



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Diseño de manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal del departamento de arte y diagramación del Periódico **al día**.

Guatemala, Guatemala, 2015.

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Guatemala, C.A.

#### **Elaborado por:**

Luis Diego Castañeda Ochoa  
11003921

Para optar al título de:

#### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, julio de 2015

**Título del proyecto:**

Diseño de manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal del departamento de arte y diagramación del Periódico **al día**.

Guatemala, Guatemala, 2015.

Luis Diego Castañeda Ochoa

Universidad Galileo, Guatemala

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, julio de 2015

# **AUTORIDADES**

## **Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

## **Vicerrectora General**

Dra. Mayra de Ramírez.

## **Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

## **Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza.

## **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

## **Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto M. Sc.

Guatemala 22 de abril de 2015

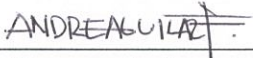
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE MANUAL DE REFERENCIA DIGITAL DE INFOGRAFÍA DEPORTIVA PARA CAPACITAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ARTE Y DIAGRAMACIÓN DEL PERIÓDICO AL DÍA. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo solicito que la Licda. Carmen Andrea Aguilar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
Luis Diego Castañeda Ochoa  
11003921

  
\_\_\_\_\_  
Licda. Carmen Andrea Aguilar  
Asesora



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 12 de mayo de 2015

**Señor:**  
**Luis Diego Castañeda Ochoa**  
**Presente**

Estimado Señor Castañeda:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE REFERENCIA DIGITAL DE INFOGRAFÍA DEPORTIVA PARA CAPACITAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ARTE Y DIAGRAMACIÓN DEL PERIÓDICO AL DÍA. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Carmen Andrea Aguilar, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 24 de noviembre de 2015

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE REFERENCIA DIGITAL DE INFOGRAFÍA DEPORTIVA PARA CAPACITAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ARTE Y DIAGRAMACIÓN DEL PERIÓDICO AL DÍA. GUATEMALA, GUATEMALA 2015**. Presentado por el estudiante: Luis Diego Castañeda Ochoa, con número de carné: *11003921*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

ANDREA AGUILAR

**Licda. Carmen Andrea Aguilar**  
**Asesora**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 30 de noviembre de 2015

Señor  
**Luis Diego Castañeda Ochoa**  
Presente

Estimado Señor Castañeda:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 8 de febrero de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MANUAL DE REFERENCIA DIGITAL DE INFOGRAFÍA DEPORTIVA PARA CAPACITAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ARTE Y DIAGRAMACIÓN DEL PERIODICO al día. GUATEMALA, GUATEMALA, 2015***, del estudiante Luis Diego Castañeda Ochoa, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

  
Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de febrero de 2017

**Señor:**  
**Luis Diego Castañeda Ochoa**  
**Presente**

Estimado Señor Castañeda:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE REFERENCIA DIGITAL DE INFOGRAFÍA DEPORTIVA PARA CAPACITAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ARTE Y DIAGRAMACIÓN DEL PERIÓDICO AL DÍA. GUATEMALA, GUATEMALA 2015**. Presentado por el estudiante: Luis Diego Castañeda Ochoa, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**

**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Resumen**

A la Corporación de Noticias S.A. le hace falta un manual de referencia digital de infografía deportiva, que capacite a los diseñadores del departamento de arte y diagramación del Periódico **al día** en la producción de infografías para la sección de deportes, y así generen mas interés de parte de los lectores hacia el periódico, al recibir un producto de calidad, excelencia y exclusividad.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo:

Diseñar un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal del departamento de arte y diagramación del Periódico **al día**.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por ocho de los diseñadores de la sección de arte y diagramación del Periódico **al día**, del cliente y seis expertos en las áreas de comunicación, diseño gráfico e infografía, con años de experiencia en el área que respaldan su trabajo. El resultado obtenido fue que se diseñó un manual de referencia digital de infografía deportiva en el que se capacitará al personal del departamento de arte y diagramación en la elaboración de infografía deportiva del Periódico **al día**, de Corporación de Noticias S.A. Se recomendó implementar el manual de referencia digital de infografía deportiva, para ello debe incluirse una copia digital en todas las computadoras del personal de la sección de arte y diagramación, para que cumpla su propósito de capacitarlos en la elaboración de infografía.

**Para efectos legales únicamente el autor es responsable  
del contenido de este proyecto.**

## **Índice.**

### **Capítulo I:**

1.1. Introducción.....	pág. 1
------------------------	--------

### **Capítulo II: Problemática.**

2.1 Contexto .....	pág. 3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño. ....	pág. 4
2.3 Justificación .....	pág. 4
2.3.1 Magnitud. ....	pág. 4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	pág. 7
2.3.3 Trascendencia .....	pág. 7
2.3.4 Factibilidad .....	pág. 7
2.3.4.1 Recursos Humanos .....	pág. 8
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	pág. 8
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	pág. 8
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos .....	pág. 8

### **Capítulo III: Objetivos de diseño.**

3.1. Objetivo general .....	pág. 9
3.2. Objetivos específicos .....	pág. 9

### **Capítulo IV: Marco de referencia.**

4.1 Información general del cliente. ....	pág. 10
---	---------

### **Capítulo V: Definición del grupo objetivo.**

5.1 Perfil geográfico. ....	pág. 20
5.2 Perfil demográfico .....	pág. 20
5.3 Perfil psicográfico .....	pág. 21

5.4 Perfil conductual. ....	pág. 21
-----------------------------	---------

## **Capítulo VI: Marco teórico.**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	pág. 22
--	---------

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.	pág. 24
---	---------

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias. ....	pág. 31
---	---------

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.**

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico .....	pág. 38
---	---------

7.2 Conceptualización.....	pág. 44
----------------------------	---------

7.2.1 Método.....	pág. 44
-------------------	---------

7.2.2 Definición del concepto. ....	pág. 46
-------------------------------------	---------

7.3 Bocetaje.....	pág. 47
-------------------	---------

7.4 Propuesta preliminar .....	pág. 59
--------------------------------	---------

## **Capítulo VIII: Validación técnica.**

8.1 Población y muestreo.....	pág. 72
-------------------------------	---------

8.2 Método e Instrumentos.....	pág. 73
--------------------------------	---------

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	pág. 78
--	---------

8.4 Cambios en base a los resultados.....	pág. 95
---	---------

## **Capítulo IX**

9. Propuesta grafica final.....	pág. 99
---------------------------------	---------

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración.....	pág. 115
---	----------

10.2 Plan de costos de producción.....	pág. 116
--	----------

10.3 Plan de costos de reproducción.....	pág. 116
--	----------

10.4 Plan de costos de distribución.....	pág. 116
10.5 Cuadro resumen.....	pág. 117
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones</b>	
11.1 Conclusiones.....	pág. 118
11.2 Recomendaciones.....	pág. 119
<b>Capítulo XII</b>	
12 Conocimiento general.....	pág. 120
<b>Capítulo XIII</b>	
Referencias.....	pág. 123
<b>Capítulo XIV</b>	
Anexos.....	pág. 128

# Capítulo I

## **Capítulo I:**

### **1.1. Introducción.**

Corporación de Noticias S.A. es una organización de medios de comunicación escrita que distribuye dos periódicos, Siglo.21 y **al día**, con mas de veinte años de experiencia en el mercado. Su enfoque primordial es informar y entretener a los lectores de sus productos.

Cuenta con distintas áreas para la elaboración de los ejemplares a publicar diariamente para su venta en toda Guatemala. La sala de redacción se divide en cinco departamentos: Fotografía, Arte y Diagramación, Edición Gráfica y Periodismo (Nacionales, Escena y Vida, Departamentales) y Deportes.

Luego de analizar el modo operativo del departamento de arte y diagramación, se propone la implementación y creación de un manual de referencia digital de infografía deportiva, que capacite a los diseñadores para desarrollar el material dentro de la empresa, y evitar gastos innecesarios al comprar los artes finales en internet y perder la exclusividad de los mismos al ser publicados por otros medios.

El respaldo de diferentes ciencias, teorías y tendencias para la creación de este manual de referencia digital de infografía deportiva, es clave. Entre ellas se encuentra la semiología, la andragogía, la comunicación, la psicología, la teoría del color, entre otras, que justifican cada elemento utilizado dentro del manual de referencia digital de infografía deportiva.

Para la validación del proyecto se recolecta información de tres grupos poblacionales por medio de una encuesta cuanti y cualitativa dentro de los que se encuentran: Cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación, diseño e



infografía. Los resultados de las encuestas realizadas demuestra la necesidad de crear un manual de referencia digital de infografía deportiva, para mejorar la calidad de los productos del periódico y ayudar a que la Corporación de Noticias S.A. ahorre en la compra de materiales gráficos por internet y aprovechar al máximo la capacidad de los diseñadores.

# Capítulo II

## **Capítulo II:**

### **2. Problemática.**

Corporación de Noticias S.A. es una organización de medios de comunicación escrita que cuenta con 2 periódicos, Siglo.21 y **al día**. Se detectó la problemática en el departamento de arte y diagramación, y en la sección de deportes del periódico **al día**, en los que sólo una persona realiza los artes para infografía de todo el periódico y no se da abasto. Es por ello que es necesario capacitar a las demás personas de estos departamentos para que apoyen en la elaboración de infografías en la sección deportiva.

