

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



**“REFORZAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA
EJECUTIVA DE LA COORDINADORA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DE
DESASTRES -SE- CONRED.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

JOSÉ FRANCISCO ROMÁN MONZÓN

201321851

Previo a optar el título de:
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 30 de septiembre de 2019
Oficio Ref. No. 110-2019 DCS-SE

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

Estimado Máster Pedroza:

Por medio de la presente, se hace constar que el estudiante epesista José Francisco Román Monzón con número de carné: 201321851 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 -EPS- de Licenciatura en la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, específicamente en la Dirección de Comunicación Social, cumpliendo con 306 horas efectivas de práctica comprendidas del 15 de mayo al 15 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "Reforzamiento de la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED", entregando el material respectivo y debidamente recibido por esta institución.

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

Atentamente,



David Oswaldo De León Villeda
Director de Comunicación Social
SE-CONRED



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante

José Francisco Román Monzón

Carné: 201321852

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: **“REFORZAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA EJECUTIVA DE LA COORDINADORA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DE DESASTRES –SE- CONRED.”**. El citado trabajo llena los requisitos del 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 del 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. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura



Vc. Bo. M.A Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida y sus bendiciones.
- A MI ABUELA (Q.E.P.D.):** Julia Melchor, por formarme con valores, principios y enseñarme el verdadero valor de la vida.
- A MI PADRE:** Walfre Román, por inculcarme el valor de conocimiento y ser un ejemplo de vida.
- A MI MADRE:** Josefina Monzón, por ser un modelo al cual seguir, su amor y comprensión en cada etapa de mi vida.
- A MI TÍA:** Edith Román, por ser apoyo moral en esta etapa de mi vida.
- A MIS HERMANOS:** Diana y David, por su apoyo.
- A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** Por brindarme su amistad y apoyo en esta etapa.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mí casa de estudios.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por formarme como profesional y permitirme conocer a excelentes catedráticos y amigos.

A la **SECRETARÍA EJECUTIVA DE LA CONRED**, por brindarme el espacio para desarrollar mi Ejercicio Profesional Supervisado.

Al **M.A. DAVID DE LEÓN**, por sus consejos y asesoría durante el proceso de EPS.

A la **LICENCIADA NIVEA SOLARES**, por su asesoría durante el proceso de EPS.

Al **LICENCIADO JOSUE ANDRADE**, por su apoyo y asesoría durante el desarrollo del proyecto.

A toda mi familia, por ser parte del proceso, su apoyo y su aprecio durante todos estos años.

A las personas que conocí en la Universidad, amigos, compañeros y catedráticos que de una u otra manera influyeron en este proceso. Gracias.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
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.....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégica.....	2
1.2.3 Antecedentes	3
1.2.4 Departamentos	4
1.2.5 Misión	6
1.2.6 Visión.....	6
1.2.7 Objetivos Institucionales	7
1.2.8 Público Objetivo	7
1.2.9 Organigrama	8
1.3 METODOLOGÍA.....	9
1.3.1 Descripción del método.....	9
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	10
1.3.3 Cronograma del diagnóstico	12
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	13
1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	13
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	16
1.5.1 Fortalezas.....	16
1.5.2 Oportunidades	16
1.5.3 Debilidades	17
1.5.4 Amenazas.....	17

CAPÍTULO II	18
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	18
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	18
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	18
2.2.1 Objetivo general.....	18
2.2.2 Objetivos específicos.....	18
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	19
2.4 MENSAJE.....	19
2.5 ESTRATEGIAS	19
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	20
CAPÍTULO III.....	23
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	23
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	23
3.1.1 Financiamiento.....	23
3.1.2 Presupuesto	24
3.1.3 Beneficiarios	25
3.1.4 Recursos humanos	26
3.1.5 Áreas geográficas de acción.....	27
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	27
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	37
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	38
CONCLUSIONES.....	41
RECOMENDACIONES.....	42
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	46
EGRAFÍA	47
ANEXOS	48

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres. –SE-Conred.

Nombre del Proyecto:

“Reforzamiento de la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -SE- CONRED.”

Objetivos del Proyecto:

General:

Reforzar la imagen institucional por medio de estrategias de comunicación en los procesos en que se crean los productos visuales y audiovisuales en la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –SE-CONRED.

Específicos:

- Elaborar material impreso (afiches) para crear identidad en la Dirección de Comunicación y para generar expectativa de las estrategias comunicacionales.
- Realizar un taller y capacitación sobre fotografía básica, avanzada, fotografía y videografía con teléfono móvil.
- Elaboración de un Manual de Estilo de productos visuales y audiovisuales, para establecer las directrices de la fotografía y videografía que se maneja en la institución.

Sinopsis: El reforzamiento de la imagen institucional por medio de los procesos en los que se crean las fotografías y videos en la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –SE-CONRED, presenta estrategias de comunicación que fortalecen la imagen institución, dichas estrategias se ejecutaron en el área interna, con el personal de la dirección de Comunicación Social , el área de producción y los delegados de la institución; a través de acciones y materiales que capacitaron y reforzaron la creación de los mensajes comunicacionales.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las tecnologías de información y la era digital crearon nuevas formas de comunicar información. Las fotografías y los clips de video representan un nuevo lenguaje universal en donde instituciones pueden plasmar su labor, formando parte de la imagen institucional. Esto es una herramienta esencial para que los mensajes en el proceso de comunicación sean eficaces.

La Dirección de Comunicación Social, de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, -SE-CONRED, crea fotografías y clips de video, por medio del área de producción y delegados de la institución que están ubicados a nivel nacional, estos proporcionan material visual y audiovisual, el cual se utiliza en los medios de difusión de la institución (redes sociales, página web institucional e informes).

Los materiales visuales y audiovisuales en el área de producción, tienen un estilo propio por la naturaleza de la institución, en el cual se plasma el trabajo de las autoridades y las alianzas que posee la SE-Conred entre otros. A su vez los delegados de la institucional a nivel nacional se encargan de crear fotografías y clips de video en el lugar de los eventos, cabe recalcar que la función principal de los delegados no es proporcionar este material.

El presente informe desarrolla una estrategia de comunicación para reforzar la imagen institucional por medio de los procesos que se realizan en el área de producción para realizar fotografías y clips de video y el proceso que realizan los delegados.

JUSTIFICACIÓN

La nueva era digital y el avance de las tecnologías en las sociedad implica que existan nuevas vías para transmitir información, como lo son las redes sociales y páginas webs institucionales, en donde los elementos visuales y audiovisuales son más efectivos para comunicar información, debido a la automatización que poseen las personas, al ver un material visual es llamativo para el espectador y fácil de asimilar.

En el diagnóstico comunicacional, se pudo establecer que los procesos de la creación de fotografías y clips de video en el área de producción no poseen un documento oficial sobre el tipo de fotografía y videografía que se maneja en la institución, a su vez se detectó que delegados no poseen el conocimiento en fotografía y videografía básica, haciendo que el proceso de creación y publicación del material caiga en ruidos comunicacionales.

Por esta razón se hizo la implementación de una estrategia de comunicación en la cual se incluyeron acciones para reforzar la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, -SE-Conred, que abarcó el fortalecimiento del conocimiento sobre fotografía básica y avanzada, agilizando los procesos de publicación y evitando fallos técnicos en las fotografías y clips de vídeo expuestos en los medios de difusión.

El propósito del presente informe es que el personal del área de producción, los delegados de Conred a nivel nacional y el nuevo personal de la Dirección de Comunicación Social, posean las bases en un documento sobre el tipo de fotografía y videografía que se maneja en la institución, además el reforzar los conocimientos sobre la creación de productos visuales y audiovisuales de los mismos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo general

- Realizar un diagnóstico de comunicación interna en las áreas de la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres.

1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar las necesidades comunicacionales del personal de las diferentes áreas de la Dirección de Comunicación Social por medio de técnicas e instrumentos.
- Analizar los procesos de comunicación en las diferentes áreas de la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de Conred.

1.2 LA INSTITUCIÓN

Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional Contra la Reducción de Desastres.

Conred.

1.2.1 Ubicación Geográfica

Avenida Hincapié 21-72 zona 13, Ciudad de Guatemala.

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégica

En el artículo 45 inciso h, de la ley de La Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, (LEY 109-96), dicta que las alianzas y cooperaciones deben de llevar acciones de colaboración en gestión de reducción de riesgo a desastres, asistencia y ayuda humanitaria, rehabilitación y reconstrucción integradas con instituciones de los sectores público y privado nacionales y agencias internacionales;

Nacionales:

Agua Pura Salvavidas, Alerta Médica, Central de Alimentos, ASAZGUA. Bayer de Guatemala, Cabcorp (The Central America Beverage Corporation) PEPSI, CBC, MOBIL, CEMACO, Cementos Progreso, Centro Comercial Miraflores/SPECTRUM, Cervecería Centroamericana, Coca-Cola Embotelladora Central, Colgate Palmolive, Comunicaciones Celulares, Contact Call Center AVALON, DA-GAS, TIPIC, DHL Express Guatemala, Fundación Azteca/Banco Azteca Guatemala, Fundación Carlos F. Novella / Cementos Progreso, Fundación Castillo Cordova, Fundación Rozas Botran, Helicópteros de Guatemala, Gremial de Industrias Extractivas, Gremial de Vallas/Junta Directiva, Industrias Alimenticias Kerns y Cía. S.C.A., JOGRAL, Laboratorios Bonin, MASECA/DEMAGUSA, MASESA, Merck, Museo de los Niños, Pollo Campero, Rotarios, SCANDIA, Servimovil, S.A., Telepizza, Unilever de CA, Wal-Mart, TIGO, Farmacias Batres, Fundación Rozas Botrán y BANRURAL.

