandarizar un proceso de comunicación y de trabajo. Y como las actuales normas son más "tradiciones verbales" sugiere establecer los límites y las responsabilidades tanto del periodista-redactor como el del infografista.
Entrevista 3 Editor de la sección de Infografía	Resultado
	Instituir estilo gráfico Indica que una guía o manual enriquecería los textos de la infografías, además de garantizar mayor entendimiento entre el periodista y el infografista. Hace énfasis en la importancia de la infografía y de la necesidad de pulir el proceso para elaborarlas debido a que el lector al que va dirigido Nuestro Diario tiene como prioridad visual la infografía. De la existencia de un manual de diseño del periódico, dijo tener conocimiento de un documento que contiene las normas básicas, pero quedaron inconclusas y nunca instituidas, ni publicadas.

Entrevista 4 Ángel García, infografista	Resultado
	Necesidad de una guía de procedimientos Del procedimiento de trabajo, afirma que con una reunión se resuelven las situaciones críticas. Agrega que la comunicación a través de correo electrónico es buena y ágil, ante el poco tiempo que disponen además de que formaliza las instrucciones. También que para mejorar su trabajo necesita de más tiempo y de la disponibilidad de un manual o guía que ayuden a ganar tiempo y darle consistencia al estilo del periódico.

Entrevista 5 Édgar López, periodista	Resultado
	Curar la información Demanda de la existencia de manuales porque en más de cinco años que lleva laborando en Nuestro Diario, nunca ha sabido de la existencia de uno, obligando a todos los colaboradores a que se informe por su cuenta y como mejor lo consideren. Sugiere establecer una ruta de trabajo para curar la información que incluya una reunión entre el editor, periodista e infografista. Actualmente solo el periodista se acerca al infografista o viceversa, mientras que el editor recibe la información solo para revisarla y darle el visto bueno. La mayoría de veces desconoce los datos que se tienen y los que no, para elaborar una infografía.

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

1.4.3 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados

	Encuentros	Disensos	Resultados
¿Conoce de la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	Los entrevistados ignoran que exista un manual o guía de trabajo en la sección de infografía o en la redacción de Nuestro Diario.	Solo uno de los entrevistados asegura que existe un manual de estilo gráfico pero que nunca fue distribuido.	No hay unificación de criterio de los elementos gráficos que se utilizan ni de la redacción de la información.
¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?	Los entrevistados consideran importante tener una guía de trabajo para optimizar el tiempo y minimizar errores.		Todas las instrucciones carecen de un soporte documental. El 80 por ciento de estas es verbal.
¿Cómo verifica la información que se publica?	La mayoría afirma que carecen de un filtro para verificar los elementos gráficos y de redacción antes y después de su publicación.		Ninguna persona específica tiene asignada esta responsabilidad, que a la fecha queda a criterio del editor en jefe de turno.

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN: FODA

La MatrizFoda.com y su acróstico FODA que significa, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es una herramienta de planificación estratégica para el análisis interno y futuro de esta investigación.

1.5.1 Fortalezas

- La redacción de Nuestro Diario agrupa a los mejores infografistas del país, quienes disponen de equipo de alta gama tecnológica.
- El periódico privilegia las imágenes y gráficas en sus páginas como ningún otro periódico nacional.

1.5.2 Oportunidades

- Nuestro Diario acapara la información a través de los periódicos regionales. garantizando la difusión de todo su contenido.
- No tiene competencia en el mercado.

1.5.3 Debilidades

- El personal cumple con la tarea asignada a pesar de la ausencia de manuales de redacción, estilo, diseño y corrección.
- La capacitación para el personal es inconstante e impide la especialización.
- La falta de evaluación del trabajo hecho impide alcanzar la excelencia.

1.5.4 Amenazas

- La deficiente comunicación entre periodistas e infografistas puede llevar a obviar información primordial o fiel de un acontecimiento.
- El exceso de confianza, por no tener competencia en el mercado, reduce la búsqueda de nuevos productos informativos.

CAPÍTULO II

2. “PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA DE NUESTRO DIARIO”

2.1 Antecedentes Comunicacionales

A pesar que desde 1998 Nuestro Diario es pionero en el uso de gráficas en sus ediciones, la sección que las elabora no cuenta con un plan de comunicación siendo el presente documento inédito. En esa época, el funcionamiento era empírico. Sólo en un diseñador, con aptitudes de dibujante, recaía la responsabilidad de la elaboración de las gráficas, y aunque conforme los años más personas se sumaron al equipo, ningún procedimiento que realizan está plasmado en papel.

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivos General

- Optimizar los procedimientos para que los periodistas e infografistas elaboren de manera eficiente los textos y elementos que contiene la gama de gráficas de la sección Infografía.

2.2.2 Objetivos Específicos:

- Reforzar el vínculo entre periodistas e infografistas a través de la creación de canales de comunicación para la sección de Infografía de Nuestro Diario.
- Elaborar una guía de procedimientos con los elementos e información que requiere una gráfica o infografía según su tipo.
- Elaborar un documento para los periodistas con las normas que debe respetar para la elaboración de textos que acompañan las gráficas e infografías.

2.3. Público Objetivo

Este Plan de Comunicación tienen como público objetivo a los periodistas e infografistas de la redacción Nuestro Diario. Es por lo tanto interno, al pertenecer al entorno de la empresa. La redacción de Nuestro Diario está compuesta por las secciones: Nacionales, Deportes, Mundo, Familia, Estrellas, diseño Metro y Regionales. El plan pretende incluir a los jefes, coordinadores, editores, redactores e infografistas.

El público interno se divide en:

- **Aspectos demográficos:** El equipo de trabajo lo conforman hombres y mujeres entre las edades de 55 a 19 años de edad. Los tres grupos que predominan son los nacidos entre 1945 y 1964; 1965 y 1981 así como entre 1982 y 1994 abarcan el 30 por ciento. El resto se ubica después de esta última fecha, denominada generación “Z”.
- **Aspectos psicográficos:** El 40 por ciento son graduados de periodistas profesionales y un porcentaje similar ejercen la profesión de forma empírica. Una minoría, el 10 por ciento, ejercen otras profesiones como sociología y letras con pénsum cerrado. De ellos, un 80 por ciento son padres de familia y el 20 por ciento restante, son solteros.
- **Aspectos geográficos:** El 95 por ciento del personal de la redacción residen en los cascos urbanos de los municipios del departamento Guatemala. El resto procede de otros departamentos del país.
- **Aspecto conductual:** La lealtad para con la empresa, asimismo la responsabilidad con la profesión periodística, define al público interno del presente plan de comunicación.

2.4. Mensaje

“Cosecha tus infografías”

Conocer con precisión los procedimientos para su elaboración permite el cúmulo buenas infografías. El uso de este recurso ayuda a resumir noticias duras o complejas. El aprovechamiento de los elementos gráficos le facilita la comprensión al lector.

2.5 Estrategias Y Acciones

2.5.1 Estrategias

- Captar la información que requieren los infografistas de Nuestro Diario para la elaboración de gráficas.
- Elaboración de una guía de procedimientos de cómo se elaboran las gráficas de la sección de Infografía.
- Campaña informativa interna para que los periodistas pongan en práctica lo requerido por la sección de Infografía de Nuestro Diario y viceversa, para lograr un trabajo óptimo.

2.5.2 Acciones

Acción 1 Taller con Infografistas	
Nombre del taller	Lluvia de ideas para el contenido de una guía de procedimientos
Objetivo	Conocer las necesidades de los infografistas en cada uno de los procesos. La información recabada se distribuirá entre el resto de colaboradores.
Duración	15 horas.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Titulares y textos que acompañan a la infografía. 2. Gráficas del día, estadísticas y especiales. 3. El trabajo de los infografistas con periodistas y otros colaboradores. 4. Unificar criterios gráficos en los procesos para la elaboración de gráficos e infografías.
Materiales a utilizar	Laptop, disco duro externo y smart tv. Lapicero y hojas bond. Libreta de anotaciones. Colecciones de periódicos.