#### **2.1 Contexto.**

Corporación de Noticias S.A. empresa dedicada a distribuir 2 periódicos, Siglo.21 y **al día**, en los que se cuenta con distintas áreas para la elaboración de los ejemplares a publicar diariamente para su venta en toda Guatemala, la sala de redacción se divide en 5 departamentos: Fotografía, Arte y Diagramación, Edición Gráfica y Periodismo (Nacionales, Escena y Vida, Departamentales) y Deportes.

Al realizar el proyecto de EPS, se detectó la problemática en el departamento de arte y diagramación, y en la sección de deportes del periódico al día, en estos departamentos se encarga una persona de realizar los artes para infografía de todo el periódico y en cuanto a la sección deportiva, solamente una persona organiza y planifica el contenido. Es por ello que se necesita capacitar a las demás personas de estos departamentos para que apoyen en la elaboración de infografía en la sección deportiva. Actualmente la poca eficiencia y conocimiento acerca de la elaboración de infografías es limitada, ya que el material que se publica es descargado de agencias que han diseñado previamente los artes.

Esto también ha provocado que se desperdicie el recurso humano con el que se cuenta, por lo que se plantea como solución a la problemática la elaboración de un manual de referencia digital de infografía deportiva para que ayude a establecer y sea referencial al estilo gráfico de la sección, para capacitar al personal del departamento de arte y diagramación del periódico al día en el desarrollo de infografía deportiva.

## **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.**

El Periódico al día no cuenta con un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal del departamento de Arte y Diagramación.

## **2.3 Justificación.**

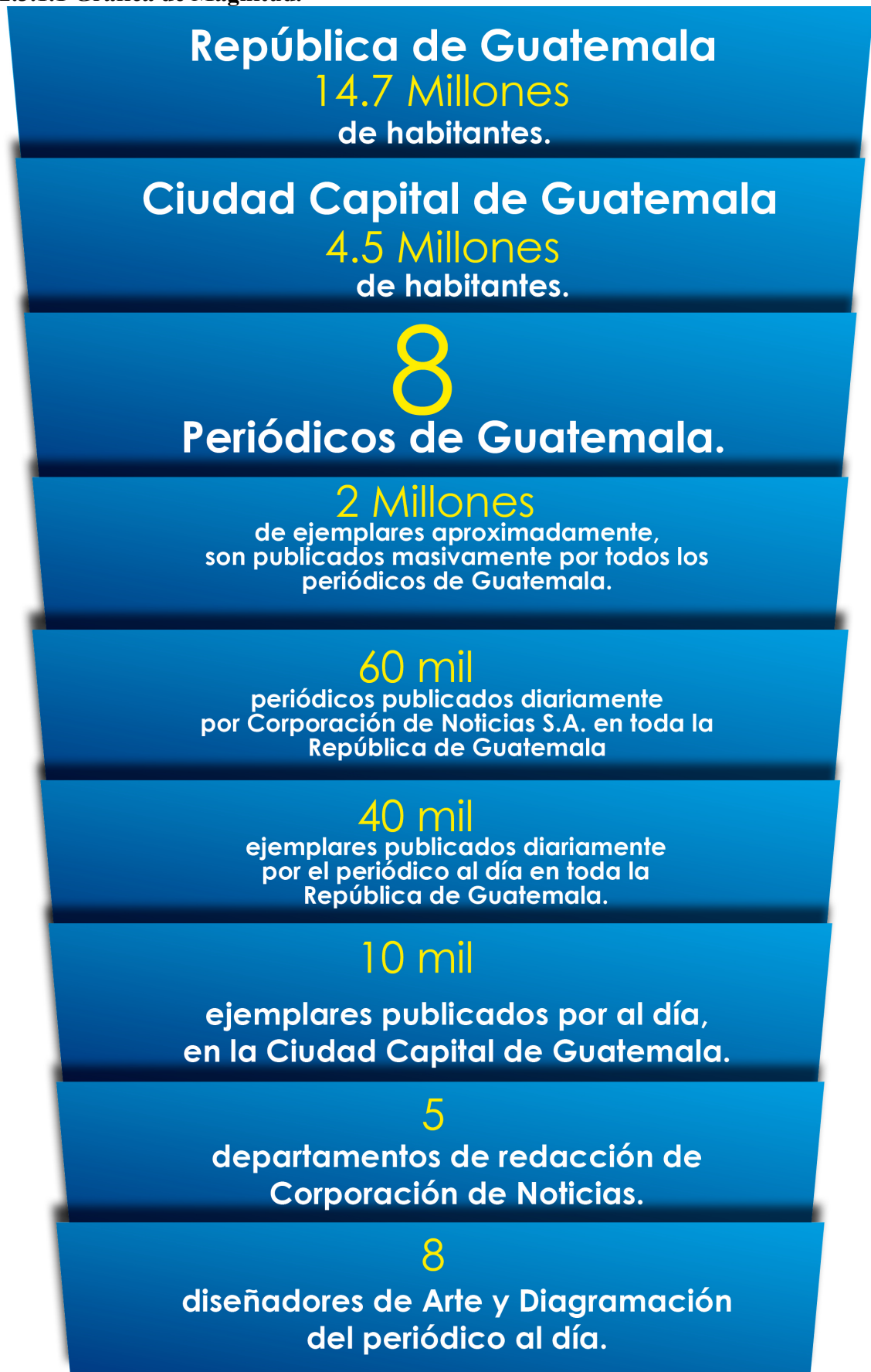
Para sustentar de las razones por las cuales que consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: magnitud; trascendencia; vulnerabilidad; y factibilidad.

### **2.3.1 Magnitud.**

Según los datos proporcionados por Corporación de Noticias S.A. de su último censo, el proyecto se llevará a cabo en la República de Guatemala, en la que habitan aproximadamente 14.7 millones de guatemaltecos. En la Ciudad Capital de Guatemala se encuentran 4.5 millones de personas, en donde son publicados 6 periódicos de distintos medios de comunicación como: **al día**, Siglo.21, El Periódico, Prensa libre, Nuestro Diario, La Hora, Diario de Centro América y Publinews, estos medios publican diariamente un aproximado de 2 millones de ejemplares. Corporación de Noticias publica a nivel nacional un aproximado de 60 mil ejemplares entre al día y siglo.21, de los que 40 mil ejemplares son publicados por el periódico al día y de esos, 10 mil periódicos son publicados para

la Ciudad Capital. El periódico al día cuenta con cinco departamentos de trabajo de redacción, dentro de estos se encuentra el departamento de Arte y Diagramación de Corporación de Noticias, S.A. donde trabajan ocho diseñadores gráficos. El proyecto llegará aproximadamente a 10 mil lectores de al día en la Ciudad Capital de Guatemala.

### 2.3.1.1 Gráfica de Magnitud.



### **2.3.2 Vulnerabilidad.**

Actualmente el personal de la sección de deportes del periódico al día tiene la facilidad de descargar a través de internet infografías deportivas previamente diseñadas por alguien más, esto provoca desinterés y falta de iniciativa por diseñar infografías propias para este medio. También se desperdicia el recurso humano que la empresa ya posee en el departamento de Arte y Diagramación, por la mala organización del tiempo y la falta de capacitación del personal, al descargar de la web los diseños se corre el riesgo de que otros medios de comunicación tengan acceso al mismo producto por medio de la web de agencias internacionales y que otro periódico publique exactamente lo mismo, por lo que se entregan productos similares a los lectores y genera poca exclusividad de contenido.

### **2.3.3 Trascendencia**

Con la intervención del manual digital para el desarrollo de infografías deportivas y la planeación de su elaboración, la problemática puede ser disminuida, ya que se podrá llegar a más de 10 mil personas que viven en la Ciudad Capital de Guatemala con un producto informativo de calidad y exclusividad en el área donde más interés se genera en la población: los deportes. Así como también se capacitará al departamento de Arte y Diagramación de Corporación de Noticias S.A. para mejorar su calidad de trabajo y se pueda aprovechar el recurso humano, también se reducirán costos al evitar la compra de infografías en la web.

### **2.3.4 Factibilidad**

Para la realización de este proyecto se necesitan recursos humanos, diseñadores que estén en la sección de deportes del periódico, que la organización le brinde tanto a periodistas como a diseñadores el acceso a información y

recursos gráficos, como fotografías e investigaciones propias, y computadoras Apple, sistema Macintosh, con la licencia para la utilización de la Librería Adobe, (Photoshop, Ilustrador, Indesign) principalmente, estos recursos hacen posible y realizable este proyecto.

**2.3.4.1 Recursos Humanos:** La organización cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, y las habilidades para el manejo y funcionamiento de los demás recursos, con lo que se da la posibilidad de desarrollar las funciones a implementar dentro de la sección de deportes de la organización.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales:** Los ejecutivos de la organización autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos:** La organización cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:** Corporación de Noticias S.A. cuenta con equipo de plataforma Macintosh (4 máquinas modernas y actualizadas) y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación, ya que cuenta con la licencia de Adobe para el uso de los programas necesarios de diseño, así como el acceso ilimitado a internet para realizar búsquedas de nuevas tendencias que aporten a la toma de decisiones en la elaboración del manual digital de infografía.