Internacionales:

Acción Contra el Hambre (ACH), Agencia de Cooperación Internacional del Japón -JICA3. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo -AECID4, Agencia Internacional de los Estados Unidos para el Desarrollo -USAID5, Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE), Asociación SHARE de Guatemala, Banco Centroamericano de Integración Económica -BCIE8 Banco Interamericano de Desarrollo - BID9 Banco Mundial -BM10 CARE Guatemala, Centro de Coordinación para la Prevención de los Desastres Naturales en América Central -CEPREDENAC12 Consulado de Australia, Cooperazione Internazionale -COOPI14 Cruz Roja Guatemalteca, Delegación de la Unión Europea, Embajada de Alemania, Embajada de Argentina, Embajada de Brasil, Embajada de

Canadá, Embajada de Chile, Embajada de China-Taiwán, Embajada de Colombia, Embajada de Corea, Embajada de Costa Rica, Embajada de Cuba, Embajada de Ecuador, Embajada de Egipto, Embajada de El Salvador, Embajada de España, Embajada de Francia, Embajada de Honduras, Embajada de India, Embajada de Israel, Embajada de Italia, Embajada de Japón, Embajada de la Santa Sede COOPERACIÓN INTERNACIONAL, Embajada de la Soberana Orden Militar de Malta, Embajada de los Estados Unidos (Grupo Militar), Embajada de Marruecos, Embajada de México, Embajada de Nicaragua, Embajada de Noruega, Embajada de Panamá, Embajada de Perú, Embajada de Reino Unido, Embajada de República de Corea, Embajada de República Dominicana. Embajada de Rusia, Embajada de Suecia, Embajada de Suiza, Embajada de Turquía, Embajada de UE, Embajada de Uruguay, Embajada de Venezuela, Federación Internacional de la Cruz Roja, OCHA, Oficial de Programa, ONU Mujeres, Plan Internacional, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD61 Sistema de Naciones Unidas, TROCAIRE, UNFPA y USAID-OFDA.

1.2.3 Antecedentes

Guatemala debido a su posición geográfica, geológica y tectónica está clasificado como uno de los países a nivel mundial con un alto potencial de múltiples amenazas naturales, y por su situación social, económica, deterioro ambiental y de desarrollo genera altas condiciones de vulnerabilidad, lo que provoca que un gran porcentaje de la población, su infraestructura y los servicios estén expuestos a diferentes riesgos, que pueden desencadenar en desastres. (CONRED S. E., 2019)

El Comité Nacional de Emergencias –CONE- en 1969, nace, debido a que el territorio posee amenazas de tipo antropogénicas, en la actividades productivas de humano/naturaleza Su finalidad fue de dar atención a una emergencia y de asistencia a la población en caso de desastres.

Posteriormente surgió la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –CONRED- en 1996 la cual fue creada como la entidad encargada de prevenir, mitigar, atender y participar en la rehabilitación y reconstrucción de los daños derivados de la presencia de los desastres. Por el Decreto 109-96 del Congreso de la República. (CONRED S. E., 2019)

La cual dio vida a la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres SE-CONRED como instancia Nacional responsable legalmente de la Coordinación para la Reducción de Riesgos a Desastres, tiene compromisos y responsabilidades a nivel nacional, regional y mundial, en virtud de los cuales ha tomado la decisión de adoptar acciones concretas para promover la reducción del impacto de los desastres los cuales tienen efectos claramente definidos en el desarrollo sostenible y en el incremento de la pobreza. (CONRED S. E., 2019).

1.2.4 Departamentos

Según el artículo 23 de la ley y reglamento de Conred (LEY 109-96), la Secretaría Ejecutiva se compone de las siguientes dependencias:

Despacho Superior: Se integra por:

1. Secretario Ejecutivo

Subsecretarios

Subsecretaría de Gestión de Reducción del Riesgo

Subsecretaría de Coordinación y Administración

Inspectoría General

2. Órganos Sustantivos: Se integran por:

Subsecretaría de Gestión de Reducción del Riesgo:

Dirección de Gestión Integral de Reducción de Riesgos a Desastres

Dirección de Mitigación

Dirección de Preparación

Dirección de Respuesta

Dirección de Recuperación

Dirección del Sistema de Comando de Incidentes

3. Órganos Administrativos:

Subsecretaría de Coordinación y Administración

Dirección de Coordinación

Dirección de Comunicación Social

Dirección de Logística

Dirección de Recursos Humanos

Dirección Financiera

Dirección Administrativa

4. Órganos de Apoyo Técnico: Se integran por:

Dirección de Asesoría Jurídica

Dirección de Planificación y Desarrollo Institucional

Unidad de Asesoría Específica

Unidad de Información Pública

5. Órganos de Control: Se integra por:

Unidad de Auditoría Interna

1.2.5 Misión

Conred es el órgano responsable de coordinar con las instituciones públicas, privadas, organismos nacionales e internacionales, sociedad civil en los distintos niveles territoriales y sectoriales, la gestión de riesgo a los desastres, como estrategia integral que contribuye al desarrollo sostenible de Guatemala. (CONRED, 2019).

1.2.6 Visión

Ser una institución consolidada que garantice la coordinación de acciones para la reducción de riesgo a desastres, que incluye el conocimiento del riesgo, fortalecimiento de la gobernanza, preparación para la atención efectiva, rehabilitación y reconstrucción por daños derivados de los efectos de los desastres y que impulse la construcción de resiliencia en Guatemala, con la participación de la población, sin discriminación de género, edad o etnia como agente transformador en el proceso de la gestión integral del riesgo. (Conred, 2019)

1.2.7 Objetivos Institucionales

Objetivo 1: Coordinar el análisis y valoración del riesgo a nivel nacional, departamental, municipal y local.

Objetivo 2: Fortalecer la preparación para casos de desastre a fin de asegurar una respuesta eficaz en los distintos niveles sectoriales y territoriales del país.

Objetivo 3: Reducir los factores de riesgo subyacentes y crear una cultura de seguridad y resiliencia en los distintos niveles sectoriales y territoriales del país.

Objetivo 4: Promover la institucionalización de la Gestión de la Reducción de Riesgo a los desastres en los distintos niveles sectoriales y territoriales del país.

1.2.8 Público Objetivo

La Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, es una entidad gubernamental, que tiene como público objetivo la sociedad guatemalteca, debido a que se rige por los códigos gubernamentales en los cuales se especifica que su objetivo principal es garantizar la coordinación de acciones para la reducción de riesgo a desastres, con la participación de la población, sin discriminación de género, edad o etnia.

Así mismo la Dirección de Comunicación de la Secretaría Ejecutiva de Conred, es el vínculo entre institución y población, medios de comunicación, instituciones internacionales para mantener informado sobre cualquier eventualidad en cuanto a desastres naturales.

1.2.9 Organigrama



Fuente: Conred

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del método

La metodología utilizada será la cualitativa esta se orienta a profundizar casos específicos y no generalizar. Su prioridad no es medir sino cualificar y describir el fenómeno social, (Bernal, 2010).

Se realizará una inmersión inicial en el departamento de comunicación, por medio de la observación, entrevistas abiertas y cerradas y la recolección bibliográfica en cuanto a las leyes que rigen la institución, después se analizará el contexto, en el cual conviven los trabajadores de las áreas de comunicación, se recolectarán datos y por último se analizarán los datos recabados.

Roberto Hernández Sampieri expresa que el enfoque cualitativo se basa en primer lugar para descubrir una situación determinada, (Sampieri, 2014).

El método cualitativo busca entender una situación social con un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica, (Bernal, 2010).

Método descriptivo

Consiste en realizar una exposición narrativa y detallada de la realidad que se investiga. Se desprende de la observación directa que realiza el analista y/o del conocimiento que ha adquirido a través de la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores, (Cervera, 2013).

El método descriptivo exige la interpretación de la información. Esta interpretación, aunque es subjetiva, no es arbitraria, pues debe ser coherente.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Entrevista no estructurada:

Este tipo de entrevistas se caracterizan por su flexibilidad, ya que en ellas sólo se determinan previamente los temas que se van a tratar con el entrevistado. Durante la entrevista, el entrevistador puede definir la profundidad del contenido, la cantidad y el orden de las preguntas. (Bernal, 2010).

Esta se realizó al Director de Comunicación Social de Conred, David de León, tuvo una duración aproximada de 10 minutos, en los cuales se le interrogó acerca de cómo estaba compuesto el departamento de comunicación, no se profundizó en ningún tema fue la primera aproximación a la institución

Observación directa:

Permite obtener información directa y confiable, debe de tener un procedimiento sistematizado y muy controlado, es ideal para estudios del comportamiento de las personas en sus sitios de trabajo. (Bernal, 2010).

En la Dirección de Comunicación de la Secretaría Ejecutiva de Conred se observó cómo está compuesto dicho departamento, su infraestructura, su personal y su mobiliario, esto permitió conocer la realidad del campo en donde se realizó el diagnóstico.

Entrevista estructurada:

Se realiza a partir de un esquema o formato de cuestiones previamente elaborado, el cual se plantea en el mismo orden y en los mismos términos a todas las personas entrevistadas. (Bernal, 2010).

Se llevaron a cabo un total de 4 entrevistas estructuradas, al director de comunicación social y a cada encargado de las sub áreas de comunicación, las cuales son: Dirección y subdirección de comunicación, información y prensa y producción.