Hora	17:00 horas (Durante cinco días)
Lugar	Sala principal de la redacción de Nuestro Diario
Expositor	Epesista Viviana Magaly Mutz

Acción 2 Guía de Procedimientos	
Nombre del taller	Elaboración de una guía de procedimientos para Infografías
Objetivo	Crear una guía que contenga la información acerca de las tipografías, tamaño de textos, colores y datos que el periodista debe brindar para las infografías de Nuestro Diario.
Duración	38 horas
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unificar tipografía y tamaño de de titulares y textos que acompañan a la gráfica e infografía. 2. Estandarizar la paleta de colores. 3. Regular el uso y tamaño de líneas, flechas, viñetas e íconos 4. Estandarizar formatos y microformatos de infografías especiales.
Materiales a utilizar	Laptop, disco duro externo. Impresora. Lapicero y hojas bond. Libreta de anotaciones. Colecciones de periódicos.

Hora	19:00 a 22 horas (Durante 19 días)
Lugar	Departamento de Infografía.
Expositor	Epesista Viviana Magaly Mutz.
Tema	Manual de Infografía de Nuestro Diario.



Boceto de la portada: Incluye infografías de Nuestro Diario galardonadas a nivel internacional.

Descripción de entrega: La guía será entregada a ~~infografistas~~ **infografistas** y periodistas de la redacción de Nuestro Diario, en formato digital.

Descripción tabla de contenido: Breve descripción de qué es la Infografía y los elementos que la acompañan. **Tiraje:** 100 discos compactos

Acción 3 Campaña interna	
Nombre de la actividad	Trifoliar
Objetivo	Desarrollar una campaña informativa interna para que los periodistas conozcan las necesidades de la sección de Infografía.
Duración	Dos días.
Contenido	Necesidades de la sección de Infografía de Nuestro Diario para lograr un trabajo óptimo con periodistas.
Materiales a utilizar	Papel bond, impresora.

Hora	15:00 a 16:00 horas.
Lugar	Redacción de Nuestro Diario.
Expositor	Epesista Viviana Magaly Mutz.
Tema	Manual de Infografía de Nuestro Diario.

Fuente: Viviana Mutz



Objetivo comunicacional: El documento se entregará para reforzar los procesos que debe cumplir el periodista.

Medidas: 22x28 cm

Material: Offset Bond en blanco y negro tamaño carta.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA DE NUESTRO DIARIO”

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1 Financiamiento

El 87 por ciento de los gastos lo financió el epesista, mientras que el restante 13 por ciento, lo respaldó la empresa donde se desarrolló el Plan de Comunicación con brindar espacio físico y servicios básicos.

3.1.2. Presupuesto ejecutado

PRESUPUESTO				
Cant	Descripción	Precio Unitario	Total	Financiamiento
1	Servicio profesional de asesoría comunicacional	Q15,0000	Q15,000	Epesista
	Internet de Nuestro Diario (10 gigas)	Q600	Q1,800	Nuestro Diario
	Energía eléctrica de Nuestro Diario (40 días)	Q150	Q450	Nuestro Diario
1	Refrigerio: 40 bebidas y 40 panes con pollo	Q20	Q800	Epesista
1	Corrector de estilo	Q1,000	Q1,000	Nuestro Diario
100	Trifoliales: Impresión en Offset Bond blanco y negro tamaño carta	Q12.50	Q1,000	Epesista
1	Capacitación	Q2,500	Q2,500	Epesista
100	Manual de Infografía en discos compactos	Q2,500	Q2,500	Epesista
Total del Proyecto.....			Q25,050	

Fuente: Viviana Mutz, Julio 2018

Financiamiento	Monto
Epesista	Q21,800
Empresa (Nuestro Diario)	Q3,250
Total	Q25,050

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiarios primarios Periodistas de la redacción de Nuestro Diario.	Disponer de una guía como base para mejorar y perfeccionar los procedimientos en la elaboración de gráficos e infografías.
Beneficiarios secundarios Sección de Infografía.	Jefe de Diseño: La guía es un documento de apoyo para supervisar los procesos. Infografistas: Se limitará al persona a tomar decisiones individuales porque prevalecerán las normas contenidas en la guía.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Abner Guoz	Jefe de Redacción de Nuestro Diario.	Dio su aval para que la epesista Viviana Mutz llevara a cabo el Ejercicio Profesional Supervisado de en la redacción de Nuestro Diario. El apoyo brindado fue de principio a fin para las actividades desarrolladas.
Lionel Fock Way	Editor de Infografía.	Acompañó a la epesista en la elaboración del diagnóstico y ejecución del proyecto. En esta última fase asesoró a la epesista para que se habituara con la terminología y labor que realizan los infografistas.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Las oficinas centrales de Diarios Modernos, S.A. (Nuestro Diario) están ubicadas en la Avenida Petapa 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

A. Estrategia:

Lluvia de ideas con infografistas para identificar sus necesidades en cada uno de los procesos durante la elaboración gráficos e infografías. La información obtenida sirvió de base para la elaboración de la guía de procedimientos.

- **Objetivo comunicacional:** Unificar criterios de trabajo para facilitar el trabajo de infografistas y periodistas.
- **Descripción:** Se convocó a los siete infografistas, incluido el jefe de Diseño, para conocer sus necesidades y debilidades en todos los procesos. En la primera reunión se les explicó el objetivo del proyecto y se les requirió de sus observaciones para hacerlo legítimo, insistiendo en desarrollar el sentido de pertenencia en la investigación.

A un principio, dos de los participantes se mostraron a la defensiva e insistieron en una explicación más amplia. Insistieron en que era la primera vez que tenían la oportunidad de manifestar sus necesidades y mejorar su labor. Se les comentó que durante la observación se identificaron barreras de comunicación entre ellos y con los periodistas, así como el uso indefinido de los elementos gráficos (cada uno hacía valer su criterio) lo que limitaba su tiempo y eficiencia.

Fue así como arrancó la lluvia de ideas y cada uno manifestó su criterio para dividir las infografías según su tipo; el tamaño y fuente ideal para los textos que los acompañan, líneas, viñetas, íconos y paleta de colores. Se propuso una matriz para que los periodistas brinden la información que se requiere respetando detalles y espacio. El ejercicio se realizó durante 15 horas del 14 al 18 de mayo de 2018, lo que permitió unificar criterios, con la supervisión del editor de infografía.

- **Acciones desarrolladas:** Taller con infografistas para unificación de criterios.



La epesista Viviana Mutz, en una de las reuniones con los infografistas de Nuestro Diario para unificar criterios de la información que debe contener la guía de procedimientos.

B. Estrategia:

Elaboración de una guía de procedimientos para la sección de Infografía de Nuestro Diario.

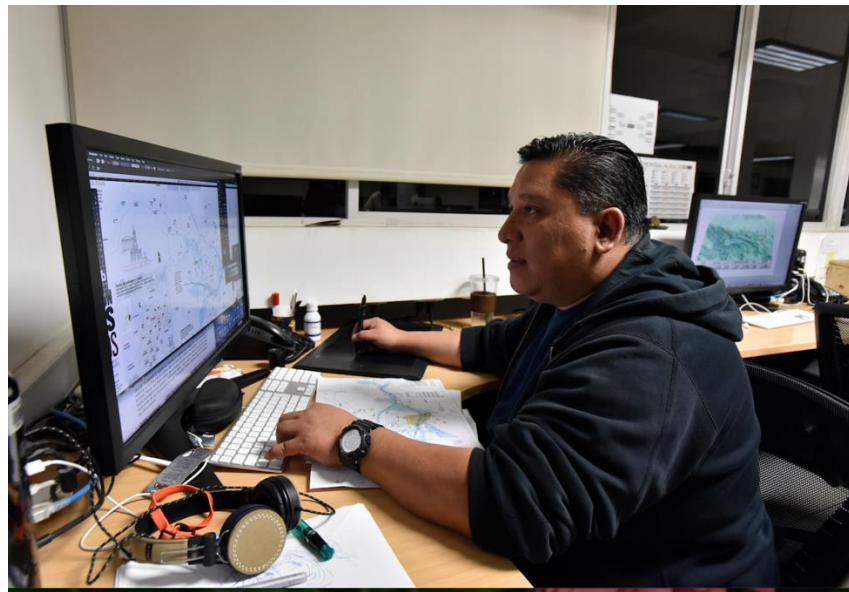
- **Objetivo comunicacional:** Estandarizar los procesos para la elaboración de gráficas e infografías.
- **Descripción:** La guía contiene normas básicas que deben respetar los infografistas y periodistas para la elaboración de gráficas e infografías: tipología y cantidad de texto según el tipo de gráfico o infografía, paleta de colores, el estándar de íconos y viñetas, entre otros elementos.