# Capítulo III

## **Capítulo III : Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general.**

Diseñar un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal del departamento de Arte y Diagramación del Periódico al día.

### **3.2 Objetivos específicos:**

3.2.1 Investigar toda la información acerca de la elaboración de manuales de referencia digital para sustentar la realización de este proyecto.

3.2.2 Recopilar información relacionada al desarrollo de infografía deportiva de Corporación de Noticias S.A. para determinar el contenido del manual de referencia digital.

3.2.3 Diagramar la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición para que el contenido sea comprensible y de fácil lectura.

3.2.4 Presentar como ejemplo infografías para facilitar la capacitación del personal en el desarrollo y diseño de infografía deportiva.

# Capítulo IV

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente:**

#### **Brief:**

**Nombre del Cliente:** Corporación de Noticias, S.A.

**Dirección:** 14 avenida 4-33, zona 1, Guatemala.

**Web:** www.sigloxxi.com3

**Contacto:** 24236100

#### **Antecedentes:**

-Historia y evolución comercial de Corporación de Noticias, S.A.:

**Siglo21:** Corporación de Noticias nace con Siglo Veintiuno el 1 de marzo de 1990 con un slogan: " La noticia en blanco y negro". Aunque aquel slogan enmarcaba que el diario era impreso únicamente en negro, en realidad exponía la filosofía de los editores al trasladar la noticia cual fuere, sin ningún compromiso político o comercial, sino más bien social y cívico.

En marzo del 2002 Siglo 21 tiene su relanzamiento con nuevo slogan "Por una nación digna, justa y solidaria".

**al día:** El 15 de Noviembre de 1996 surge la idea de crear un nuevo diario que involucra intereses, sentimientos y aspiraciones de la clase popular, que se identificara con la comunidad, que permitiera la expresión de sectores que hasta ese momento no habían tenido donde hacerlo, es un producto que nace para entretener y educar jóvenes y adultos.

En marzo de 2012 tiene una transformación de imagen, buscando modernizar los productos y manteniendo sus principios fundamentales.

**Oportunidad Identificada:** Elaboración de un manual digital para capacitar al personal en el desarrollo de infografía deportiva en el departamento de arte y diagramación del periódico al día.

**Misión:** Contribuir a formar una nación más digna, justa y solidaria al divulgar responsablemente toda información de interés público.

**Visión:** Ser considerados la fuente de información útil, balanceada, valiente, oportuna y objetiva, producto de un periodismo profesional e independiente, recurso imprescindible de los formadores de opinión.

Ser una empresa responsable y justa que brinda oportunidad de desarrollo a sus colaboradores.

Ser una empresa innovadora, prestigiosa, con espíritu de servicio hacia los lectores y anunciantes, que orienta sus acciones de acuerdo a sus valores periodísticos y empresariales.

Ser una empresa creciente, progresista y rentable, que llena las expectativas del mercado y de los accionistas.

**Delimitación Geográfica:** República de Guatemala.

Grupo Objetivo Periódico al día:

**Factores demográficos:**

**Nivel socioeconómico:** Media, Media baja y baja

**Hábitos:** Consumo y compra

**Género:** Hombre y Mujer.

**Grupos de Ingreso:** guatemaltecos que laboran como Mecánicos, Comedores, Deportistas, Talleres y Choferes.

**Edad:** 20-45 Años.

- **Ocupación del cabeza de familia:** generalmente son padres con subempleos, talleres, choferes, comedores que mantienen a su familia, donde el hombre lleva el sustento a su familia.
- **Tamaño de la familia:** en promedio se compone de 6 miembros: padre, madre y cuatro hijos.
- **Comprador principal:** el mismo usuario final.
- **Características psicográficas:** el consumidor de al día se adapta al tipo personas que trabajan diariamente, les gusta la información amarillista y el morbo, buscan el calendario de la chica para sus lugares de trabajo, les gusta el futbol, y les gusta mantenerse informados.

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Es un producto económicamente accesible e informativo.

**Competencia:**

**Prensa Libre**

Prensa Libre fue fundada el 20 de agosto de 1951 por Pedro Julio García, Álvaro Contreras Vélez, Salvador Girón Collier, Mario Sandoval Figueroa e Isidoro Zarco Alfasa. Desde entonces se ha basado y consolidado como periódico y marca con una premisa sencilla pero ambiciosa: Trabajar por un "periodismo independiente, honrado y digno".

Esta premisa promulga una línea de periodismo para cualquier actividad de este tipo en Guatemala, y es un principio atemporal que guía los esfuerzos de la empresa desde su fundación.

La historia de Prensa Libre está estrechamente ligada a los sucesos y desarrollo de la historia contemporánea del país. Recientemente, Prensa Libre ha buscado a

través de sus contenidos y su difusión nacional, colaborar con el desarrollo del país a través de proyectos educativos, espacios comunitarios y apoyo a actividades deportivas y culturales que extienden las oportunidades de desarrollo a todos los guatemaltecos.

### **Nuestro Diario**

La primera edición de Nuestro Diario salió a las calles el 16 de enero de 1998, dirigido a la población guatemalteca a más de 316,648 mil familias; y sus lectores son hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 13 a 60 años.

Entre sus principales características están:

- Medios escritos de comunicación masiva que revolucionan cifras de circulación a nivel local
- Impactan severamente la lectura.
- No son del estilo amarillista y vulgar.
- Son los de mayor calidad entre los diarios populares, pero los más populares entre los de calidad.
- Más livianos que los convencionales pero igualmente comprometidos con la verdad.
- Populares en su concepto.
- Velan por sus lectores y tienen un amplio conocimiento de ellos.

### **La Hora**

La Hora es un periódico diario de Guatemala que fue fundado el 19 de junio de 1920 por Clemente Marroquín Rojas. Tiene una tirada diaria de aproximadamente 10 000 ejemplares.

## **El Periódico**

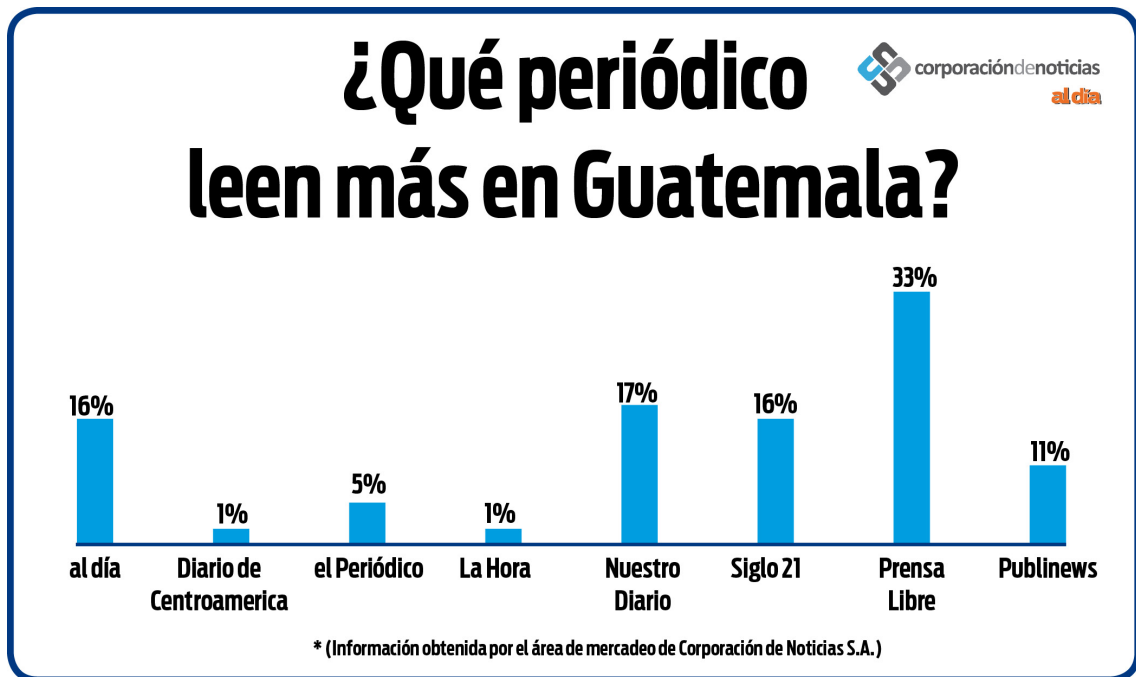
El Periódico es un diario de Guatemala, fundado el 6 de noviembre de 1996 por José Rubén Zamora. Tiene una tirada de aproximadamente 30 000 ejemplares. Plantea distinguirse por su periodismo investigativo, sus columnistas de renombre y su sección de cultura.