Dichas entrevistas tuvieron un promedio de 15 a 30 minutos cada una, en las cuales se utilizó una guía de entrevista que consta de seis preguntas, en donde se profundizan temas como, nombre, puesto, quienes laboran en esa área, qué función tienen en la Dirección de

Comunicación y si poseían un producto comunicacional en donde describa cuáles son los pasos a seguir para elaborar productos comunicacionales específicos.

Cuestionario

Conjunto de preguntas diseñadas para generar datos, consiste en un conjunto de preguntas que permite conocer datos sobre un tema determinado. (Bernal, 2010).

Este instrumento se realizó para profundizar en el diagnóstico y conocer los problemas comunicacionales que enfrenta el área de producción perteneciente a la Dirección de comunicación de la Secretaría Ejecutiva de Conred. El tema fue la utilización de un manual de directrices para la elaboración de productos audiovisuales en la institución.

Este cuenta con 5 preguntas, en las que se interroga en el tema de poseer una guía o manual que dicte las directrices para elaborar productos comunicacionales para la institución, así como opiniones de las tres personas que componen el área de producción.

Análisis de documentos o recopilación bibliográfica

Técnica basada en la revisión y el análisis bibliográfico de material relacionado al tema de investigación, tiene como propósito analizar material impreso. (Bernal, 2010).

Ésta contribuyó a la comprensión de cómo se conformaba la institución y sus funciones, se recurrió a la Ley y Reglamento de la Coordinadora Nacional para la reducción de Desastres, Ley 109-96.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

ACTIVIDAD	Mes	ENERO				FEBRERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4
	Semana	1	2	3	4	1	2	3	4
Observación de situación comunicacional									
Recopilación de información de la institución									
Redacción de objetivos de diagnóstico									
Realización de entrevistas estructuradas									
Tabulación de datos									
Redacción de FODA comunicacional									
Elaboración y entrega de diagnóstico									

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Los cuestionarios se realizaron en el área de producción de la Dirección de Comunicación de la Secretaría Ejecutiva de la Conred, el cual consta de cinco preguntas abiertas en las cuales se tratan temas específicos de productos audiovisuales comunicacionales y la experiencia que han tenido cada uno de los trabajadores del área.

En total fueron tres cuestionarios, Edy Chamalé auxiliar de producción, Harold Búcaro auxiliar de producción y Javier Contreras encargado de producción.

En la primera pregunta sobre si ha tenido experiencia en guías y manuales sobre la elaboración de productos audiovisuales, dos personas respondieron que si poseían en el tema audiovisual y una solo en cuestión académica con la tesis.

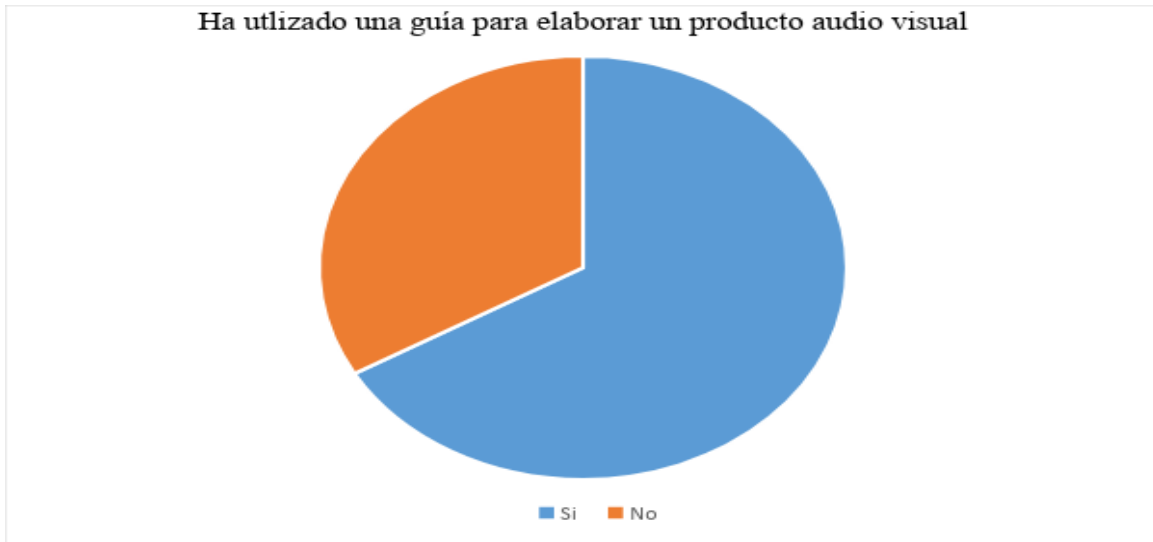
La segunda pregunta es sobre la opinión de guías o manuales para facilitar los productos audiovisuales, los tres participantes están a favor del uso de estos porque facilita, añade claridad a los productos comunicación.

La tercer pregunta es sobre si consideran añadir un manual o guía para la elaboración a la institución las tres personas respondieron a favor de eso, explicando que así se sabría el lenguaje que se maneja en la institución no creando ruidos comunicacionales

La penúltima pregunta es sobre que consideraban bajo su criterio que debía de tener una guía o manual para la elaboración de productos audiovisuales, los tres contestaron que debía de ser clara y concisa y debía ir paso a paso.

La última interrogante era sobre si el área seguía una línea de actualidad en cuanto a sus productos comunicacionales, dos personas contestaron que no y uno que si explicando que se trata de hacerse así.

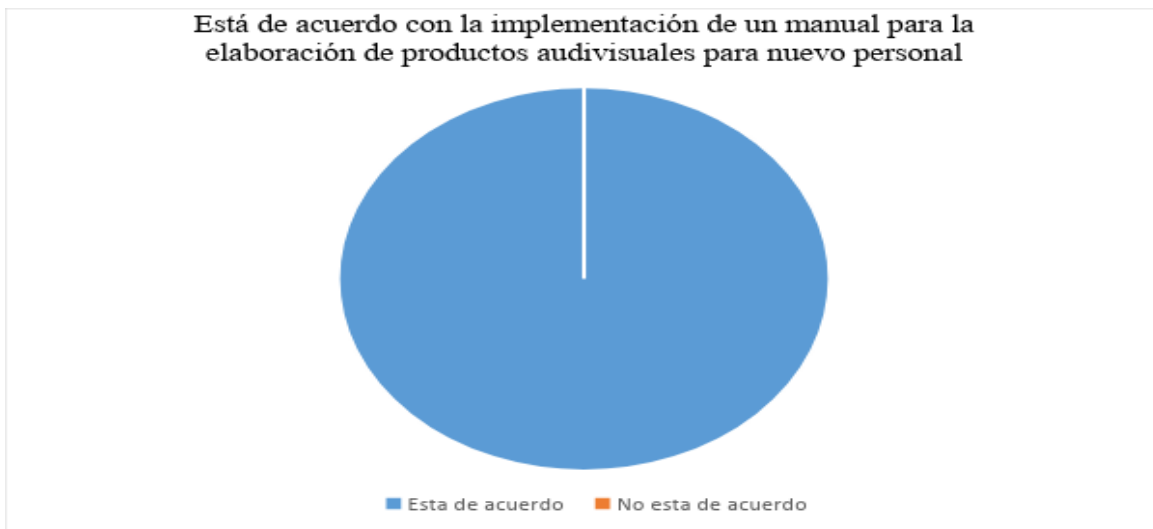
En las siguientes gráficas se presentan los datos recabados:



Fuente: Francisco Román

Interpretación:

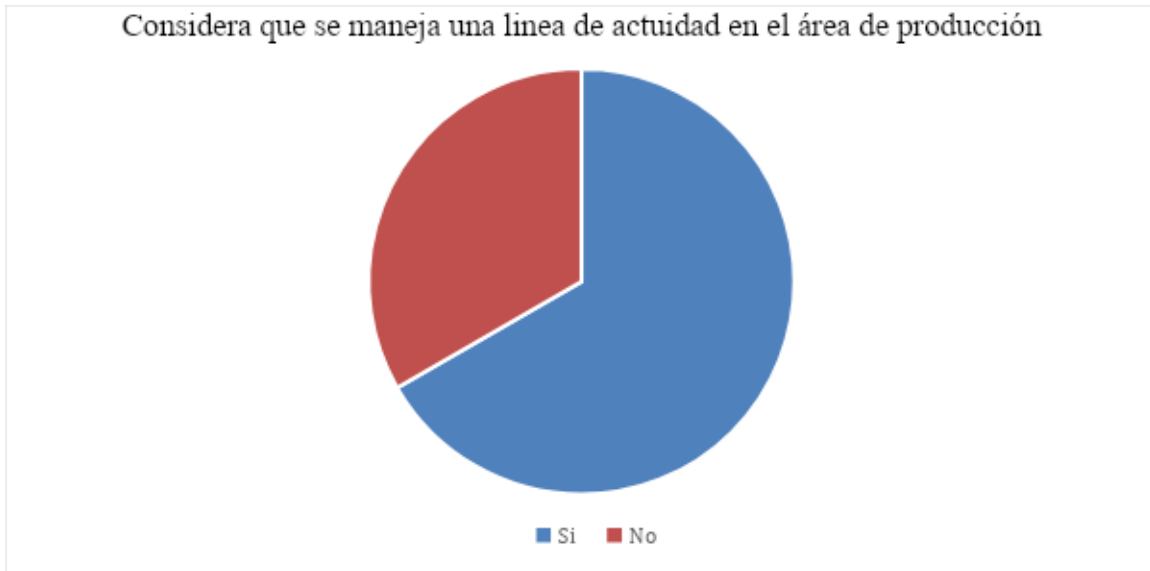
Más del 50% de los encuestados respondieron que había utilizado un manual de estilo o procedimientos



Fuente: Francisco Román

Interpretación:

El 100% de los encuestados indicaron que están de acuerdo en implementar un manual de estilo para productos visuales y audiovisuales.