Para lograrlo, se obtuvo el acompañamiento durante 38 horas del editor de infografía, por ser el pionero del departamento y tener un mayor bagaje de información en cuanto al estilo y diseño del que se basa Nuestro Diario. Su colaboración permitió aplicar un último filtro a la información consensuada con el resto de los integrantes de la sección donde se realizó el proyecto antes de plasmarlo en un documento. Las restantes horas de práctica se utilizaron para armar la guía de procedimientos que, finalmente, quedó dividida según el tipo de infografía: de sucesos, la estadística y las especiales. Cada una con las normas básicas de diseño, color y texto.

- **Acciones desarrolladas:** Elaboración de una guía de procedimientos.



El infografista Ángel García explica los elementos gráficos que se utilizan para la elaboración de gráficos e infografías, plasmados en la guía de procedimientos.



Daniel Lux, infografista, durante la aplicación de la paleta de colores en mapas, con base a la guía de procedimientos.

C. Estrategia:

Campaña interna entre los periodistas y editores de Nuestro Diario.

- **Objetivo Comunicacional:** Divulgar la información que contiene la guía de procedimientos para promover su uso, garantizar la comprensión de cada una de las normas y cumplir con la estandarización de los procesos.
- **Descripción:** A los periodistas y editores de la sección de Nacionales se les informó acerca de la importancia del contenido de la guía de procedimientos y su correcto uso.

Se les compartió el origen de la infografía en los periódicos, el uso de la infografía en Nuestro Diario, los antecedentes del proyecto de investigación con énfasis en los errores más frecuentes e identificados durante la fase del diagnóstico, planificación y elaboración de la guía.

La información se reforzó con la entrega de un trifoliar para hacer hincapié en las normas que deben tomar en cuenta, sobre todo los periodistas, al momento de elaborar los textos que acompañan los gráficos e infografías. Para mayor comprensión, los ejemplos brindados durante la presentación se adjuntaron en el trifoliar.

- **Acciones desarrolladas:** Entrega de un trífoliar

Ejemplos de infografías

IBAN A ESCUELA

1. Los padres continúan hacia la escuela desde casa. El camino para ir a recoger a sus hijos.

2. Un autobús escolar se detiene en la escuela.

3. Cuando los niños se despiden de la escuela, se quedan en la escuela. Luego, los padres los acompañan a casa.

Fuente: Reconstrucción de hechos con base en un video de seguridad.

SECUENCIA DEL ATAQUE

1. Investigadores confirman la zona donde se encuentran los restos de un avión de pasajeros en un campo de la PNC en México.

2. Los tres investigadores hacen fotos del terreno con un dron de vigilancia de la PNC, cuando se descubren los restos del avión.

3. La PNC se compromete a buscar a los restos del avión.

4. Alrededor de 100 personas se reúnen en la zona para ver el dron. Los investigadores muestran a los periodistas los restos del avión.

Fuente: Reconstrucción de hechos con base en un video de seguridad.

SE ENFRENTA A PNC

1. Un hombre llega a la estación de policía y se enfrenta a la PNC.

2. El hombre se enfrenta a la PNC y se enfrenta a la PNC.

3. El hombre se enfrenta a la PNC y se enfrenta a la PNC.

Fuente: Reconstrucción de hechos con base en un video de seguridad.

Ubicación con GPS

El uso de la ubicación es para poder ubicar mejor al lector




También para usar las fotos de Google Maps para referencia



OTROS RECURSOS
Materiales que enriquezcan con información

- PDF
- Presentaciones de PowerPoint
- Fotografías
- Mapas
- Estadísticas de la fuente
- Informes oficiales
- Llevar al infografista con la fuente



SANGRETO RESCATE

LA HAZAÑA

Guía de Procedimiento para textos de Infografía

Guatemala, 2018

Departamento de Infografía

¿Qué es la infografía?

Es una representación visual de información.

No es una ilustración tampoco un diseño gráfico, sino un lenguaje que utiliza herramientas y técnicas que vienen del diseño gráfico, del periodismo, de la estadística de la cartografía, etc..

Su objetivo:
Comunicar información de una forma clara y profunda.

"La función de una infografía no es replicar una enciclopedia, sin embargo, logra reunir en un sólo espacio la mayor parte de la información de la que se dispone".

Fuente: Roberto Cano, profesor de Infografía Universidad de Miami, Florida, USA

Lo ideal

- Sumarios concisos
- Una acción por cada paso
- Redacción en tiempo presente
- Incluir todos los detalles que acerquen a la realidad del hecho
- Enviar ubicación (pantallazo)
- Añadir siempre la hora que ocurre el hecho
- Evitar repetir textos

Los textos
La cantidad de palabras sugeridas para los textos que acompañan la infografía

TITULAR NORMAL
El texto no debe exceder de cuatro palabras

TITULAR A DOS LINEAS
El texto no debe exceder de cuatro palabras

Otros textos en la infografía estándar

Hora
El momento en que sucedió el hecho (hora exacta)

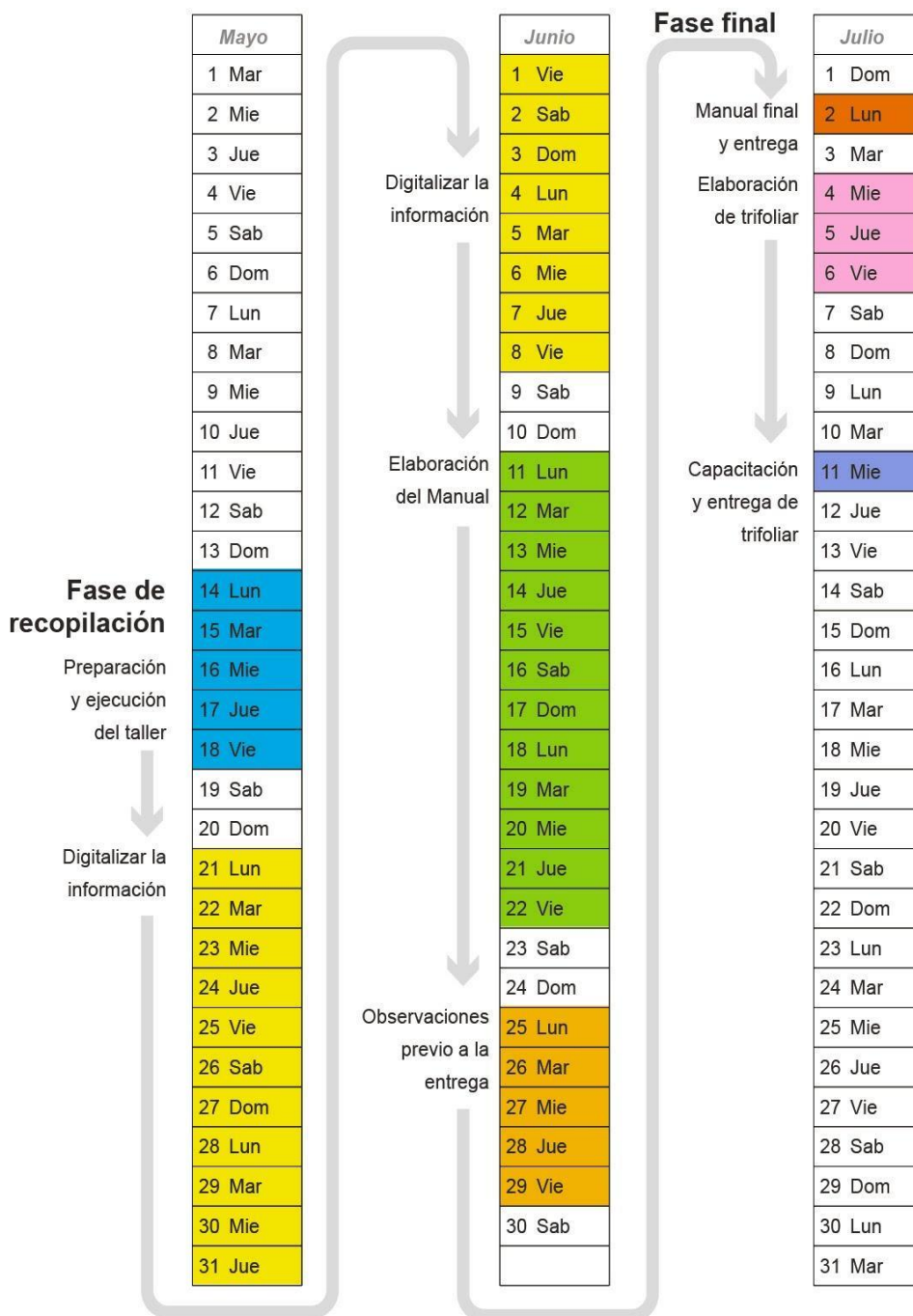
Cantidad de fallecidos o heridos
Muestrados: Muertos, Heridos