## **Diario de Centroamérica**

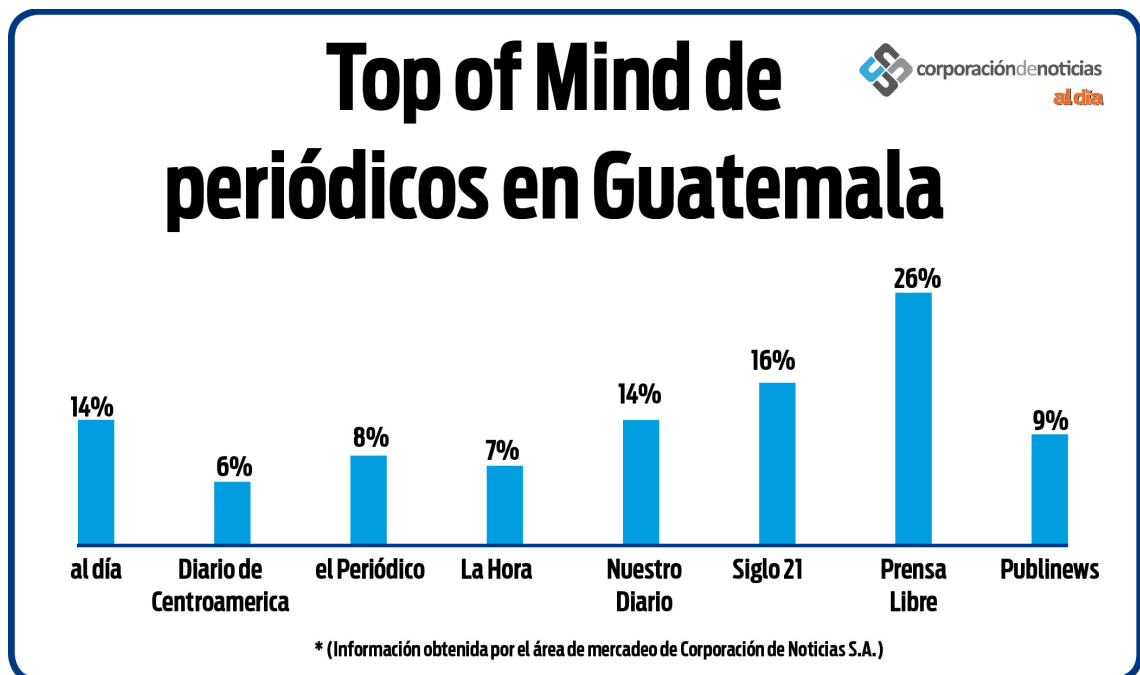
Es órgano editorial, de difusión escrita y de servicios de impresión, que se encarga de emitir información de interés general y publicación de leyes, manteniendo una línea de comunicación abierta entre las Instituciones del Gobierno, la Empresa Privada y la población en general, a través del Diario de Centro América y la edición de obras e impresiones varias, contando con efectividad en la gestión gubernamental, con recurso humano calificado y contribuir al desarrollo del país.



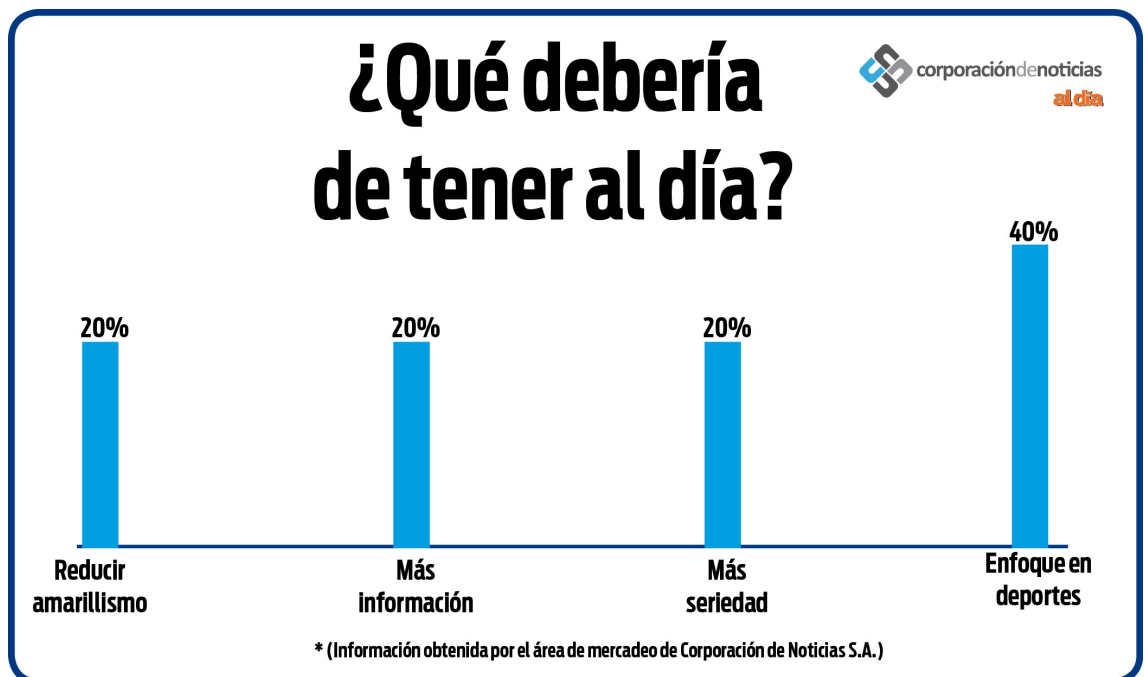
Posicionamiento:



Top Of Mind de Periódicos en Guatemala.



## Factores de diferenciación:



**Objetivo de Mercadeo:** Ser los periódicos más comercializados de Guatemala, y conformar una sociedad de anunciantes para el crecimiento económico de la organización.

**Objetivo de Comunicación:** Publicar responsablemente toda información que sea interés público, al entregar a los consumidores productos y suplementos de calidad y de entretenimiento.

**Mensajes claves a comunicar:** Responsabilidad, credibilidad, interés y entretenimiento.

**Estrategia de comunicación:** Trasladar información verídica, fundamentada y de calidad a los lectores por medio de siglo.21 y al día, con el fin de identificar al público con nuestros productos.

**Reto del diseño y trascendencia:** Persuadir al lector por medio del diseño y la diagramación de los periódicos a interesarse por leer las publicaciones diarias de los periódicos.

**Logotipos:**



**FODA: Corporación de Noticias, S.A.**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trayectoria en el medio</li> <li>• Credibilidad</li> <li>• Única empresa con 2 periódicos</li> <li>• Variedad de productos editoriales</li> <li>• Personal con experiencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de cobertura a nivel nacional.</li> <li>• Implementación de nuevos productos editoriales.</li> <li>• Uso de diferentes plataformas informativas.</li> <li>• Ediciones especiales acorde a las fechas que lo demanden.</li> </ul>

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENANZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca capacitación.</li> <li>• Bajos Salarios</li> <li>• Productos no posicionados en el Top of Mind del consumidor.</li> <li>• No se cuenta con distribución propia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perder personal por mejora salarial de otros medios.</li> <li>• Horarios de trabajo muy desgastantes.</li> <li>• Pocos anunciantes</li> </ul>

## Organigrama de Corporación de Noticias, S.A.:



# Capítulo V

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo:**

El manual digital de infografía deportiva va dirigida a los colaboradores de Corporación de Noticias S.A. con el fin de capacitarlos en el desarrollo de infografías para la sección de deportes, son diseñadores en la sección de Arte y Diagramación del periódico **al día**, la media de edad se encuentra entre los 20 a los 40 años, la mayoría del grupo trabaja y estudia.

### **5.1 Perfil geográfico:**

El proyecto se realizará en el departamento de Guatemala, en el departamento de Arte y Diagramación del periódico **al día**, del edificio de Corporación de Noticias S.A., que se encuentra en la 14 avenida 4-33 zona 1, Ciudad Capital de Guatemala. La ciudad se encuentra localizada en el área sur-centro del país, en donde habita el 21% de la población, aproximadamente 4.5 millones personas. Se encuentra a una altitud de 1,530 metros sobre el nivel del mar y su latitud es: 14° 37'15"N y la longitud 90° 31'36" 0, su extensión territorial es de 2,126 km<sup>2</sup>. El clima en el departamento es templado.

### **5.2 Perfil demográfico:**

Dentro del grupo objetivo se encuentran, desde editores hasta colaboradores en diagramación. Entre sus colaboradores el 70% son hombres y el 30%, mujeres, que tienen un nivel educativo medio y superior, con títulos de diversificado y títulos universitarios. El nivel socioeconómico se manifiesta de la siguiente forma: Editores B, infografistas C1 y C2, diagramadores D1, que rondan entre las edades de 20 a 40 años de edad. (Corporación de Noticias S.A., Guatemala 2014)

### **5.3 Perfil psicográfico:**

Dentro del grupo objetivo, sus comportamientos, hobbies y actividades difieren ya que, a pesar de ser un grupo reducido, ejercen diferentes puestos y se encuentran en distintos niveles socioeconómicos. Dentro de sus similitudes destaca en la mayoría, que en su tiempo libre realizan actividades físicas, como deportes o ejercicios, interés por la lectura y mantenerse actualizados en redes sociales.

### **5.4 Perfil conductual:**

Los colaboradores de al día son personas que se sienten plenamente identificados con la empresa y con el producto que elaboran como grupo de trabajo. Laboran alrededor de siete horas diarias, a excepción de días especiales que necesiten de horas extras; trabajan seis días a la semana con un día de descanso semanal, en las que deben mantener una actitud positiva y proactiva, ser amables y estar concentrados en sus áreas laborales para producir productos con excelencia profesional. Se entregan resultados de calidad al tener en cuenta su experiencia laboral como prioridad. (Corporación de Noticias S.A., Guatemala 2014)



# Capítulo VI

## **Capítulo VI: Marco teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:**

#### 6.1.1 Corporación

También denominada Sociedad Corporativa, es una persona jurídica, constituida por personas físicas para cumplir metas y objetivos determinados. Posee derechos y obligaciones recogidas en la ley, parecidas a una persona natural. Es una entidad comercial establecida de acuerdo al marco legal. (Definición ABC, s.f.)