Fuente: Francisco Román

Interpretación:

Más del 50% de los encuestados respondieron que se maneja una línea de actualidad en el área de producción de la Dirección de Comunicación Social de Conred.



Fuente: Francisco Román

Interpretación:

El 100% de los encuestados respondieron que una de las características de un manual de estilo es que debe ser claro y directo.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

- Poseen buenas relaciones con medios de comunicación
- Tienen alcance en todo el territorio nacional
- Poseen alianzas con instituciones de renombre nacionales e internacionales
- Tiene claros sus objetivos comunicacionales
- Las áreas del Dirección Comunicación están posicionadas estratégicamente
- Cuentan con personal profesional en cada área
- Poseen estudio de radio y sala de prensa

1.5.2 Oportunidades

- Difundir la cultura de prevención
- Mejorar el impacto en redes sociales
- Simplificar procesos para la elaboración de productos audiovisuales
- Crecimiento en la cantidad de productos audiovisuales
- Difundir en tiempo real sucesos o eventos de la institución
- Creación de manuales o guías para elaborar productos comunicacionales

1.5.3 Debilidades

- Poco personal en áreas comunicacionales
- Inexistencia de guías o manuales para elaborar productos comunicacionales en ciertas áreas del Dirección de Comunicación
- Poca eficiencia en el la respuesta de comunicación interna entre áreas
- Pocos productos audiovisuales comunicacionales
- Poco equipo en el área de producción
- El personal debe de cubrir varias atribuciones al mismo tiempo
- Poca exhibición de Conred Radio y Conred Tv

1.5.4 Amenazas

- Desinformación en el tema de desastres por parte de personas en redes sociales
- Poca difusión de productos comunicacionales por parte de medios de comunicación
- Al ser una Dirección de Comunicación pequeño a la hora de un desastre de gran magnitud no se dan abasto para cubrir todas las áreas.
- Las noticias falsas en cuanto a eventos naturales en redes sociales
- La imagen institucional puede verse afectada por la calidad de los productos que comparten en sus redes sociales institucionales (fotografías y clips).

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La Dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, no posee antecedentes de proyectos comunicacionales realizados en el área de producción sub área de comunicación social.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo general

Crear un plan de comunicación para reforzar la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres en el área de producción.

2.2.2 Objetivos específicos

- Crear un manual de estilo para productos visuales y audiovisuales en el área de producción
- Reforzar los productos visuales y audiovisuales del área de producción
- Impartir capacitación sobre fotografía
- Elaborar material impreso para campaña de expectación para la introducción de la capacitación y el manual de estilo.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

El público a quién va dirigido este proyecto es interno, componiéndose este por colaboradores internos de la Secretaría Ejecutiva de Conred.

En la realización de productos comunicacionales es necesario mantenerse actualizado en tendencias así como para el nuevo personal le sirve de introducción para conocer el estilo que maneja la institución para hacer más eficiente el trabajo.

Los trabajadores del área de producción que en total son 3 personas, que se componen de jefe de producción y dos trabajadores, también los colaboradores internos de la región uno que la conforman, técnicos y profesionales en gestión de riesgos, basados en la Avenida Hincapié 21-72 zona 13, Ciudad de Guatemala.

2.4 MENSAJE

El mensaje que se dará a conocer en el plan de comunicación es: “Producción es preparación”, esto busca en el público objetivo, resaltar la preparación, debido a que es un punto clave en la creación y producción de productos comunicacionales, como lo son las fotografías y los videos. La implementación del manual y la capacitación permitirán a los colaboradores internos realizar un trabajo más eficiente y con estilo institucional propio.

2.5 ESTRATEGIAS

El proyecto busca reforzar la imagen de la institución por medio de la estrategia del fortalecimiento de la imagen institucional en la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, -SE- Conred.

También una campaña de expectación para crear interés entre los trabajadores con respecto a las acciones que se llevarán a cabo, esta campaña se realizará por medio de afiches impresos, que se colocaran en lugares estratégicos en la institución.

Se trabajará en el área de producción y colaboradores internos de la institución que son los encargados de crear materiales visuales y audiovisuales para que estos se repliquen en los medios de difusión de la Conred.

Se desarrollará una capacitación con temática fotográfica que buscará trasladar información sobre la creación de materiales visuales y cómo mejorar la calidad de estos mismos, así como de recomendaciones. También se creará un manual de estilo para la creación de productos visuales y audiovisuales. Esto con la finalidad de reforzar la imagen institucional.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de imagen institucional
Problema	Inexistencia de directrices en la elaboración de fotografías y video de la institución para generar homogeneidad en los productos que transmiten en sus medios.
Producto	Manual de estilo para la creación de productos visuales y audiovisuales.
Objetivo Comunicacional	Reforzar la imagen institucional
Público Objetivo	Colabores internos de Conred, trabajadores del área de producción, y nuevo personal
Medio de difusión	Impreso se realizarán 2 copias y digital para impresión y ser difundido en formato PDF.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de imagen institucional
Problema	Inexistencia de línea gráfica en la elaboración de fotografías y video de la institución para generar homogeneidad en los productos que transmiten en sus medios.
Producto	Capacitación de fotografía
Objetivo Comunicacional	Reforzar la imagen institucional
Público Objetivo	Colabores internos de Conred, trabajadores del área de producción, trabajadores de la dirección de Comunicación Social.
Medio de difusión	Capacitación impartida en la sede de la Secretaría Ejecutiva de Conred, con los temas de fotografía y videografía.

Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de imagen institucional
Problema	Inexistencia de línea gráfica en la elaboración de fotografías y video de la institución para generar homogeneidad en los productos que transmiten en sus medios.
Producto	Material impreso (afiches). Para campaña de expectación
Objetivo Comunicacional	Reforzar la imagen institucional
Público Objetivo	Colabores internos de Conred, trabajadores del área de producción y personal de la dirección de Comunicación Social.
Medio de difusión	Los afiches se posicionarán en lugares estratégicos de la sede de la Secretaría Ejecutiva de Conred.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“Reforzamiento de la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -SE- CONRED.”

3.1.1 Financiamiento

Los gastos incurridos durante la ejecución de la estrategia comunicacional se financiaron en un 100% por parte del epesista.

3.1.2 Presupuesto

El presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación se describe a continuación:

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
5	Impresión de manual	Q.30.00	Q.150.00	Epesista
1	Diagramación y digitalización de manual	Q.800.00	Q.800.000	Epesista
1	Capacitación y taller de fotografía	Q.600.00	Q.600.00	Epesista
6	Impresión de afiches para campaña de expectación	Q.10.00	Q.60.00	Epesista
1	Diseño y diagramación de afiches para campaña	Q.100.00	Q.100.00	Epesista
1	Asesoría comunicacional	Q.5.500.00	Q.5.500.00	Epesista
		Total	Q.7,210.00	

3.1.3 Beneficiarios

	Beneficiarios	Beneficio
Primarios	Secretaria Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres. Conred	Se establecieron las directrices para la creación de productos visuales y audiovisuales en el área de producción y para los colaboradores internos de la institución, teniendo como finalidad reforzar la imagen institucional y la homogeneidad de los productos que comparten en sus medios de difusión.
Secundarios	Área de producción y Nuevo personal	Se brindaron herramientas como el manual de estilo en donde se establecen directrices para las fotografías y videos que se producen. Se realizó un taller sobre fotografía al personal de la dirección de comunicación Social y delegados de la institución, logrando así que la creación de fotografías y clips de videos sea más homogénea y eficaz.
	Delegados de Conred	
	Dirección de Comunicación Social	

3.1.4 Recursos humanos

Personal	Cargo	Actividad
David de León Villeda	Director de Comunicación Social de la SE-Conred	Autorización de la colocación de afiches en las instalaciones de la SE Conred y revisión y autorización de manual de estilo.
Nivea Solares	Subdirector de Comunicación Social de la SE-Conred	Aprobación de afiches y revisión y autorización de manual de estilo
Javier Contreras	Encargado de producción	Asesoría en los temas a tratar en el manual de estilo.
Rudy Pérez	Encargado de redes sociales	Apoyo en fotografías para el manual de estilo.
Lic. Josué Andrade	Asesor de EPSL 2019	Supervisión de las etapas del Ejercicio Personal Supervisado de Licenciatura
Carlos Mendoza	Personal Administrativo de -SE-Conred	Apoyo para colocar los afiches de la campaña de expectación.
Alejandra Chete	Fotoperiodista	Apoyo en la impartición de taller y charla sobre fotografía.

José Francisco Román Monzón	Epesista del EPS de Licenciatura 2019	Propuestas, diseño y ejecución de afiches Redacción y entrevistas para manual de estilo. Impartición de taller de fotografía.
--------------------------------	--	---

3.1.5 Áreas geográficas de acción

La ejecución de la estrategia de comunicación se realizó en la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -SE- CONRED. Avenida Hincapié 21-72, Zona 13, Ciudad de Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

La estrategia de comunicación se desarrolló por medio de acciones que buscaron a reforzar la imagen institucional para crear homogeneidad y coherencia en los productos visuales Y audiovisuales expuestos en los medios de difusión de la Secretaría Ejecutiva de la Conred.