Fecha del hecho
8:30 horas

Fuente: Reconstrucción con base en versión de imagen.

Los periodistas y editores recibieron este documento como parte de la campaña interna.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



Fuente: Viviana Mutz

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cualitativos
Lluvia de ideas para el contenido de una Guía de procedimientos para la sección de Infografía.	<ol style="list-style-type: none">1. Por primera vez se logró reunir al equipo de infografistas para unificar criterios de trabajo.2. La información obtenida sirvió de base para la elaboración de la guía de procedimientos.3. Se tomaron en cuenta las necesidades de los infografistas que luego fueron oportunidades para mejorar su quehacer.
Elaboración de la Guía de procedimientos en la sección de Infografía.	<ol style="list-style-type: none">1. Se logró unificar la tipografía y tamaño de titulares y textos que acompañan a la gráfica e infografía.2. Fue reforzado el uso de la infografía para comunicar información de una forma clara y profunda.
Campaña interna/Entrega de un trifoliar.	<ol style="list-style-type: none">1. La reunión ayudó a que los editores y periodistas conozcan a través de la guía, los procedimientos que deben cumplir.2. Los editores reforzaron el contenido de la guía de procedimientos a los periodistas.3. Se identificaron los errores más frecuentes cometidos por los periodistas y se propusieron soluciones.

Fuente: Viviana Mutz, Mayo 2018

Listado de acciones

Estrategia	Realizada	No realizada	Descripción
Lluvia de ideas para el contenido de una Guía de Procedimientos para la sección Infografía.	x		La información obtenida se discutió hasta lograr la unificación de criterios.
Elaboración de la Guía de Procedimientos para la sección de Infografía.	x		Aunque el documento es susceptible a cambios, fue entregado al editor de la sección de Infografía de Nuestro Diario. Lo tienen disponible en físico y digital.
Trifoliar con contenido para periodistas.	x		Los periodistas de la sección de Nacionales fueron convocados para la entrega de las normas básicas que deben respetar para la elaboración de gráficas e infografías.

Fuente: Viviana Mutz, Mayo 2018

CONCLUSIONES

- La elaboración de una guía de procedimientos era el objetivo del “Plan de Comunicación Interna para la sección de Infografía de Nuestro Diario”, que permitió mejorar los procesos y la aceptación de este recurso periodístico, tan utilizado en el periódico Nuestro Diario.
- La explicación que se le ha brindado a los periodistas y editores acerca de los hallazgos e importancia de guiarse de las normas que contiene el documento contribuyó a que identificaran las acciones negativas que la mayoría practicaba ante la ausencia de un documento o guía de trabajo.
- El ejercicio motiva a los editores y jefes de secciones a replicarlo, siendo un referente ante la falta de manuales, guías o instructivos para los múltiples procesos que requiere la elaboración de un periódico.
- A partir de ahora, el personal que se incorpore a este engranaje tiene disponible una guía para enfrentar el desafío de elaborar una gráfica e infografía por primera vez y, en el caso de los periodistas, a las normas que deben respetar los textos que las acompañen.
- Consecuentemente, el impacto y la eficacia de estos procesos responde a la estrategia de negocio de este matutino que siendo un diario popular, privilegia el contenido gráfico (fotografías, gráficas, infografías e ilustraciones) en cada edición.

RECOMENDACIONES

- Elaborar más guías de los procesos para que el personal de recién ingreso se adecue y responda a la estrategia de negocio popular que define a Nuestro Diario.
- Realizar reuniones periódicas, por sección, para evaluar la implementación y correcta práctica de la guía de procedimientos elaborada.
- Buscar espacios, como reuniones mensuales o bimensuales, para la retroalimentación de los beneficios de la guía.
- Que las secciones intercambien los retos que enfrentan y los que superan para la elaboración de gráficas e infografías.
- Reproducir los resultados positivos que haya alcanzado uno o más colaboradores y analizar su implementación en la guía.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acción:	Hacer, poner en movimiento, conducir.
Antecedente:	Término que viene de un vocablo latino y sirve para referirse a aquello que antecede.
Base:	Es un soporte, cimiento, fundamento, sostenimiento, amparo y protección de algo.
Comunicación:	Es el acto que realizan dos o más personas, donde uno cumple el rol de emisor, y el otro el de receptor.
Contenido:	Se dice de un elemento o cosa que contiene dentro de otra.
Cronograma:	Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.
Diagnóstico:	Proceso que se realiza en un objeto determinado, generalmente para solucionar un problema y que experimentan cambios cualitativos y cuantitativos que tienden a la solución del problema.
Descripción:	Comprende todo aquello que el hombre puede caracterizar. Se trata de poner en palabras aquellas ideas que las personas se figuran en su mente a través de los sentidos.
Editores:	Persona que dirige los procesos y actividades de la publicación de una obra, revista, etc.
Estrategia:	Define los objetivos de la empresa y las acciones y recursos a emplear para su cumplimiento.

Gráfica:	Representación de datos, casi siempre numéricos, pero también figuras o signos a través de líneas superficies o símbolos para determinar la relación que estos mantienen entre sí.
Guía:	Libro o repertorio de indicaciones. Lista de datos o una información referida a una determinada materia.
Herramienta:	Es un utensilio elaborado con la finalidad de hacer más sencillo y facilitar la elaboración de una tarea o actividad mecánica.
Ícono:	Símbolo no arbitrario que mantiene una relación de semejanza con los objetos a los que representa.
Infografía:	Es una representación de imágenes explicativas y de fácil comprensión que contiene a su vez textos y gráficos con el fin de comunicar información de manera visual y resumida para su rápido entendimiento.
Infografista:	Persona que emplea técnicas de creación de imágenes y de representación gráfica mediante la utilización de computadoras. Inició a desarrollarse durante la década de los años sesenta del siglo XX.
Ilustración:	Estampa, grabado o dibujo que aparece en un libro o texto ilustrado.
Matutino:	Se refiere al periódico que sale por la mañana.
Medio de Comunicación:	Instrumentos o canales que se utilizan para publicar y transmitir información.
Misión:	Encargo que una persona recibe de hacer una cosa en un sitio determinado.

Noticias:	Comunicación de un acontecimiento, por lo general reciente.
Periodista:	Persona encargada de difundir noticias en la prensa, radio, televisión o medios digitales.
Periodismo:	Captación y tratamiento escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas.
Popular:	Que es propio de las clases sociales menos favorecidas.
Planificación:	Es un plan general metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud para obtener un objeto determinado.
Recopilación de datos:	Compendio o resumen breve de una obra o un discurso. Colección de escritos diversos.
Taller:	Seminario de trabajo dedicado al aprendizaje práctico de alguna actividad creativa.
Trifoliar:	Es una hoja normal tamaño carta, vista de forma horizontal dividida en tres partes. Excelente para organizar mucha información.
Texto:	Conjunto de palabras que componen un escrito.
Viñeta:	Dibujo acompañado de un texto que representa una escena humorística o forma parte de una serie que narra una historieta.
Unificación:	Acción y efecto de hacer que varias personas o cosas formen un todo o trabajen en conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

Gabriel, A. P. (2016). *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo* (10 Edición).