#### 6.1.2 Medio de Comunicación

Tiene como propósito principal comunicar a través de periódicos, televisión, radio y actualmente redes sociales, según su tipo de ideología pueden especializarse en: informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, entre otros. (Wikipedia, s.f.)

#### 6.1.3 Noticia

Es un texto informativo en forma de relato, en el cual se requiere mostrar con sus propias reglas de construcción y elaboración, un hecho novedoso o no muy común, ocurrido en una comunidad o en determinado ámbito específico. (RAE, s.f.)

#### 6.1.4 Periódico

También conocido como prensa escrita, es el conjunto de publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, que puede ser diaria, y es llamado diario, semanal, denominado semanario, quincenal o quincenario, mensual o mensuario, o anual o anuario. Su función es informar a la población según su región o grupo objetivo, dentro de su contenido debe contener noticias de acontecer actual, también informativas, mundiales y deportivas. (DeConceptos, s.f.)

#### 6.1.5 Periodismo

Es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a algo que ocurre en la actualidad. Buscar fuentes seguras y por tanto verificables para los lectores. (Wikipedia, s.f.)

#### 6.1.6 Periodismo Deportivo

Es una faceta de la información con personalidad propia y una de las especialidades que ofrece mejores posibilidades para emplear y combinar toda una amplia gama en materia de textos, la noticia es presenciada por el periodista y difundida por él, debe ser la más objetiva, a pesar de la mayor o menor carga de subjetividad del periodista al exponer su opinión sobre lo sucedido en la competencia. (Wikipedia, s.f.)

#### 6.1.7 Periodista

Es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, fotografía, radio, televisión o medios digitales y su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. (Definición ABC, s.f.)

#### 6.1.8 Infografista

Es la persona profesional que se dedica a transmitir información a través de herramientas gráficas, utilizando medios gráficos, de modo que consigue explicar muchos aspectos de un tema dentro de un espacio reducido. (Leturia, 1998)

#### 6.1.9 Diagramador

Es la persona profesional que se dedica a darle un orden gráfico y un atractivo visual que invite a la lectura, al Diseño editorial dentro de la maquetación de un periódico, revista, libro, entre otros. (Cumpa, 2002)

#### 6.1.10 Diseñador

Es la persona profesional que ejerce la profesión del diseño. Se desenvuelven según su proceso de diseño, que comienza con la interpretación o detección de un problema o una necesidad a resolver y culmina con la producción de la solución a este problema. (Definición ABC, s.f.)

#### 6.1.11 Comunicador

Es una persona con ideas, intenciones, información y que tiene el objetivo de comunicarse con su entorno social. Su profesión es hacer eficiente la transmisión de un mensaje a un público objetivo a través de un medio de comunicación, también es quien realiza trabajos sociales para informar, expresar y convencer, puede desenvolverse en radio, prensa escrita, o canales de televisión. (Andrade, 2006)

#### 6.1.12 Colaboradores

Personas que realizan una labor con alguna organización para conseguir cumplir metas y objetivos en base a su trabajo y esfuerzo. Tienen la habilidad de formación de nuevo personal, cuentan con cooperativismo gremial, genera estructura dentro de la organización y difunde su conocimiento a los demás, domina varios oficios, es de mucha utilidad para la empresa, ya que se siente identificado con la misma. (DeConceptos, s.f.)

### **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:**

#### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación**

##### 6.2.1.1 Comunicación

Es la acción y el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Es también la interacción social por medio de mensajes. La comunicación

requiere de un emisor que produzca el mensaje y un receptor destinado. (Dra. Martínez, 2012)

#### 6.2.1.1.1 Emisor

Es quien produce y envía un mensaje o cualquier información. (Andrade, 2006)

#### 6.2.1.1.2 Receptor

Es quien o quienes reciben de parte del emisor un mensaje o información. (Andrade, 2006)

#### 6.2.1.1.3 Mensaje

Es un objeto de la comunicación, ya que es la información a través de un medio de comunicación escrita o comunicación auditiva, que se envía por parte del emisor hacia un receptor o varios receptores. (Andrade, 2006)

#### 6.2.1.1.4 Código

Es un conjunto de signos utilizados para codificar el mensaje y volverlo entendible. (Andrade, 2006)

#### 6.2.1.1.5 Signos

Es una construcción social que funciona dentro de un sistema lingüístico y que pone a un elemento en lugar de otro. Se perciben mediante los sentidos, y remite a imaginar otra realidad que no está presente. (Andrade, 2006)

#### 6.2.1.1.6 Canal

Es el medio de transmisión por el que viajan las señales que transportan la información o mensajes de un emisor para el receptor. (Andrade, 2006)

#### 6.2.1.2 Comunicación informativa

Se define como el tipo de comunicación que sabe la manera de cómo decir algo para enterar a una o varias personas sobre un tema o noticia explícita y tengan

noción del mismo, de manera que estén informados sobre un suceso o algún tema, bibliográfico, científico, entre otros. (Dra. Martínez, 2012)

#### 6.2.1.3 Información

Es un conjunto organizado de datos procesados, los cuales constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento de quien recibe dicho mensaje. La información es un sistema de control, en tanto que es la propagación de consignas que deberíamos creer o hacer que creemos. En tal sentido la información es un conjunto organizado de datos capaz de cambiar el estado de conocimiento en el sentido de las consignas transmitidas. (Deleuze Gilles, 1969)

#### 6.2.1.4 Comunicación Visual

Hace referencia al conjunto de elementos gramaticales y sintácticos que operan en cualquier imagen visual, de igual manera se define como un sistema de comunicación que utiliza como medio de expresión las imágenes y transmite mensajes visuales a través de las mismas. (Dra. Martínez, 2012)

### **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño**

#### 6.2.2.1 Diseño

Es la forma en la que se expresa una idea y se definen procesos previos a generarlas de una manera creativa, para la búsqueda de una solución en cualquier campo. El proceso de diseño se comprende como un proceso heurístico, entendiéndolo como una metodología de pensamiento creador e inventor, de aplicación a la resolución de problemas concretos. (Definición.De, s.f.)

#### 6.2.2.2 Diseño Gráfico

Es una profesión la cual busca solucionar determinadas necesidades de comunicación por medio de artes visuales, ya que comunica ideas gráficamente

de manera creativa y ordenada. Concibe, programa, proyecta y realiza comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos claros y determinados. El diseño gráfico posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. (Neuronilla s.f.)

#### 6.2.2.3 Diseño Editorial

Es una rama del diseño gráfico la cual se enfoca en la maquetación, diagramación y creación de estilos gráficos para revistas, libros, periódicos, entre otros. Incluye la realización gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y recepción. (Neuronilla, s.f.)

#### 6.2.2.4 Infografía

Es un medio para transmitir información gráficamente, es también una representación visual de textos, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, las cuales son presentadas de manera gráfica normalmente figurativa. Compuesta de información e ilustraciones que llaman la atención a la lectura de los receptores. Debe parecer un artículo noticioso y responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo, y por quién. Las infografías se pueden categorizar según el objetivo que se persigue en su utilización como recurso o las ventajas que se pretendan obtener, se dividen principalmente en áreas: publicitarias, corporativas, didácticas, informativas, entre otras. Se divide también en categorías como: vectorial, ilustrada, mixta y 3D. (Leturia, 1998)

#### 6.2.2.5 Manual digital

Es la versión virtual de un manual originalmente editado en papel, aunque existen manuales electrónicos que no tienen una edición impresa en origen. Cualquier manual, libro, revista o material gráfico que pueda encontrarse en internet y pueda transportarse por medio de USB o CD-ROM es considerado y reconocido como formato digital. (Definición ABC, s.f.)

#### 6.2.2.6 Manual de referencia

Es un instrumento administrativo que contiene lo esencial, básico y elemental de algún tema determinado de manera ejemplificada. Incluye la descripción de las actividades que deben ser realizadas, en ello se incluye información y ejemplos de cómo realizar las labores para que no existan complicaciones en el desarrollo eficiente de las mismas. Contribuye al funcionamiento de excelencia de una empresa, contiene instrucciones consideradas necesarias para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución. (Definición ABC s.f.)