Estrategia:

Material Impreso (Afiches)

Objetivo Comunicacional:

Se creó una campaña de expectación, para generar identidad en el área de producción con materiales impresos, para introducir el proyecto de reforzamiento de la imagen institucional.

Descripción:

Se elaboraron afiches promoviendo el mensaje “Producción es preparación”, a su vez sirvieron como campaña de expectación para las demás estrategias comunicacionales, los afiches poseían dos diseños, con frases para crear identidad.

Acciones desarrolladas:

Se diseñaron 6 afiches

Se imprimieron 4 afiches en medidas de 16x22 pulgadas y 2 en medidas de 8x11 pulgadas

Se colocaron los afiches en lugares estratégicos de la Dirección de Comunicación de la Secretaría ejecutiva de la Conred, con la autorización del Director de Comunicación Social, David De León.



Diseños finales de afiches que se colocaron en la Secretaria Ejecutiva de la Conred, Junio 2019.



Epesista Francisco Román, y Carlos Mendoza, personal administrativo, en colocación de afiches en la Dirección de Comunicación Social de la Secretaria Ejecutiva de la Conred, Junio 2019.



Epesista Francisco Román, en colocación de afiches en el área de producción de la Secretaria Ejecutiva de la Conred, Junio 2019.

Estrategia:

Taller y capacitación sobre fotografía básica, avanzada, fotografía y videografía móvil.

Objetivo Comunicacional:

Se brindó información sobre fotografía básica y avanzada al personal de producción,

El impartir el conocimiento de fotografía al personal del área de producción, la Dirección de Comunicación Social y delegados de la Conred, para crear homogeneidad en los productos que se crean por dicho personal.

Descripción:

Se desarrolló un taller y capacitación impartido por dos expositores. Se compartió información sobre cómo realizar fotografías y clips de video de manera correcta, para agilizar procesos y recomendaciones a seguir a la hora de cubrir eventos.

Acciones desarrolladas:

Se impartió el taller y capacitación en la sala de prensa de la SE de la Conred, la cual se desarrolló de la siguiente manera:

Expositores: Alejandra Chete Fotoperiodista y Francisco Román, Epesista y fotógrafo.

Tema: fotografía básica, avanzada y fotografía y videografía con teléfono móvil:

El taller se desarrolló en una dos horas, en donde se inició con temas específicos sobre fotoperiodismo cobertura en desastres recomendaciones a seguir a la hora de cubrir un desastre, también se resaltaron sugerencias a la hora de hacer fotografías y videos con el teléfono móvil.

Se desarrollaron temas como encuadres fotográficos, iluminación, composición fotografía, tomas en videos y se resolvieron dudas sobre los temas expuestos.



Epesista Francisco Román, impartiendo taller de fotografía en la Secretaría Ejecutiva de la Conred, Julio 2019.



Personal de la Dirección de comunicación en taller de fotografía, en la Secretaría Ejecutiva de la Conred, Julio 2019.



Fotografía grupal del personal en taller de fotografía, en la Secretaría Ejecutiva de la Conred, Julio 2019.



Epesista Francisco Román, en taller de fotografía, en la Secretaría Ejecutiva de la Conred, Julio 2019.



Fotoperiodista Alejandra Chete, impartiendo en taller de fotografía en la Secretaría Ejecutiva de la Conred, Julio 2019.



Delegados de Conred en taller de fotografía, en la Secretaría Ejecutiva de la Conred, Julio 2019.



Epesista Francisco Román, en taller de fotografía, en la Secretaría

Estrategia:

Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales

Objetivo Comunicacional:

Se elaboró un Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales en el cual se establecieron directrices de la fotografía, clips de videos, y tipo de coberturas que se utilizan en el área de producción de la Dirección de Comunicación Social, con el fin de crear homogeneidad en dichos productos a nivel institucional.

Descripción:

Se creó el Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales, este se divide en 3 ejes que son fotografía videografía y fotografía y videografía con teléfono móvil, estableciendo las bases de los productos que se crean, en este se detalla los eventos a cubrir, el tipo de fotografía, la iluminación los formatos, aspectos técnicos sobre audio y tomas entre otros que se maneja en la institución, este manual va dirigido hacia el nuevo personal, delegados a nivel nacional de Conred y la Dirección de Comunicación Social.

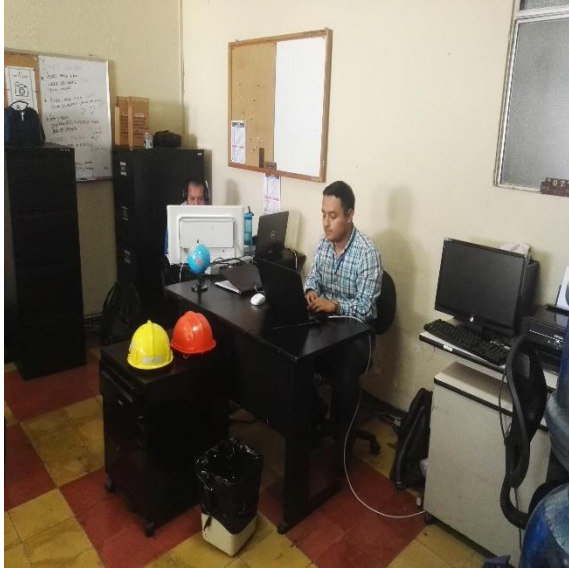
Acciones desarrolladas:

Se diseñó, diagramó y se redactó el Manual de Estilo.

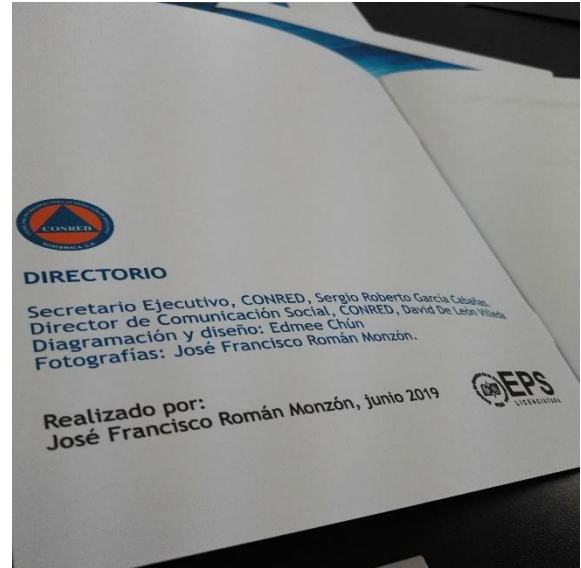
Se entrevistó para elaborar el Manual a encargados del área de producción, delegados de Conred y del Equipo de respuesta inmediata ERI.

Se imprimieron dos Manuales, entregando una en la Dirección de Comunicación Social y una en el área de producción también se entregó la versión digital en formato PDF y la versión para impresión.

Se impartió una inducción sobre el uso del Manual al personal de producción.



Epesista Francisco Román, redactando el Manual de Estilo, área de producción, Junio 2019.



Directorio del Manual de Estilo de productos Visuales y Audiovisuales, Junio 2019.



Versión física del Manual de Estilo de productos Visuales y Audiovisuales, entregada en la Dirección de Comunicación Social, Junio 2019.



Portada del Manual de Estilo para productos Visuales y Audiovisuales, Julio 2019.



Epesista Francisco Román, impartiendo inducción del uso del Manual a personal de producción, área de producción, Julio 2019.



Epesista Francisco Román, entregando la versión física y digital del Manual de Estilo a David De León Director de Comunicación Social, Julio 2019.



Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres
-CONRED-

MANUAL DE ESTILO PARA PRODUCTOS VISUALES Y AUDIOVISUALES

Portada del Manual de Estilo para
productos Visuales y Audiovisuales,
Julio 2019.

ÍNDICE

- Introducción
- Objetivos
- Actores vinculantes
- 5 Fotografía**
 - 5... Fotografía periodística
 - 5... Tipos de coberturas
 - 5... Eventos internos
 - 6... Eventos RED (Riesgo, emergencia o desastre)
 - 6... Fotografía y videografía a solicitud
 - 7... Iluminación
 - 7... Formato de las fotografías
- 8 Videografía**
 - 8... Tipos de coberturas
 - 8... Aspectos técnicos
 - 8... Planos y movimientos de cámara
 - 9... Uso de trípode
 - 9... Iluminación
 - 9... Entrevista
 - 9... Grabación de audio
 - 10... Fotografía y videografía con teléfono móvil
 - 10... Fotografía móvil
 - 14... Sugerencias para video móvil
 - 15... Tipos de tomas para fotografías y video

Índice del Manual de Estilo para
productos Visuales y Audiovisuales,
Julio 2019.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	MAYO				JUNIO				JULIO			
SEMANA												
Elaboración y diseño de afiches												
Colocación de afiches												
Realización de entrevistas para redacción del manual de estilo												
Redacción de manual de estilo.												
Planificación de taller sobre fotografía												
Ejecución de taller de fotografía												
Entrega del Manual de estilo												
Elaboración del informe final de ejecución												
Entrega del informe final de ejecución												