Jiménez, A. T., & Garza Ramos, A. (1982). *Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social*. México, México, México.

Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación* (4 Edición ed.). México, México, México: MacGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.

Sánchez, J. C. (2004). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. España, Madrid: Ediciones Díaz Santos.

Sandoval, C. A. (2012). *Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social*. Colombia, Bogotá Colombia: Arfo Editores e impresiones Limitada.

Tylor, B. y. (s.f.).

E-GRAFÍA

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2018). Extraído el 24 de febrero de 2018 en:

<http://dle.rae.es/>

Matriz Foda. (2018). Extraído el 24 de febrero de 2018.

<http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Wikipedia (2018). Extraído el 16 de agosto de 2018.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Diccionario>

Wordpress (2018). Extraído el 15 de febrero de 2018.

<https://bit.ly/2OsQZSk>

Books.google. Extraído el 20 de febrero de 2018.

<https://bit.ly/2Ov6MA0>

ANEXOS

Transcripción completa

Entrevista 1

Entrevistado: Joel Torres, Jefe del departamento de diseño.

¿Cuenta su equipo con el mobiliario necesario para desarrollar las tareas que se le asignan?

Sí. Estamos arriba de los estándares en Guatemala. Tenemos computadoras con software de última generación.

¿Considera suficiente el recurso humano para alcanzar las metas de la sección de Infografía?

Sí, de hecho es un área de infografía anormal tal y como lo ha dicho Fernando Bautista de National Geographic, que en todo el mundo estos departamentos van decreciendo y el único que hace lo contrario es el de Nuestro Diario.

De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con el trabajo de su persona? ¿Por qué?

Estoy satisfecho en un 80 por ciento. El 20 por ciento restante es el extra esfuerzo que debemos hacer. Este año revalidamos una serie de premios y fuimos nombrados el mejor periódico popular de Iberoamerica. Pero si estamos felices y si nos conformamos ya no daremos más.

¿Qué detona la actitud negativa del equipo? ¿Identifica liderazgo negativo o positivo?

A pesar que los mejores de Guatemala están reunidos en un solo lugar (en Nuestro Diario) han aterrizado en una etapa de madurez profesional que los ha hecho empatar bien. No se ven como rivales sino cada uno reconoce el potencial del otro para ir creciendo. No hay acciones negativas.

¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?

No, no hay nada.

¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?

La mayoría sabe qué hace y eso los va guiando y van automático. Lo que nos falta es una guía para las nuevas generaciones que se van integrando. Cuando se hizo el rediseño se identificó la carencia de un manual gráfico en general para Nuestro Diario. Y sí nos hace falta.

¿Cómo verifica la información que se publica?

Se exigen las fuentes de dónde se obtiene la información. El aspecto visual lo avalo yo, pero el aspecto editorial es responsabilidad de la sección que requiere la infografía.

¿Cómo es la comunicación interna con su personal?

Se usa un grupo de Whatsapp si amerita y regularmente cuando estoy de viaje. Los tengo a la par y si tengo duda hago las consultas directas y la comunicación es verbal. Cuando se requiere dar lineamientos específicos, se realiza una reunión, luego se genera un correo electrónico y se le da seguimiento a través del grupo de Whatsapp.

¿Por qué privilegia Nuestro Diario las imágenes e infografías?

Porque vivimos en un país de 16.6 millones de habitantes; 4.4 millones es población indígena; 52.8 por ciento vive en pobreza; hay 23 grupos lingüísticos y 1.2 millones de guatemaltecos no saben leer y muchos de ellos son nuestros lectores. Si no saben leer sí pueden ver y la mejor forma de llegar a ellos es visualmente.

Entrevista 2

Entrevistado: Rubén Cabrera, jefe de cierre de edición

¿Cómo califica la comunicación interna en Nuestro Diario?

A veces es deficiente. No se logra transmitir las ideas y a veces simplemente no se transmite, no hay comunicación con el resto del equipo. Y eso obstaculiza que fluya la comunicación entre el equipo.

¿Cuánta responsabilidad asume en la toma de decisión de la información que se publica?

Toda. Por el cargo que tengo. Tengo que revisar la calidad de la información tanto en forma y fondo. Que lleve fuentes de información, que los datos sean los correctos, que no se contradigan, además de la corrección de estilo, sintaxis y ortografía.

¿Describa cómo es la comunicación entre periodistas e infografistas?

Depende de la personalidad de cada quién. A veces hay nula comunicación entre los periodistas e infografistas. Un 50 por ciento deja el proceso en total responsabilidad del editor. Sí se debería de estandarizar el proceso de comunicación y proceso de trabajo.

¿Cómo resuelve el equipo las situaciones críticas?

Si hay contradicción entre la infografía y la nota, el editor consulta por su parte con una fuente externa y se repregunta al periodista cuál es la información correcta.

¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?

No hay. Se le ha encargado a personas externas que elaboren manuales de estilo -por lo menos dos- pero ninguno está aprobado y permanece engavetado. En cuanto a la sección de infografía, desconozco si disponen de uno. Hay normas establecidas que es del conocimiento del personal como evitar repetición de titulares, determinado color o fuente de escritura, pero no está ni normado ni escrito en ningún lado. Es una tradición oral.

¿Cree que es necesaria una guía de procedimientos para mejorar la comunicación entre periodistas e infografistas?

Debería haber una norma que sea alimentada por los periodistas para establecer el inicio y el final de los límites y la responsabilidad, tanto de los periodistas como de los infografistas. Es necesario normar los datos que traslada el periodista a los infografistas. Estos últimos no deberían modificar los textos atendiendo a que en el proceso de

redacción de textos, nadie debería hacerlo mejor que el periodista: brindar todos los datos descriptivos para realizar gráficas, estadísticas, etc...Se necesita un documento de consulta, aunque sea corto y que contenga los tipos de infografía, qué información se necesita, quién esta a cargo de qué paso dentro del proceso. De tal manera que cuando las páginas lleguen a mis manos ya pulidas, no haya necesidad de ninguna corrección.

¿Por qué Nuestro Diario privilegia las imágenes e infografías?

Es un diario popular en el que comprendemos que gran parte de los guatemaltecos es analfabeta o no lee porque no le gusta. Vamos a un público en el que el nivel educativo es bajo. De unos 20 años para acá ya se veía el cambio del periódico impreso enfocado hacia la imagen por su competencia directa con el cine y la televisión, especialmente de esta última, por su inmediatez. Tenemos menos tiempo para leer y la infografía y la fotografía resuelven esa necesidad. El lector de Nuestro Diario es escáner, de minuto y profundo, a los dos primeros se atienden en un 80 por ciento.

¿Cómo verifica la información que se publica?

Es un acto de fe entre el reportero y editor. Uno cree en la información que entregan los periodistas y confiar en su profesionalismo. En el caso de las infografías, sí esa información que entrega es la correcta, garantiza su éxito. La responsabilidad debería de recaer en el editor, reportero e infografista, lo cual no esta normado.

¿Por qué considera necesaria la infografía como aporte en el quehacer periodístico?

Permite brindar datos que no se pueden explicar en un texto. Es una mejor forma de presentar la información. Facilita al lector que no tiene cultura de lectura, entender la información. Ilustra y brinda datos precisos. Evita el aburrimiento de información compleja.

Entrevista 3

Entrevistado: Lionel Fock, editor de la sección de Infografía e infografista

¿Cuenta con el equipo y mobiliario para realizar su trabajo? Descríbalo

Se cuenta con el equipo manual: reglas, portaminas, hojas, rotuladores. En lo digital están las computadoras y los distintos programas como toda la familia de Adobe, Ilustrador, Photoshop, además de tres programas en tercera dimensión.