#### 6.2.2.7 Diagramación

También conocida como maquetación, es parte del diseño editorial, y su función es la distribución proporcional a los espacios de un texto, colocación de imágenes, y estilos gráficos dentro de un diseño, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales como multimedia. La diagramación se desarrolla en medios impresos y electrónicos, como libros, periódicos y revistas. (Cumpa, 2002)

#### 6.2.2.8 Ilustración

Se le denomina así a imágenes asociadas con palabras o a cualquier dibujo que adorna o documenta el texto de un libro y que cumple su función como complemento gráfico. Un aspecto importante de la ilustración, es el uso de



diseños bidimensionales, a diferencia de imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tridimensionalidad. (Ilustración, 2012)

#### 6.2.2.9 Tipografía

Es la forma gráfica de expresar el lenguaje. Es también la técnica del manejo y la selección de tipos, para darle atractivo visual a los textos e invitar a leerlos. La tipografía es el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente. (Morrison Stanley, 1929)

#### 6.2.2.10 Punto

Es el elemento más importante de la imagen, tiene varios objetivos, uno de ellos es crear patrones de forma, así como también ser el foco de la composición visual, otro de ellos es producir dinamismo y mostrar texturas, entre otras. El punto es una figura geométrica adimensional, no tiene longitud, área, volumen, ni otro ángulo dimensional, no es un objeto físico, pero describe una posición en el espacio. (DeConceptos, s.f.)

#### 6.2.2.11 Línea

Es una sucesión continua de puntos, dos de sus objetivos principales son, señalar, aplicada a la comunicación visual (diseño de objetos, patrones, planos, señalética vial, entre otros), y significar, como en el arte. Las líneas suelen utilizarse en la composición artística, se denomina en cambio “raya” a trazos rectos sueltos, que no forman una figura o forma en particular. (DeConceptos, s.f.)

#### 6.2.2.10 Bocetaje

Es un proceso previo a través de dibujos que tienen la finalidad de definir un buen concepto de composición para llegar a un arte final. Es también un estudio

previo, inmediatamente anterior a la ejecución de una obra definitiva en el cual están ya todos los elementos de forma, composición, color, entre otros. El boceto es también el campo de pruebas para el uso de la línea, valores tonales, masas, texturas, formas y color, que después pueden ser transmitidos a otros medios pictóricos y que así mismo forman parte de futuros proyectos. (Neuronilla, s.f.)

#### 6.2.2.11 Arte Final

Es el material digital completamente realizado, se encuentra preparado y esta totalmente listo para su impresión y reproducción, sin que haga falta ningún retoque o intervención mas. El arte final es la culminación a una o varias piezas gráficas al momento de su producción en una imprenta y entrega al cliente. (Neuronilla, s.f.)

#### 6.2.2.12 Icono

Es una imagen, cuadro o representación. Es un signo que sustituye a los objetos mediante su significación, representación o por una analogía. El icono es un signo que tiene la capacidad de representar algo mediante alguna semejanza en cualquiera de los aspectos, de ese algo. (Neuronilla, s.f.)

#### 6.2.2.13 Estética

Se ocupa de la naturaleza del arte y de los juicios sobre la creación y apreciación de una obra artística. Es una rama de la filosofía que estudia el significado de la belleza. La estética estudia las razones y las emociones, así como las diferentes formas de arte. (Neuronilla, s.f.)

#### 6.2.2.14 Imagen

Es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real y de un hecho ficticio o imaginario. Es también la representación de una realidad captada a través de los sentidos, las imágenes son captadas por la vista, y

permanecen allí, o pueden luego plasmarse en un lienzo, o un papel por ejemplo.  
(PortalComunicación, s.f.)

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:**

#### **6.3.1 Ciencias Auxiliares:**

##### 6.3.1.1 Semiología

Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, entre otras. Estudia la vida de los signos en el seno social, tal ciencia es parte de la psicología social, y por consiguiente parte de la psicología en general, es por ello que se denomina semiología, enseña en que consisten los signos y cuales son las leyes que los gobiernan. (Chautemps, s.f.)

##### 6.3.1.2 Sociología

Es la ciencia que estudia los fenómenos sociales producidos por la actividad de los grupos sociales y las relaciones que mantienen entre si dentro de su contexto histórico. Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social. (RAE, 2001)

##### 6.3.1.3 Andragogía

Es la ciencia y el arte de una educación permanente, donde el facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto. Consiste en el empleo de todos los medios y modalidades de la formación de la personalidad puestos a disposición de los todos los adultos sin distinción alguna, ya sea que hayan cursado solo la enseñanza primaria o secundaria y hasta la superior. (Ludojoski Roque L., 1986)

#### 6.3.1.4 Psicología

Es la ciencia que se encarga del estudio de la conducta, comportamiento y los procesos mentales del ser humano. Explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, el funcionamiento del cerebro, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, la personalidad, las relaciones personales, la consciencia, y el inconsciente. (Charles, 2001)

#### 6.3.1.5 Psicología de la comunicación

Permite la incorporación de conceptos y técnicas que ayudan a generar un cambio en nuestra conducta y en la del otro. También permite conocer y predecir los comportamientos de los otros, por esta razón cuanto más se conozcan las características psicológicas de uno mismo y del otro, mejor nivel de comunicación se alcanza. (Dra. Martinez, 2012)

#### 6.3.1.6 Psicología del color

Se encarga de estudiar el comportamiento y la percepción humana ante el efecto del color habitualmente, esta se aplica en varias ramas como en el diseño, la publicidad, señalética, moda, entre otros. La psicología del color establece que el color en realidad depende de la percepción de quien lo observe, en la que se ve involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista. (Charles, 2001)

#### 6.3.1.7 Psicología de la imagen

Estudia la percepción que tienen las personas hacia los colores, posiciones, formas, entre otros, que contienen las imágenes visualmente, debe comprenderse como un fenómeno neuropsicológico que contiene en si los enlaces psíquicos que conectan a las personas cercanas de referencia con la imagen. (Dra. Martinez, 2012)

#### 6.3.1.8 Tecnología

La tecnología se define como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos.. Es también el conjunto de conocimientos técnicos que están científicamente ordenados y los cuales nos permiten diseñar y crear, bienes y servicios que satisfagan una necesidad esencial. (Cegarra Sánchez José, 2012)

### **6.3.2 Artes:**

#### 6.3.2.1 Fotografía

Es una técnica de captura de imágenes por la acción química de la luz, en la cual se transmiten sentimientos, emociones, pensamientos, historias, arte, entre otros. Es también el arte y la técnica de obtener imágenes fijas y duraderas debido a la acción de la luz. (Neuronilla, s.f.)

#### 6.3.2.2 Literatura

Es el arte que utiliza como instrumento principal las palabras, también reconoce al conjunto de obras que versan sobre un arte. Es la suma de conocimientos adquiridos mediante el estudio de las producciones literarias, hace referencia a la acumulación de saberes para escribir y leer de modo correcto. (Definición ABC, s.f.)

#### 6.3.2.3 Dibujo

Es una representación grafica realizada sobre una superficie, sirve como una técnica básica de todas las artes plásticas como el diseño, la pintura, la escultura, entre otros. Es una de las modalidades de las artes visuales, se considera como el lenguaje gráfico universal, y ha sido utilizado por la humanidad para transmitir ideas, proyectos y, en un sentido más amplio, su cultura. (Neuronilla, s.f.)

### **6.3.3 Teorías:**

#### 6.3.3.1 Teoría del Color

Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto y las tonalidades deseadas en base a la combinación. El color es una sensación y un atributo producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300,000 kilómetros por segundo. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas. Los objetos devuelven la luz que no absorben hacia su entorno. Nuestro campo visual no interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra “color”. El color es una sensación, ya que en realidad no tiene existencia, es únicamente una percepción interpretada por nuestro cerebro al momento en que captamos el reflejo de la luz en un objeto. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cyan, magenta y amarillo se produce el color neutro. Los colores pueden clasificarse en primarios, secundarios y terciarios. Los colores primarios son aquellos establecidos científicamente como los originales de las combinaciones cromáticas mas extensas y satisfactorias, estos son: Rojo, Azul y Amarillo. Los colores secundarios se obtienen mezclando los primarios entre si en la misma proporción y son: el naranja, el verde y el violeta. Finalmente los colores terciarios son el rojo violáceo o violeta, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo o violeta. Las cualidades del color son: Tono, el cual es el nombre específico del mismo; Valor, es el grado de la luminosidad del color; Saturación, que es el grado de pureza de color. Los colores despiertan respuestas emocionales específicas en las personas.

La gama cromática fría a la que pertenece el color azul y sus derivados son relajantes, tranquilizantes, expresan soledad y lejanía, es por eso que se recomienda para uso de entidades organizacionales. Al contrario del azul, la gama cálida a la que pertenecen el amarillo, el rojo y sus derivados son colores que expresan dinamismo, fuerza, alegría y evocan al fuego y al sol, por lo que se recomienda su uso para actividades físicas o para entidades gastronómicas. (Fotonostra, s.f.)

### 6.3.3.2 Teoría del Diseño

#### Bases y Fundamentos

Los elementos básicos del diseño y la importancia que estos tienen en el ámbito psicológico de las personas con el fin de lograr el propósito que se busca, el cual es persuadir e informar. Se debe tener en cuenta lo que significa cada color, una forma, un tamaño, una imagen y la disposición determinada de los elementos en los que se va a incluir al diseño, ya que esto establece una buena comunicación, logrando con ello la atracción, motivación e interés de las personas a las cuales nos dirigimos. Es deber de un diseñador gráfico saber utilizar esos elementos, y tener conocimiento de los mismos.

Para lograr el objetivo de un diseño, se deben tomar en cuenta los siguiente requisitos:

- A) Tener acceso pleno a la información para lograr comunicar lo que se quiere.
- B) Elegir los elementos que sean adecuados.
- C) Realizar una composición adecuada y atractiva de dichos elementos.