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Material Impreso (Afiches)	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Se creó una campaña de expectación, para generar identidad en el área de producción con materiales impresos, para introducir el proyecto de reforzamiento de la imagen institucional.</p>	<p>Los afiches realizados fueron vistos por el 100% del personal de la Dirección de Comunicación Social, además alcanzaron a los demás empleados de la Secretaría Ejecutiva de la Conred, por la posición estratégica en donde fueron colocados los afiches.</p>	<p>Los afiches realizados constituyen una manera más gráfica es más digerible, llamativa y eficaz para crear expectación con respecto al proyecto, al igual que se crea identidad con los mensajes expuestos esto en el área de producción y demás personal que realiza fotografías y videos.</p>

Estrategia	Taller y capacitación sobre fotografía básica, avanzada, fotografía y videografía móvil.	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Se brindó información sobre fotografía básica y avanzada al personal de producción,</p> <p>El impartir el conocimiento de fotografía al personal del área de producción, la Dirección de Comunicación Social y delegados de la Conred, para crear homogeneidad en los productos que se crean por dicho personal.</p>	<p>El taller y capacitación sobre fotografía, participaron el 100% del personal de la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de la Conred.</p> <p>También participó el 100% de los delegados de la región 1 pertenecientes a los municipios de la ciudad de Guatemala.</p>	<p>El taller y capacitación sobre fotografía, constituyen una manera eficaz de llevar información este caso para aprender a realizar fotografías y videos de una manera más profesional, eficaz con consejos y recomendaciones a seguir en situaciones determinadas.</p> <p>Al resolver dudas en el momento se evita que los mensajes transmitidos no cumplan con su objetivo.</p> <p>También se cumple con el objetivo de reforzar la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Conred.</p>

Estrategia	Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Se elaboró un Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales en el cual se establecieron directrices de la fotografía, clips de videos, y tipo de coberturas que se utilizan en el área de producción de la Dirección de Comunicación Social, con el fin de crear homogeneidad en dichos productos a nivel institucional.</p>	<p>El Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales fue distribuido al 100% del personal de la Dirección de Comunicación, también al 100% del personal de producción y al 100% de los delegados de la región 1.</p>	<p>El Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales representa una manera eficaz y accesible para conocer el tipo de fotografía a su vez para establecer qué tipo de fotografía se crea en la Dirección de Comunicación Social, también es una herramienta para que los delegados de la institución se puedan referir a hora de crear fotografías y clips de video. Además el manual queda como base para los delegados a nivel nacional y para el nuevo personal de la Dirección de Comunicación Social.</p>

CONCLUSIONES

El taller y capacitación sobre fotografía básica, avanzada, fotografía y videografía móvil implementado para reforzar la imagen institucional en la Dirección de comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –SE-Conred, ha creado interés en el conocimiento sobre fotografía y videografía por parte de los delegados de Conred de la región 1, personal de producción y personal de la Dirección de Comunicación Social.

La implementación del Manual de Estilo de Productos visuales y Audiovisuales en la Dirección de Comunicación, establece las bases del tipo de fotografía que se crear en la institución a su vez, sirve como guía para el nuevo personal y guía de fotografía y videografía básica para los delegados de Conred a nivel nacional para la creación de sus mensajes visuales.

El reforzamiento de la imagen institucional la de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –SE-Conred, constituyó un medio fundamental por medio de acciones comunicacionales que buscan crean homogeneidad en los productos que se crean, evitando errores técnicos que pueden perjudicar la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Conred.

La difusión del Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales por correo electrónico para el personal de la dirección de Comunicación, área de producción y delegados de la región 1, integró un medio fundamental para establecer bases y crear un medio para adquirir conocimiento básico sobre visuales y audiovisuales.

RECOMENDACIONES

Fomentar las capacitaciones sobre fotografía y videografía para los delegados a nivel nacional, por medio de cursos, capacitaciones, charlas y talleres sobre el tema, para mantener una homogeneidad en sus productos visuales y audiovisuales

Incentivar al personal de la Dirección de Comunicación Social, a adquirir conocimiento sobre fotografía básica y al personal del área de producción a seguir adquiriendo conocimiento sobre fotografía y videografía avanzada.

Difundir el Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales a los delegados en cada uno de los departamentos y municipios del país para que sirva de guía para realizar fotografías y clips de videos con un estilo institucional y evitar que caigan en errores técnicos.

Cuidar los filtros en los cuales se aprueba el material visual y audiovisual para su publicación para evitar que este material contenga errores técnicos que cree ruidos comunicacionales y pueda exponer deficiencias en la imagen institucional de la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres. –SE-Conred.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Afiches: Impreso, generalmente en el cual se emplea para fines informativos, se fija en paredes y lugares públicos.

Alianzas: Pacto o unión entre personas, grupos sociales o estados para lograr un fin común

Área Geográfica: Espacio en que se produce determinado fenómeno o que se distingue por ciertos caracteres geográficos.

Audiovisual: Que se basa en la utilización conjunta del oído y de la vista, mediante imágenes y sonidos grabados, en especial para elaborar material didáctico o informativo.

Automatización: Conversión de un movimiento corporal o de un acto mental en un acto automático o involuntario.

Beneficiarios: Persona, cosa que obtiene beneficio o provecho de determinada cosa.

Clips de video: Es un cortometraje, compuesto por secuencias breves, en las cuales se transmite un mensaje.

Colaboradores internos: Persona que trabaja con otras en la realización de una tarea común en una institución.

Comunicación Social: interdisciplinaria: abarca nociones de la antropología, la sociología, la filosofía, la psicología y el periodismo, entre otros campos del saber.

CONE: Comité Nacional de Emergencias.

Conred: Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres.

Cualitativo: Orientado a revelar cuáles son las características de alguna cosa. De este modo, lo cualitativo se centra en la calidad.

Delegados: Representante de la -SE- Conred, en un departamento o municipio determinado.

Diagnóstico: Que sirve para reconocer, indagar alguna problemática o deficiencia.

Diagramación: Realización del diagrama de las páginas de un libro, revista o periódico.

Estrategias de comunicación: herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales.

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

Fotoperiodista: Persona que tiene como objetivo representar y comunicar a través de fotografías.

Imagen institucional: se refiere a cómo se percibe una compañía.

Manual de Estilo: es una guía compuesta por un conjunto de criterios preceptuados, por normas para el uso general.

Medios de difusión: Son medios unidireccionales que se complementan con las tecnologías de comunicación- información.

Producción: Fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo.

Resiliencia: En psicología, capacidad que tiene una persona para superar circunstancias traumáticas como la muerte de un ser querido, un accidente.

Ruidos comunicacionales: Cualquier interferencia que no haga posible el proceso de comunicación.

Videografía: Procedimiento de telecomunicación que permite la visualización de imágenes alfanuméricas y gráficas en una pantalla.

Visual: Del sentido de la vista o relacionado con él.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* . Colombia: Pearson Educación.
- Cervera, R. C. (2013). *Métodos y técnicas de investigación internacional*. Madrid :
Universidad complutense de Madrid.
- Ejecutiva-, C.-S. (2014). *ACUERDO NÚMERO SE.I 6.2014*. Guatemala .
- LEY 109-96, C. (s.f.). *Ley y Reglamento de CONRED*.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- A., B. J. (2004). *Trastornos de la comunicación. Una aproximación interpersonal*.
Santander.
- Agüero, D. C. (2011). *La comunicación interpersonal: Barreras en la comunicación*
Mexico : Editorial Universitaria. MX.
- Amayuela, C. y. ((2005)). *Docencia universitaria y comunicación educativa*. Revista digital
de educación y nuevas tecnologías.
- García, E. V. (2011). *GÉNEROS FOTOGRÁFICOS*. México: Universitaria.
- Leonor Solis, M. M. (2016). *Manual básico de video para la comunicación*. Ciudad de
México: Universidad Nacional Autónoma de México.

EGRAFÍA

CONRED. (26 de 01 de 2019). Obtenido de https://conred.gob.gt/site/informacion_publica/DirectorioDependenciasSE_CONRED.pdf

Conred. (5 de 2 de 2019). *Conred*. Obtenido de <https://conred.gob.gt/site/Quienes-Somos#misi%C3%B3n--visi%C3%B3n-y-valores>

CONRED, S. E. (26 de 01 de 2019). *Conred.gob.gt*. Obtenido de Conred: <https://conred.gob.gt/site/Quienes-Somos>

ANEXOS

Trascripción completa de las entrevistas

Dirección de comunicación social

¿Cuál es su nombre y puesto?

David de León, Director de comunicación

¿Cuántas personas integran el departamento?

Dos personas

¿Qué función tiene el departamento?

Es el encargado de generar estrategias de comunicación, acercamientos con diferentes unidades de comunicación de otras instituciones todo vinculado al tema de generar información e impulsar el trabajo de gestión integral de riesgo informar.

¿Cuáles cree que son los retos en esta área?

Uno de los más importantes es el seguir fomentando la cultura de prevención en Guatemala, otro punto es cómo atacar la desinformación que existen en diferentes espacios, como por ejemplo en las redes sociales.

¿Importancia de trabajo en equipo?

Es vital debido a que el trabajo no depende de una sola área si no de muchas, la dirección de comunicación social es indispensable a lo interno se refleja cuando se trabaja bien.

Subdirección de comunicación social

¿Cuál es su nombre y puesto?

Nidia Solaris, subdirector de comunicación social.

¿Cuántas personas integran el departamento?

Dos personas

¿Qué función tiene el departamento diferente al director?

Básicamente es operatoria todas las funciones de las áreas del departamento de comunicación, para que puedan ser presentados a las altas autoridades y puedan ser aprobados y poder publicarlos para públicos internos como públicos externos de la institución

¿Cuáles cree que son los retos en esta área?