¿Su jefe inmediato es un líder resolutivo o analítico?

Un poco de los dos. Analiza un gráfico que se realiza y otras veces interviene para resolver. Mi rol como jefe, también es 50 por ciento resolutivo y el otro 50, analítico: atendiendo a que una gráfica debe llevar determinados parámetros.

De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con su trabajo ¿Por qué?

Un 7 por ciento, porque estoy dedicado más a las gráficas diarias que a las gráficas de trabajos especiales. Ese espacio está acaparado y no hay oportunidad de lucir mis destrezas.

¿Cómo resuelve el equipo las situaciones críticas?

Con una reunión. Una situación crítica sería el manejo gráfico de una tragedia nacional, como la ocurrida en El Cambray. El reto es trabajar en equipo debido a que en la actualidad el personal está muy individualizado.

¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?

El manual del diseño de Nuestro Diario es la información básica. Ha habido intentos de imponer uno pero no se ha logrado.

¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?

Sí y serviría mucho para que los editores y redactores tengan claro los tipos de infografía y elijan el más adecuado según la información de la que disponen. El manual o guía enriquecería el texto que contienen las infografías y garantizaría mayor entendimiento entre periodistas y infografistas.

¿Cuál es el sistema de comunicación interna en su sección?

Vía correo electrónico por la inmediatez y porque formaliza una instrucción. La comunicación es un 70 por ciento informal (verbal).

¿Qué necesita para mejorar su labor como infografista? ¿Verifican la información que utiliza?

Más planificación y comunicación con el resto de secciones para elaborar más y mejores infografías. Hoy por hoy, los mejores trabajos surgen de la propuesta de los infografistas. En cuanto a la verificación de labores, el único filtro es el criterio del editor en jefe.

¿Por qué considera necesaria la infografía como aporte en el quehacer periodístico?

Una infografía informa. Hay detalles que no se pueden transmitir en un texto. Es la herramienta que el periodista puede usar para evitar estar atado solo al texto o a la fotografía. Un estudio de mercado de Nuestro Diario revela que los lectores miran las fotografías, luego el titular, seguido de la infografía, luego las opiniones de las personas y por último el texto. Según el “eye track” la infografía es el tercer elemento más visto.

Entrevista 4

Entrevistado: Ángel García, infografista

¿Cuenta con el equipo y mobiliario para realizar su trabajo? Descríbalo

Contamos con hardware y software con las actualizaciones más recientes. Nuestro equipo tecnológico es de primer nivel. Poseemos programas en tercera dimensión aplicado a la arquitectura, otro para escenas de infografía, figuras humanas y otro que permite moldear los elementos tal cual plasticina. Además del uso de drones.

¿Su jefe inmediato es un líder resolutivo o analítico?

Más analítico porque asigna las tareas según la capacidad de cada uno de los colaboradores y cuando se requiere de resoluciones, también se involucra.

De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con su trabajo ¿Por qué?

Un 10. Trabajar es mi pasatiempo porque es lo que me gusta.

¿Cómo resuelve el equipo las situaciones críticas?

Con reuniones. No hemos llegado a un punto de fricciones entre los colaboradores.

¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?

No.

¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?

Claro. Es importante que exista sobre todo con el personal que se incorpora al equipo. Una guía que le indique el estilo, los espacios, tipografía, etc...

¿Cuál es el sistema de comunicación interna en su sección?

Es través de correo electrónico. Tras recibir el requerimiento se trasladan las indicaciones verbalmente. Es una vía ágil para el tipo de trabajo que realizamos ya que tenemos el tiempo contado.

¿Qué necesita para mejorar su labor como infografista? ¿Verifican la información que utiliza?

Tiempo. Pero también de un manual o una guía para una mejor orientación para el periodista de cómo y qué información se requiere según el gráfico a utilizar. El periodista deja como último paso este proceso que nos lleva de una hasta tres horas elaborarlo. Nos ayuda a ganar tiempo y darle consistencia al estilo del periódico. La información que se utiliza solo es verificada por el editor en jefe y de turno.

¿Por qué considera necesaria la infografía como aporte en el quehacer periodístico?

No pienso que la infografía sea un genero periodístico más. Sino que fue y sigue siendo una herramienta de apoyo para comprender la información. Incluso por sí sola puede llegar a ser un reportaje. Algunas historias periodísticas necesitan una explicación visual.

Entrevista 5

Entrevistado: Édgar López, periodista

¿Cuenta con el equipo y mobiliario para realizar su trabajo?

Sí. Con una computadora, con internet y un espacio donde trabajar. Nos proporcionan libretas, lapiceros y baterías para grabadora. También los equipos disponemos de una unidad móvil para poder trasladarse a las distintas fuentes.

¿Su jefe inmediato es un líder resolutivo o analítico?

Resolutivo, porque solo resuelven el día a día. Más no el impacto mediático que pueda tener una nota.

De 1 a 10 ¿Está satisfecho con su trabajo? ¿Por qué?

Un 8. Aún hace falta ser profundos en el tema y más comunicación entre editores y redactores. Hay un pequeño divorcio que impide concretar y darle forma a una nota informativa.

¿Cómo resuelve el equipo con el que trabaja las situaciones críticas?

No hay una reunión de planificación. Uno como reportero sale a buscar la noticia pero no hay directriz de la puesta en página diaria. No hay reuniones para resolver situaciones críticas.

¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?

No hay manuales. Los he buscado y no hay ninguna orientación para las personas que se suman al equipo. Cada quien se informa como puede.

¿Considera que mejoraría su quehacer periodístico una guía de procedimientos para trasladar la información que contienen las infografías?

Sería bueno tener un manual de estilo para tener claro hacia que público vamos. En el caso de las infografías, no existe mucha comunicación entre los periodistas e infografistas. La infografía debería ser propuesta por el editor alimentada por el reportero y dándole directrices al infografista. No existe un criterio definido para elaborar las gráficas y los datos que contenga.

¿Verifican la información que contienen las infografías?

Yo no. El editor es quien lo hace y es allí el desfase. Porque es uno quien se acerca al infografista pero es el editor quien la revisa y desconoce de la información que se tiene.

¿Con qué frecuencia se comunica con los infografistas?

Cuando elaboro una infografía voy con ellos para afinar detalles. Pero no se planifica.

¿Qué recomienda para mejorar el trabajo en equipo con el infografista?

Una ruta de trabajo o una reunión con el editor, redactor e infografista.

Ficha de entrevistas

Entrevista 1

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
PROYECTO DE EPS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Fecha:	13 de febrero de 2018
Tipo de la entrevista:	Semiestructurada
Objetivo de la entrevista:	Profundizar en los problemas de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario
Nombre:	Joel Torres
Cargo:	Jefe del Depto. de Diseño
¿Cuenta su equipo con el mobiliario necesario para desarrollar las tareas que se le asignan? Descríbalos	
¿Considera suficiente el recurso humano para alcanzar las metas de la sección de Infografía?	
De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con el trabajo de su personal? ¿Por qué?	
¿Qué detona la actitud negativa del equipo? ¿Identifica liderazgo negativo o positivo?	
¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	
¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?	
¿Cómo verifica la información que se publica?	
¿Cómo es la comunicación interna con su personal?	
¿Por qué privilegia Nuestro Diario las imágenes infografías?	

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

Entrevista

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
PROYECTO DE EPS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Fecha:	13 de febrero de 2018
Tipo de la entrevista:	Semiestructurada
Objetivo de la entrevista:	Profundizar en los problemas de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario
Nombre:	Rubén Cabrera
Cargo:	Jefe de Cierre de Edición
¿Cómo califica la comunicación interna en Nuestro Diario?	
¿Cuánta responsabilidad asume en la toma de decisión de la información que se publica?	
¿Describe cómo es la comunicación entre periodistas e infografistas?	
¿Cómo resuelve el equipo las situaciones críticas?	
¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	
¿Cree que es necesaria una guía de procedimientos para mejorar la comunicación entre periodistas e infografistas?	
¿Por qué Nuestro Diario privilegia las imágenes e infografías?	
¿Cómo verifica la información que se publica?	