(Neuronilla s.f.)

### 6.3.3.3 Recorrido Visual

Esta teoría establece la lectura en donde la primera pagina se confecciona en función del recorrido visual del lector. En la actualidad se considera que es el ángulo superior izquierdo, que se denomina técnicamente “región óptima primaria”, posteriormente, la vista sigue una trayectoria circular en el sentido de las agujas del reloj y una lectura en “Z” en la cual la vista ve de izquierda a derecha en la parte superior y repite el patrón en la parte inferior.

El recorrido visual es de vital importancia al diseñar, ya que al confeccionar una pieza de cualquier rama del diseño, sea Editorial, Grafico o Publicitario, los lectores tienen un punto de atracción visual al observar la pieza y es en ese lugar en donde se tiene que empezar la lectura para que luego el recorrido visual los guie a leer y observar toda la pieza o material gráfico. (Color Interactivo, 2010)

### **6.3.4 Tendencias:**

#### 6.3.4.1 Vanguardismo

Es una tendencia que se refiere a las personas o a las obras que son innovadoras o experimentales, enfocada principalmente en lo que respecta al arte, la cultura, entre otros. Existe un vinculo estrecho entre el ambiente en el que se trabaja y quien trabaja en el ambiente. Se toma en cuenta el aspecto de presentación para persuadir a los receptores a observar completamente una obra. (DeConceptos, s.f.)

#### 6.3.4.2 Imágenes grandes

Es una tendencia muy llamativa a la vista del receptor, ya que es una composición grafica donde el ojo siempre tiende a captar su atención en las imágenes reales y bien aprovechadas en su tamaño y espacio, ya que al ser grandes reducen la



necesidad de elementos que complementen. Esta tendencia es comúnmente utilizada para periódicos populares y deportivos. (Neuronilla s.f.)

#### 6.3.4.3 Diseño Tipográfico

##### Handwritten Fonts

Es una tendencia que surge en la necesidad de personalizar, darle un toque especial y para diferenciar unos diseños de otros. Este énfasis de la tipografía hecha a mano nace también de la era actual del social media, donde existe una manera mas rápida y frecuente de comunicación y existe la necesidad de hacer sentir a los usuarios que el contenido viene directamente de una persona y no de una máquina. (López, 2014)

# Capítulo VII

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:**

#### 7.1.1 Semiología

La semiología es de vital importancia para la elaboración de este manual de referencia digital, ya que los signos ayudan a establecer mejor comunicación con el grupo objetivo al que se dirige el mensaje, al generar un mejor entendimiento de los temas a capacitar, en este caso son los diseñadores de la sección de arte y diagramación del periódico al día de Corporación de Noticias S.A. Es por ello que esta ciencia es importante, ya que se encuentra presente en cualquier proceso de comunicación, en especial en la elaboración de un material gráfico.

#### 7.1.2 Sociología

La sociología es importante para la elaboración del contenido de este proyecto, ya que estudia las relaciones que mantienen los grupos sociales, analiza formas internas en que los grupos se organizan y las relaciones que mantienen entre sí y con el sistema. Es por ello que esta ciencia ayuda a la comprensión y entendimiento del grupo objetivo para la producción de temas en el ámbito deportivo nacional que sean de aprendizaje para el mismo y se logren resultados positivos para la organización.

#### 7.1.3 Andragogía

Es una ciencia que tiene gran magnitud dentro de este proyecto, ya que se realizará un manual de referencia digital, dirigido a los diseñadores de la sección de arte y diagramación del periódico al día, con el fin de lograr en ellos el aprendizaje acerca de la elaboración de infografías para la sección deportiva del matutino, esto con el fin de beneficiar a la empresa al entregar productos de calidad a sus lectores. Es por ello que esta ciencia es de mucha importancia

aplicarla, ya que va dirigida a personas adultas con el propósito de capacitarlas con un manual digital de infografía y fomentar un crecimiento profesional en cada uno de los que integran el grupo objetivo.

#### 7.1.4 Psicología

Es una ciencia que debe ser aplicada en este proyecto, ya que tiene como fin el estudio de la conducta y los procesos mentales de las personas, y ayudará a comprender de mejor manera el grupo objetivo, en cuanto a su comportamiento, la interacción con su entorno y el ambiente laboral en el que se encuentra. Esto ayudará a establecer una comunicación directa y con fluidez.

#### 7.1.5 Psicología de la comunicación

La psicología de la comunicación es indispensable para la elaboración del manual de referencia digital de infografía deportiva, porque ayudará a que la información y el mensaje sean enfocados de forma adecuada para el grupo objetivo, lo que permitirá que sea un mensaje comprensible e inteligible para quien lo lea.

#### 7.1.6 Psicología del color

Es primordial aplicar la psicología del color en el proyecto, ya que es la parte que se considera más emotiva del proceso visual, gracias a que los colores expresan sentimientos, emociones y estados de ánimo, entre otros. Por ello es indispensable aplicarlo correctamente, ya que el color le da significado y vida a los demás elementos visuales, pueden valerse de esto para realizar un diseño equilibrado que refuerce la información y el contenido del manual en armonía con el color. Cada color provoca distintas percepciones, y es de vital importancia su correcto uso para persuadir al grupo objetivo a la lectura y así lograr un buen entendimiento del contenido del manual de referencia digital, para generar resultados positivos con su desempeño para la organización en un futuro.

#### 7.1.7 Psicología de la imagen

Esta rama de la psicología es esencial, ya que es la que se encarga de ver la calidad de la imagen tanto interna como externa de la empresa, y es uno de los factores que deben tomarse en cuenta en este proyecto, ya que se desea proyectar productos de mejor calidad para los lectores del periódico a través de los resultados internos logrados por la capacitación del personal para la realización de infografía deportiva.

#### 7.1.8 Tecnología

La tecnología es la ciencia que se considera la más importante para la elaboración del manual de referencia digital de infografía deportiva, ya que el proyecto será reproducido de manera virtual, por lo que es muy necesario contar con la tecnología adecuada para producirlo y distribuirlo con éxito. También es gracias a la tecnología que el proyecto es realizable, ya que brinda las herramientas con las plataformas virtuales y los programas específicos de diseño editorial para la elaboración del mismo.

#### 7.1.9 Fotografía

La implementación de la fotografía dentro del proyecto es trascendental, ya que ayuda a generar un mayor impacto visual al atraer y mantener la atención del grupo objetivo hacia el contenido del manual de referencia. Es importante que las fotografías que se presenten sean del agrado de los diseñadores y sirvan como apoyo visual a la información dentro del manual digital.

#### 7.1.10 Literatura

La literatura forma parte fundamental para la elaboración del contenido informativo que irá dentro del manual digital, ya que es un arte que tiene como instrumento principal el uso correcto de las palabras y la suma de conocimientos, se realizarán temas con mensajes e información comprensible. Tiene el fin de lograr un correcto aprendizaje del grupo objetivo, y en un futuro puedan ser aplicados para generar resultados para la empresa en cuanto a mejorar la producción de infografías.

#### 7.1.11 Dibujo

La base de todo elemento gráfico o diseño es por naturaleza el dibujo, por lo que para la realización de este proyecto es primordial, ya que todo empieza desde el boceto, luego cambios y mejoras para culminar en un arte final, que es reproducido y presentado al grupo objetivo con un propósito. El dibujo es importante para la realización de la portada y contra portada del manual, las propuestas de diagramación dentro del mismo, propuestas de ilustraciones y cada una de las partes que conforman el proyecto.

#### 7.1.12 Teoría del Color

La teoría del color es tan importante como la psicología del color, ya que ambas tienen como fin el comunicar correctamente a través del color. El uso de una gama de colores puede hacer legible y agradable la lectura del manual de referencia digital de infografía deportiva. Esta teoría es primordial para que el grupo objetivo se sienta cómodo en el aprendizaje del contenido y los elementos gráficos formen una armonía con la información.

#### 7.1.13 Teoría del Diseño

La aplicación de la teoría del diseño en la elaboración de este proyecto es conveniente, ya que el fin de la misma es persuadir a la lectura e informar, realizar composiciones adecuadas y atractivas de los elementos. Es precisamente eso lo que se busca para el grupo objetivo, para luego lograr un aprendizaje por medio del diseño y el contenido del manual de referencia digital de infografía deportiva. En esta teoría se debe tomar en cuenta el color, las formas, las imágenes y todo lo que se vaya a incluir en el diseño para hacerlo un producto agradable y se logre una atracción, motivación e interés de parte del grupo objetivo.

#### 7.1.14 Recorrido Visual

Esta teoría es primordial en cuanto a la lectura del contenido que va dentro del proyecto, ya que hace que sea más agradable el recorrido visual para el lector, por lo que la información debe ir en el ángulo superior izquierdo dentro de las páginas del manual de referencia digital de infografía deportiva. El recorrido visual será de vital importancia al diseñar el interior, ya que al confeccionar un elemento gráfico, en este caso infografías, los lectores tienen un punto de atracción visual al observar el producto y ese mismo punto los guía a leer y observar todo el material. Es por ello que esta teoría es de vital importancia para que el grupo objetivo sea atraído tanto por la lectura como por los elementos gráficos del interior del manual de referencia digital de infografía deportiva y se logre un completo entendimiento de parte del mismo.