El mayor reto es lograr una comunicación interna adecuada para que los procesos y productos que se vayan a mostrar comuniquen lo que deben comunicar, un departamento requiere del otro, hacer que eso suceda es nuestro mayor reto.

¿Importancia de trabajo en equipo?

La comunicación organizacional es vital para lograr alcanzar metas no solo de un equipo pequeño como nosotros que somos solo 15 si no metas de toda la institución en sus planes estratégicos.

Información y prensa

¿Cuál es su nombre y su puesto?

Julio Rafael Sánchez, encargado de prensa y información

¿A qué área pertenece?

Información y Prensa

¿Cómo está conformada el área información y prensa?

Redes sociales, Conred Radio y Monitoreo de Medios.

¿Cuál es el objetivo de dicha área?

Informar a la población con respecto a las actividades de la institución y boletines

¿Cuántas personas laboran en esta área?

4 personas, una en la radio, otra en monitoreo de medios, otro en redes sociales y el último de boletines y notas de prensa y atención a medios de comunicación

¿Cree que se necesita adquirir capacidades para transmitir información que contenga tecnicismos?

Claro, tenemos que darle un enfoque técnico preventivo, se tiene que tener el conocimiento.

¿Existe una guía para que los trabajadores de esta área sepan los tecnicismos y los puedan transmitir información?

Primero existe un manual creado por la UNESCO, que es a nivel mundial, que enseña sobre lenguajes técnicos en todo lo que es gestión de riesgos, luego está el manual de periodistas para la gestión del riesgo de desastres, por parte de Conred.

Producción

¿Cuál es su nombre y puesto?

Javier Contreras, encargado de producción

¿Cuántas personas integran el departamento?

4 personas laboran, tres personas que se dedican a producción y una más que está en fotocopiado y apoya en los montajes.

¿Qué función tiene el departamento?

Esta área está conformada de producción y fotocopiado, y lo que se hace es dar cobertura a las actividades y eventos que tiene Conred, tanto documentación de fotografía y con video, para que quede un registro de las actividades que se realizan y con el mismo material poder informar a la población y videografía, fotografía, edición de fotografía, edición de video y animaciones.

¿Cuál es el flujo para general material comunicacional?

Existe una agenda que la tiene las autoridades, ellos mandan las orden, nosotros lo administramos y lo ejecutamos ósea depende a la agenda que las autoridades nos asignen.

¿Cómo reciben esta orden porque medio se comunican?

Por medio de Lotus, que es el correo interno de la institución, por grupos de whatsapp y llamadas.

¿Poseen un manual de qué tipo de especificaciones para la fotografía que realizan?

No se posee manual, es un conocimiento empírico y experiencia en el área, lo que se maneja es una fotógrafa periodística, que diga algo, que genere algo y documente lo que está pasando pero manual solo es verbal.

Modelo de entrevista

Modelo 1

Universidad de San Carlos de Guatemala



¿Cuál es su nombre y puesto?

¿Cuántas personas integran el departamento?

¿Qué función tiene el departamento?

¿Cuáles cree que son los retos en esta área?

¿Importancia de trabajo en equipo?

Modelo 2

Universidad de San Carlos de Guatemala



¿Cuál es su nombre y puesto?

¿Cuántas personas integran el departamento?

¿Qué función tiene el departamento diferente al director?

¿Cuáles cree que son los retos en esta área?

¿Importancia de trabajo en equipo?

Modelo 3

Universidad de San Carlos de Guatemala

¿Cuál es su nombre y su puesto?

¿A qué área pertenece?

¿Cómo está conformada el área información y prensa?

¿Cuál es el objetivo de dicha área?

¿Cuántas personas laboran en esta área?

¿Cree que se necesita adquirir capacidades para transmitir información que contenga tecnicismos?

¿Existe una guía para que los trabajadores de esta área sepan los tecnicismos y los puedan transmitir información?



Modelo 4

Universidad de San Carlos de Guatemala

¿Cuál es su nombre y puesto?

¿Cuántas personas integran el departamento?

¿Qué función tiene el departamento?

¿Cuál es el flujo para general material comunicacional?

¿Cómo reciben esta orden porque medio se comunican?

¿Poseen un manual de qué tipo de especificaciones para la fotografía que realizan?



Fotografías

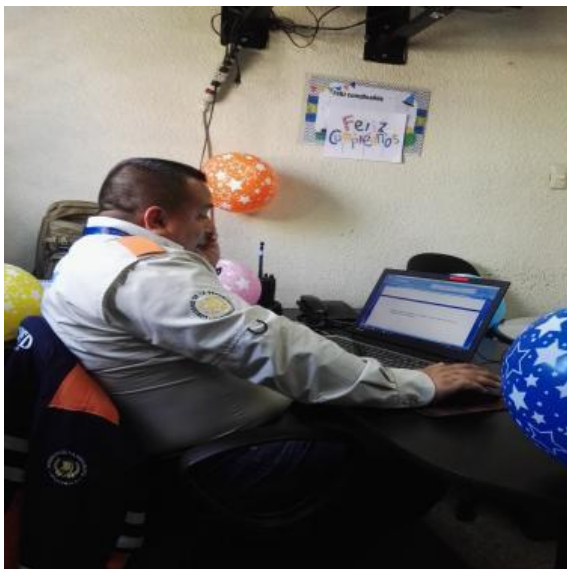
Realización del diagnóstico comunicacional



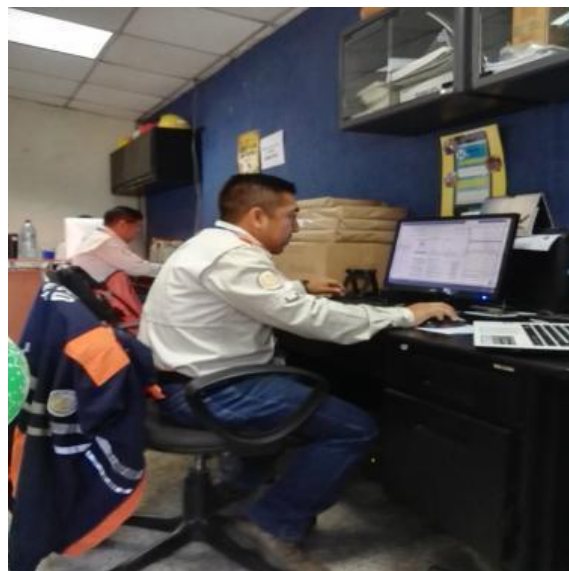
Secretaría Ejecutiva Conred Fuente:
Francisco Román



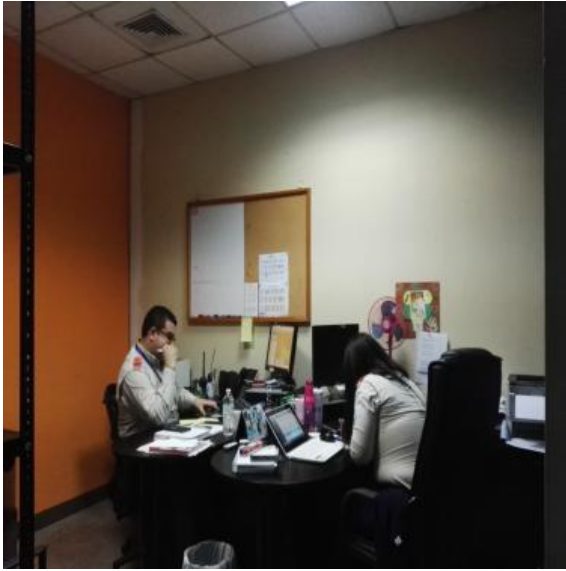
Entrada Departamento de Comunicación
Fuente: Francisco Román



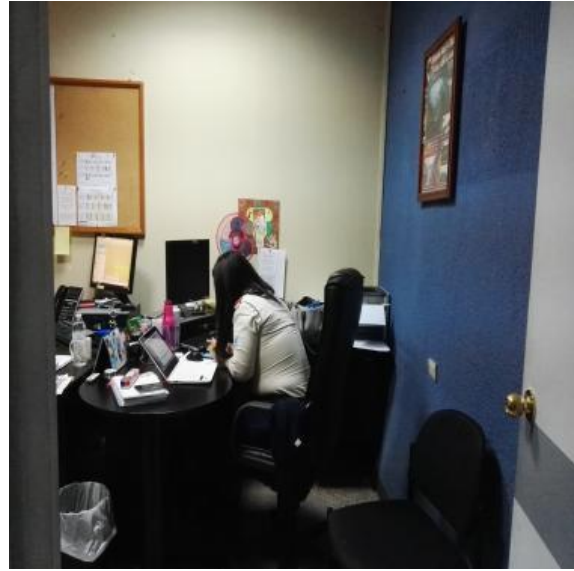
Área de información y prensa Fuente:
Francisco Román



Área de información y prensa Fuente:
Francisco Román



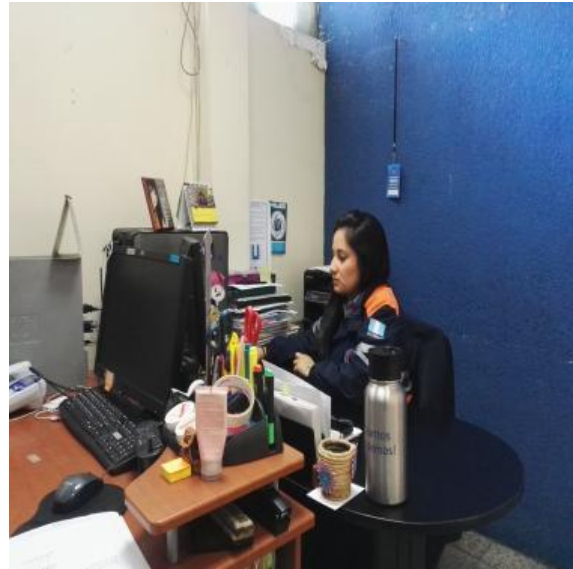
Dirección de comunicación social Fuente: Francisco Román