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

Entrevista 3

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
 PROYECTO DE EPS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Fecha:	13 de febrero de 2018
Tipo de la entrevista:	Semiestructurada
Objetivo de la entrevista:	Profundizar en los problemas de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario
Nombre:	Lionel Fock
Cargo:	Editor de sección de Infografía
¿Cuenta con el equipo y mobiliario para realizar su trabajo? Describalo	
¿Su jefe inmediato es un líder resolutivo o analítico?	
De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con su trabajo ¿Por qué?	
¿Cómo resuelve su equipo de trabajo las situaciones críticas?	
¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	
¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?	
¿Cuál es el sistema de comunicación interna en su sección?	
¿Qué necesita para mejorar su labor como infografista? ¿Verifican la información que utiliza?	
¿Por qué considera necesaria la infografía como aporte en el quehacer periodístico?	

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

Entrevista 4

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
 PROYECTO DE EPS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Fecha:	13 de febrero de 2018
Tipo de la entrevista:	Semiestructurada
Objetivo de la entrevista:	Profundizar en los problemas de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario
Nombre:	Ángel García
Cargo:	Infografista
¿Cuenta con el equipo y mobiliario para realizar su trabajo? Describalo	
¿Su jefe inmediato es un líder resolutivo o analítico?	
De 1 a 10 ¿Esta satisfecho con su trabajo ¿Por qué?	
¿Cómo resuelve su equipo de trabajo las situaciones críticas?	
¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	
¿Considera que mejoraría el quehacer de su sección una guía de procedimientos?	
¿Cuál es el sistema de comunicación interna en su sección?	
¿Qué necesita para mejorar su labor como infografista? ¿Verifican su labor?	
¿Por qué considera necesaria la infografía como aporte en el quehacer periodístico?	

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

Entrevista 5

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
 PROYECTO DE EPS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Fecha:	13 de febrero de 2018
Tipo de la entrevista:	Semiestructurada
Objetivo de la entrevista:	Profundizar en los problemas de comunicación interna en la redacción de Nuestro Diario
Nombre:	Édgar López
Cargo:	Periodista
¿Cuenta con el equipo y mobiliario para realizar su trabajo?	
¿Su jefe inmediato es un líder resolutivo o analítico?	
De 1 a 10 ¿Está satisfecho con su trabajo? ¿Por qué?	
¿Cómo resuelve el equipo con el que trabaja las situaciones críticas?	
¿Conoce la existencia de manuales en la redacción de Nuestro Diario?	
¿Considera que mejoraría su quehacer periodístico una guía de procedimientos para trasladar la información que contienen las infografías?	
¿Verifican la información que contienen las infografías?	
¿Con qué frecuencia se comunica con los infografistas?	
¿Qué recomienda para mejorar el trabajo en equipo con el infografista?	

Fuente: Viviana Mutz, Febrero 2018

FOTOGRAFÍAS



La epesista Viviana Mutz, en una de las reuniones con los infografistas de Nuestro Diario para unificar criterios de la información que debe contener la guía de procedimientos.



El infografista Ángel García explica los elementos gráficos que se utilizan para la elaboración de gráficos e infografías, plasmados en la guía de procedimientos.



Daniel Lux, infografista, durante la aplicación de la paleta de colores en mapas, con base a la guía de procedimientos.



La epesista Viviana Mutz explica el contenido del trifoliar que contiene los procedimientos que deben aplicar los periodistas.

OTROS

Cotización de trifoliales

WORK and FEELING

HAGAMOS NEGOCIOS CREATIVOS
mercadeo - publicidad - comunicación - diseño - producción

Guatemala 6 de abril 2018.


Viviana Mutz
Presente.

Por este medio se adjunta la cotización solicitada esperando sea de su agrado:

Cantidad	Actividad	Precio Unitario	***Precio Total
1	Diseño de material didáctico en un trifolial.	Q.1,102.50	Q.1,102.50
1	Impresión de 100 trifoliales offset en blanco y negro	Q.150	Q.150
***Precio Total Más IVA			Q.1,402.80

Condiciones:

- Esta cotización tiene vigencia por 30 días. Deberá estar firmada y sellada.
- El pago se deberá 50% anticipado y 50% contraentrega.
- Todos los artes deben tener el "OK" del representante.
- Toda la información de la marca debe ser proporcionada en digital y editable (Fotos, textos, brief).
- Los artes tienen derecho únicamente a dos cambios después del OK.
- El cheque debe ser emitido a nombre de: Work and Feeling, S.A

Atentamente,

Issa Pérez Padilla
Work & Feeling

Autorización

Viviana Mutz


Cotización de diseño y elaboración de trifoliales.

Cotización de refrigerio para los participantes

Eventos La chapis			
6ta. Avenida 4-19 Zona 2		NIT: 9325848-8	
ventas@banqueteslachapis.com			
Tels: 23134792 / 2232-6618 / 2220-6578 FAX: 2220-6559			
Nombre del cliente:	Vivian Mutz		
Fecha del Evento:			
Lugar del evento:			
Correo electronico:			
No. De invitados:	Adultos	Niños	
Montaje:			
Comida			
Hora de Meseros			
Telefono:	4362-5598		
50		16.00	800.00
REFACCION: No. 1 P/ Pan con jamon y queso y refrezco de NARANJA			
ENVIÓ DE PENDE A DONDE SEA			
TOTAL POR SERVICIO			800.00
Razon social o comercial: Eventos La Chapis			
Nit: 9325848-8			
Direccion comercial 6 avenida 4-19 zona 2			
Numero de telefonos: 2313-4792 / 22206559			
Contacto directo: Yanet Bonilla Cel:46973708			
Regimen Tributario: Sujeto a retencion Definitiva			
Atentamente:			
Yanet Bonilla			
2220-6559			

Cotización ofrecida por Eventos La Chapis.


Presentación en powerpoint de la campaña interna



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado

**“Plan de Comunicación Interna
para la Sección de Infografía de Nuestro Diario”.**

Informe Ejecutivo presentado por:
Viviana Magaly Mutz Jucub



¿Cómo contar una historia?


Con sábanas de texto...

Con imágenes...

Con gráficos....

Con ilustraciones

¿O combinación de los anteriores?



¿Qué es infografía?

Es una representación visual de información. No es una ilustración tampoco un diseño gráfico, sino un lenguaje que utiliza herramientas y técnicas que vienen del diseño gráfico, del periodismo, de la estadística de la cartografía, etc..

Su objetivo:

Comunicar información de una forma clara y profunda.

Fuente: Alberto Cairo, profesor de Infografía
Universidad de Miami, Florida, EUA

Nuestro
Diario
Noticias como son



Los cómics tienen puntos en común con los gráficos informativos:

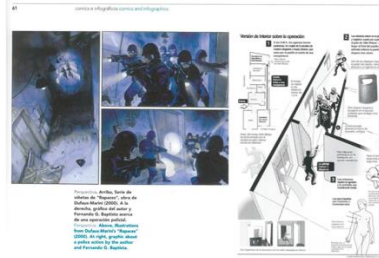
- **Técnica**
- **Escaso tiempo**
- **Actitud despectiva hacia ellos.**

"La intención es narrar una historia al lector mediante la combinación visual de imágenes y palabras impresos sobre papel".

Fuente: Premios Internacionales de Infografía Malofiej 2003.

Nuestro
Diario
Noticias como son

Otros ejemplos de la infografía en el tiempo



Nuestro
Diario
Noticias como son

- Nuestro Diario es un periódico popular y para un lector "ligero".
- Prevalece la combinación de elementos visuales: fotografías+gráficos+ilustraciones+íconos+mapas+estadísticas

Por qué usa este recurso?

- Informar
- Atraer al lector
- Educar
- Entiende e interpreta mejor las noticias

" La función de una infografía no es replica una enciclopedia, sin embargo, logra reunir en un sólo espacio la mayor parte de la información de la que se dispone".

Nuestro
Diario
Noticias como son

TERRA ENTRE DOS MONTAÑAS

TRAGEDIA EN EL CAMBRAY II

TERRENO ESTABA INSEGURO
El agua y la composición del suelo causan el alud

TERRENO ESTABA INSEGURO
El agua y la composición del suelo causan el alud

Visualización completa del 60% de imagen y 40% de texto promedio
(Alberto Cairo 2012)

Guía de Procedimiento para la Sección de Infografía

Guatemala, Julio 2018

Nuestro Diario
Noticias como son

General para todos las infografías

Para titular los gráficos de Nuestro Diario se debe tomar como base el tamaño de la infografía. Las que responden a un concepto de gráficos sencillos son de tamaño estándar y complementan la nota que las acompaña. El uso de cada uno de los tres tipos dependerá del espacio del que se dispone. También hay gráficos cuando la noticia lo amerita, es decir, una nota dentro de la nota. Este tipo es ampliado en el segmento de Infografías Especiales.

Títulos para infografías sencillas



Para infografistas:

Se identificaron los tres tipos de infografías:

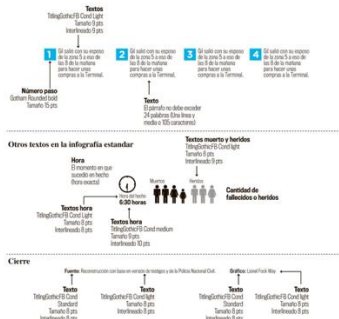
Sencillas – Estadísticas - Especiales

Su unificó el tipo y tamaño de texto, líneas, titulares, subtítulos, paleta cromática e iconografías.



Textos para infografías sencillas

Los textos del cuerpo de la infografía se divide en pasos y el número de éstos depende de la información que se tiene del hecho o noticia y su trascendencia.



Para periodistas:

- Se sugirió límite de caracteres para los textos que acompañan las infografías.
- Brindar la mayor cantidad de detalles posibles.
- Redactar en tiempo presente.
- Límite de pasos para explicar una historia dependiendo su relevancia.
- Que las acciones respondan a cada paso o sean similares.



- ❖ Los periodistas deben entregar información detallada al infografista

SITUACIÓN ACTUAL

- Sumarios largos
- Más de dos acciones en cada paso o un solo paso cuenta toda la historia
- Redacción en tiempo pasado
- Sin especificaciones de los objetos o personas
- Sin ubicación, hora y número de víctimas
- Textos repetitivos en sumario y pasos

Pasos de **infografía**

Motoristas pierden la vida en puente

Romeo **Lainez** y su acompañante Eduardo Ramos **perdieron** la vida en el paso a desnivel **Tecún Umán** tras derrapar en su motocicleta y **chocar contra la barda de contención**.

Pasos

.1 **A eso de las tres de la mañana**, **Lainez** maneja su motocicleta acompañado de Ramos, sobre el **Boulevard Liberación** y sube el puente que lo **llevaría** hacia la avenida la Castellana, en la zona 9.

.2 Debido a la excesiva velocidad que **vijaban**, al llegar a la curva que está en la cima del puente, **Lainez** pierde el control y va a chocar **contra la barda de contención del puente**.

.3 Tras el impacto, **Lainez** pierde la vida en el lugar debido a los múltiples golpes **que sufrió**, mientras que su compañero sale **expulsado** de la motocicleta y cae sobre el Boulevard Liberación, de una altura aproximada de 15 metros y también muere.

**Fuente: Reconstrucción en base a versión de los cuerpos de socorro y de agentes de la Policía Nacional Civil.

LO IDEAL

- Sumarios corto
- Una acción por cada paso
- Redacción siempre en **tiempo presente**
- Todos los detalles que acerquen a la realidad del hecho
- Enviar ubicación (screenshot)
- Incluir siempre la hora que ocurre el hecho
- Evitar repetir textos

Les tiran a matar

Sicarios desde una motocicleta disparan 17 veces contra dos hombres quienes se encuentran sentados en una esquina del ingreso al mercado La Terminal, ambos sobreviven al atentado aunque quedan heridos de bala en las piernas y brazos.

1. Dos presuntos extorsionistas están sentados en una esquina, esperando a comerciantes a quienes buscan extorsionar.
2. Una motocicleta aparece con dos sicarios a bordo y el pasajero saca su arma y dispara 17 veces contra ellos.
3. Las víctimas corren en busca de protegerse entre algunos puestos de ventas instalados en el sector y al final solo reciben disparos en las piernas y brazos

Otros datos

4:30 A.M. hora del atentado
4a avenida y 6a calle zona 4 Mercado La Terminal, lugar del atentado
2 heridos
Balazos en brazos y piernas
2 sicarios en motocicleta
17 casquillos en la escena
Móvil del hecho, ataque directo a presuntos extorsionistas

Datos en base a relato de testigos y PNC

1 Gil salió con su esposo de la zona 5 a eso de las 8 de la mañana para hacer unas compras a la Terminal.

2 Gil salió con su esposo de la zona 5 a eso de las 8 de la mañana para hacer unas compras a la Terminal.

3 Gil salió con su esposo de la zona 5 a eso de las 8 de la mañana para hacer unas compras a la Terminal.


Texto
El párrafo no debe exceder 24 palabras (Una línea y media o 105 caracteres)

Otros textos en la infografía estandar


Hora
El momento en que sucedió en hecho (hora exacta)

1
Hora del hecho
6:30 horas

Muertos




Heridos



Cantidad de fallecidos o heridos

Fuente: Reconstrucción con base en versión de testigos y de la Policía Nacional Civil. Gráfico: Lionel Fock Way



Títulos para infografías sencillas

Titular normal

Titular
El texto no debe exceder de cuatro palabras

↓

TITULAR NORMAL

Este es un evento cíclico, es el viaje de miles de kilómetros que realizan las partículas del desierto, lo que causa alergias en algunas personas. Los más propensos a esos efectos son los adultos mayores y los niños.

Sumario
El párrafo no debe exceder las 3 columnas de largo y un máximo de 3 líneas (45 palabras máximo)

Titular
El texto no debe exceder de cuatro palabras

↓

TITULAR A DOS LINEAS

Este es un evento cíclico, es el viaje de miles de kilómetros que realizan las partículas en algunas personas. Los más propensos a esos efectos son los adultos mayores y los niños.

Sumario
El párrafo no debe exceder las 2 columnas de largo y un máximo de 5 líneas (45 palabras máximo)

EL TITULAR CORRIDO | Este es un evento cíclico, es el viaje de miles de kilómetros que realizan las partículas del desierto, lo que causa alergias en algunas personas.

Titular
El texto no debe exceder de 3 palabras

Sumario
El párrafo no debe exceder las 3 columnas de largo y un máximo de 2 líneas (35 palabras máximo)





OTROS RECURSOS

Materiales que enriquezcan con información

- PDF
- Presentaciones de PowerPoint
- Fotografías
- Mapas
- Estadísticas de la fuente
- Informes oficiales
- Llevar al infografista con la fuente



EPS
LICENCIATURA



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018

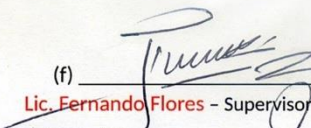


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): **Viviana Magaly Mutz Jucub**
 No. Carné y DPI: **Carné 199910085 y DPI 1607569010101**
 Jefe o Encargado (a): **Abner Guoz, Jefe de Redacción**
 Institución o Empresa: **Diarios Modernos, S.A. (Nuestro Diario)**
 Supervisor de EPSL: **Lic. Fernando Flores.**

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 18	Mayo	8	8	8	8	8	x	40 hrs
2	Del: 21 / Al: 25	Mayo	8	8	8	8	8	x	40 hrs
3	Del: 28 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8		x	32 hrs
4	Del: 4 / Al: 8	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs
5	Del: 11 / Al: 15	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs
6	Del: 18 / Al: 22	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs
7	Del: 25 / Al: 29	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
8	Del: 2 / Al: 13	Julio	7	7	7	7		x	28 hrs.
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(f) 
Lionel Fock Way - Editor Gráfico


(f) 
Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL