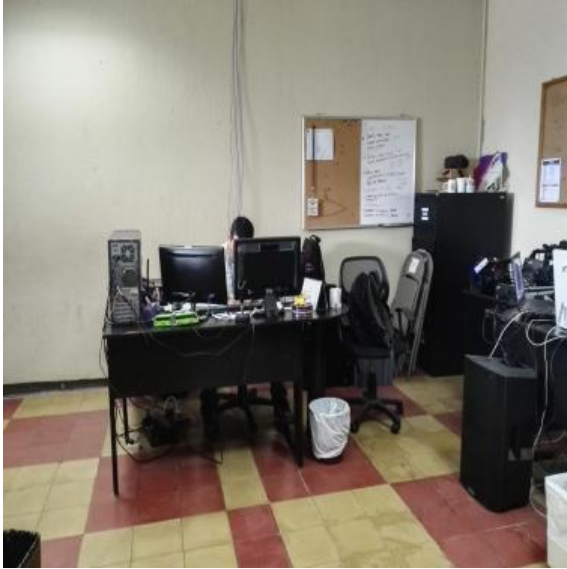
Sub dirección comunicación social Fuente: Francisco Román



Área de diseño Fuente: Francisco Román



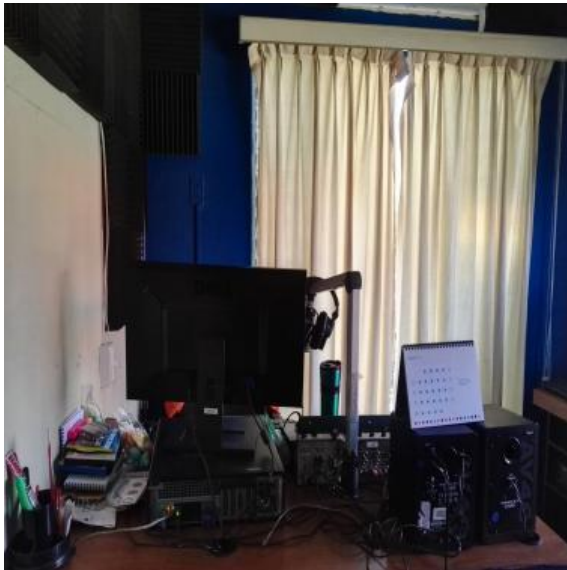
Área de protocolo Fuente: Francisco Román



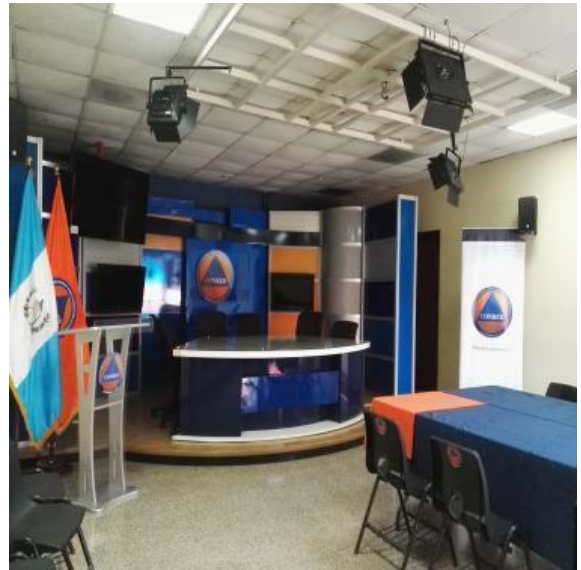
Área de producción Fuente: Francisco Román



Área de producción Fuente: Francisco Román



Conred Radio Fuente: Francisco Román



Sala de prensa Fuente: Francisco Román



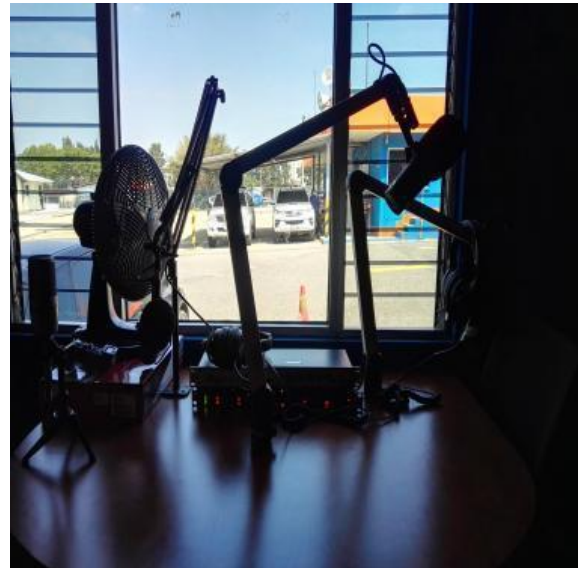
David de León director de comunicación en funciones Fuente: Francisco Román



Javier Contreras jefe del área de producción Fuente: Francisco Román



Personal llenando cuestionarios Fuente: Francisco Román

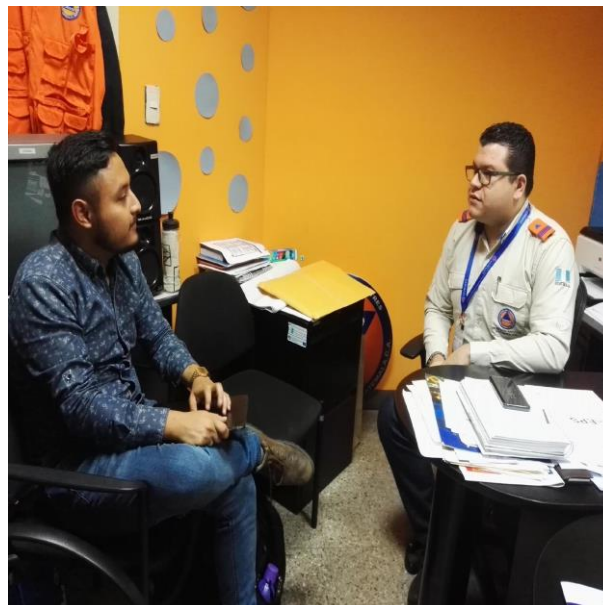


Parte del equipo de Conred Radio Fuente: Francisco Román

Elaboración de plan de comunicación



Planificando capacitación con la sub directora del área de comunicación social de la Secretaria Ejecutiva de Conred



Reunión con el Director de Comunicación Social, para planificación de acciones.



Planificación del manual de estilo del área de producción con Javier Contreras



Asesoría comunicacional con el Licenciado Josué Andrade

Ejecución de estrategias



Elaboración de fotografías para el manual de Estilo, sala de prensa. Julio 2019.



Evaluación de práctica por Licenciado Josué Andrade. Julio 2019.

Manual de Estilo de Productos Visuales y Audiovisuales



MANUAL DE ESTILO PARA PRODUCTOS VISUALES Y AUDIOVISUALES

ÍNDICE

- Introducción
- Objetivos
- Actores vinculantes
- 5 Fotografía**
 - 5... Fotografía periodística
 - 5... Tipos de coberturas
 - 5... Eventos internos
 - 6... Eventos RED (Riesgo, emergencia o desastre)
 - 6... Fotografía y videografía a solicitud
 - 7... Iluminación
 - 7... Formato de las fotografías
- 8 Videografía**
 - 8... Tipos de coberturas
 - 8... Aspectos técnicos
 - 8... Planos y movimientos de cámara
 - 9... Uso de trípode
 - 9... Iluminación
 - 9... Entrevista
 - 9... Grabación de audio
 - 10... Fotografía y videografía con teléfono móvil
 - 10... Fotografía móvil
 - 14... Sugerencias para video móvil
 - 15... Tipos de tomas para fotografías y video
 - 17... Bibliografía

SIGUENOS EN:
www.conred.gob.gt



Portada e índice Manual de Estilo de Productos Visuales y Audio visuales.



DIRECTORIO

Secretario Ejecutivo, CONRED, Sergio Roberto García Cabañas.
Director de Comunicación Social, CONRED, David De León Villeda
Diagramación y diseño: Edmee Chún
Fotografías: José Francisco Román Monzón.

Realizado por:
José Francisco Román Monzón, junio 2019



¡Prevenir para vivir!

SIGUENOS EN:
www.conred.gob.gt



Directorio y última página interna del Manual de Estilo de Productos Visuales y Audio visuales.

Cotización impresiones de afiches



IMPRESA Y LITOGRAFÍA
ALLAN COLOR

9a. Avenida 6-52, Zona 3
 Mixco, Guatemala

COTIZACIÓN

CLIENTE: José Francisco Román Monzón
 NIT: 10154763-3
 DIRECCIÓN: 3a. Calle "C" 30-35 Residenciales Galilea, Zona 18

Cotización No.: 2019-121
 Teléfono: 4192-0704
 Fecha: 01-Abr.-19

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
6	Afiches de 7x11 Pulgadas impresos a 1 color	Q 10.00	Q 60.00
Sesenta quetzales exactos			Q 60.00

Exento de impuestos
 Precios sujetos a cambios sin previo aviso