#### 7.1.15 Vanguardismo

El vanguardismo es importante para la realización de este proyecto, ya que se busca persuadir a los receptores a observar completamente el manual de referencia digital de infografía deportiva. Es un producto innovador para la

sección de arte y diagramación en cuanto a la elaboración de infografías deportivas para el periódico.

#### 7.1.16 Imágenes grandes

Son primordiales en la elaboración del manual de referencia digital de infografía deportiva ya que tiende a ser muy llamativa a la vista del receptor. Es una composición gráfica que capta la atención del ojo en base a imágenes reales y bien aprovechadas en tamaño y espacio, por lo tanto en las infografías se utilizará esta tendencia.

#### 7.1.17 Diseño Tipográfico

El diseño tipográfico es primordial en la producción del manual de referencia digital de infografía deportiva, ya que es una tendencia que establece jerarquías para diferenciar la información a insertar en el proyecto. Esta tendencia da personalidad a la diagramación de los textos ya que hace sentir a los usuarios que el contenido viene directamente de una persona y no de una máquina.



## **7.2 Conceptualización:**

### 7.2.1 Método

Se utilizará la técnica creativa Do it para desarrollar la propuesta gráfica del manual de referencia digital de infografía deportiva

¿Qué es?

Es una técnica desarrollada por Roger Olsen. Do It, traducido “hágalo” se basa en los siguiente conceptos:

- Definir
- Abierto
- Identificar
- Transformar

Esto viene a significar la necesidad de definir problemas, abrirse a muchas soluciones posibles, identificar la mejor solución y luego transformarlo en acción con eficacia.

## 7.2.2 Aplicación de la técnica creativa Do it.

### Definir el problema

#### Problemática

Solo una persona realiza artes para infografía del periódico al día y no se da a basto, para realizar artes de calidad para la sección de Deportes.

### Foco de mente

#### ¿Por que el problema existe?

Existe por la falta de capacitación del personal del departamento de Arte y Diagramación del periódico al día en el área de infografía, y por la falta de planificación de fechas de eventos deportivos de la sección de Deportes.

### Apretón de mente

1. Capacitación y Planificación
2. Infografía enfocada a deportes

Falta de capacitación en infografía deportiva y mala planificación de los eventos.

### Extención de mente

Con la solución del problema, al ser capacitados en la elaboración de Infografías y al planificar eventos deportivos con tiempo de antelación para trabajar los artes de parte de la sección de Deportes, los diseñadores de la sección de Arte y Diagramación harán de el periódico al día un medio mas competitivo ante la competencia y su fuerte sera el área editorial y deportiva, ya que se publicaran trabajos de mejor calidad y habrá una mejor respuesta de parte los lectores.

### Abrirse a soluciones

### Mente sin falta

#### Pregunte a otra gente.

- Tutorial virtual
- Capacitación
- Manuales
- Folletos
- Libros
- Audiovisuales

### Sorpresa de mente

#### Ideas ridículas

- Estudio autodidacta
- Enseñanza estilo colegio
- Lecturas diarias
- Practicar en tiempos libres
- Hacer horas extras para aprender

### Mente libre

#### Objeto Papel periódico

- Color blanco antiguo
- Suave
- Frágil
- Manipulable
- Pintable
- Escribible
- Imágenes
- Letras

### Identifique soluciones

### Mente se integra

#### Ideas que surjan

- Creación de un manual digital, especializado en infografía para la sección de deportes
- Reforzar el manual con Infografías
- Hacerlo de manera virtual para poder trasladarlo a todos los diseñadores.

### Mente se refuerza

#### Aspectos negativos

- Desintéres del grupo objetivo.
- Falta de planificación de la sección de deportes.
- Falta de interés por parte de la sección de arte y diagramación por capacitar a su personal.

### Mente Estimula

#### Peor consecuencia

Que el manual sea un fracaso y no puedan aprender a realizar infografías, y se siga en la misma línea de conformismo dentro del periódico.

#### Mejor consecuencia

Que el manual sea un éxito total, y el periódico y las dos secciones sean reconocidas por los resultados que darán frutos en las publicaciones diarias.

#### Solución

Elaboración de un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al departamento Arte y Diagramación para mejorar la producción gráfica del periódico al día.

Transforme las ideas en acción.

Las ideas que se proponen como conclusión para definir el concepto del manual de referencia digital de infografía deportiva conforme a la técnica do it son:

- Capacitación y crecimiento.
- Productos de calidad en base a publicaciones interesantes.
- Crecimiento empresarial como profesional.
- Un buen servicio es fundamental.

#### 7.2.1 Definición del Concepto

El concepto en el que se basará la propuesta gráfica del manual de referencia digital de infografía deportiva del periódico al día de Corporación de Noticias S.A. para capacitar al personal de diseñadores es:

**“Capacitación y crecimiento profesional”.**

Este concepto hace referencia a que la capacitación, la planificación y el crecimiento profesional de cada colaborador de la empresa es muy importante, ya que será innovador para el periódico al entregar mejores resultados y así generar comentarios positivos de sus lectores, con ello generar buena imagen de los productos que publique Corporación de Noticias S.A.

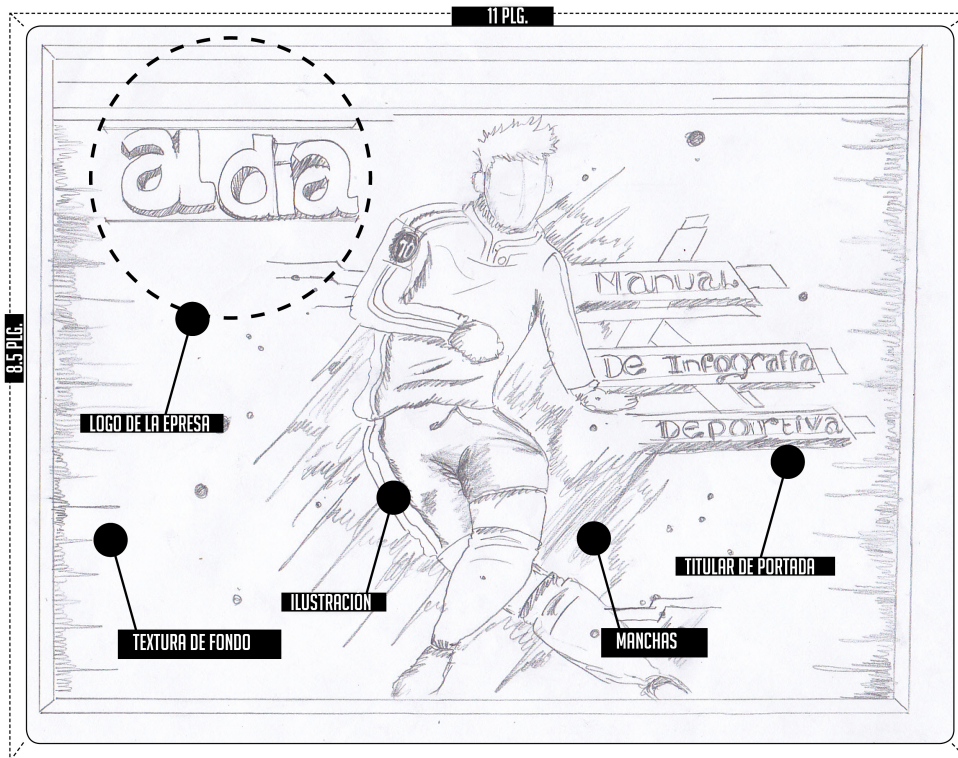
### 7.3 Bocetaje

**Tabla de requisitos:**

<b>Elemento gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Portada	Identificar el tema en el que serán capacitados los diseñadores de la sección de Arte y Diagramación.	Adobe InDesign Diagramación.	Confianza.
Tipografías Titulares Big Noodle Tiling Sub Titulares Wolf in the city Textos BlackOut Sans PX) Johnston ITC)	Crear jerarquias dentro de los textos para diferenciar la importancia de la información.	Adobe InDesign Diagramación.	confianza y elegancia.
Ilustraciones	Representar el estilo gráfico que deben manejar los diseñadores en la producción de infografía deportiva.	Adobe InDesign Adobe Photoshop	Innovación y elegancia.
Color gris	Crear un contraste sutil con los colores del logo del periódico al día. Sera utilizado de fondo dentro del manual.	Adobe InDesign	Estabilidad y elegancia.
Color Amarillo	Simbolizar la imagen del periódico al día.	Adobe InDesign	intelectualidad y armonía.
Color Naranja	Representar el color del logotipo periódico al día.	Adobe InDesign	Entusiasmo.
Color Azul	Personificar el color de la sección de deportes del periódico al día.	Adobe InDesign	Entusiasmo y elegancia.
Infografías	Establecer el estilo de infografía en el cual serán capacitados los diseñadores del periódico al día. Este es uno de los puntos mas importantes del proyecto.	Adobe InDesign Adobe Photoshop Adobe Illustrator	Innovación confianza y aprendizaje.
Contra Portada	Finalizar la capacitación de los diseñadores de la sección de Arte y Diagramación..	Adobe InDesign	Confianza

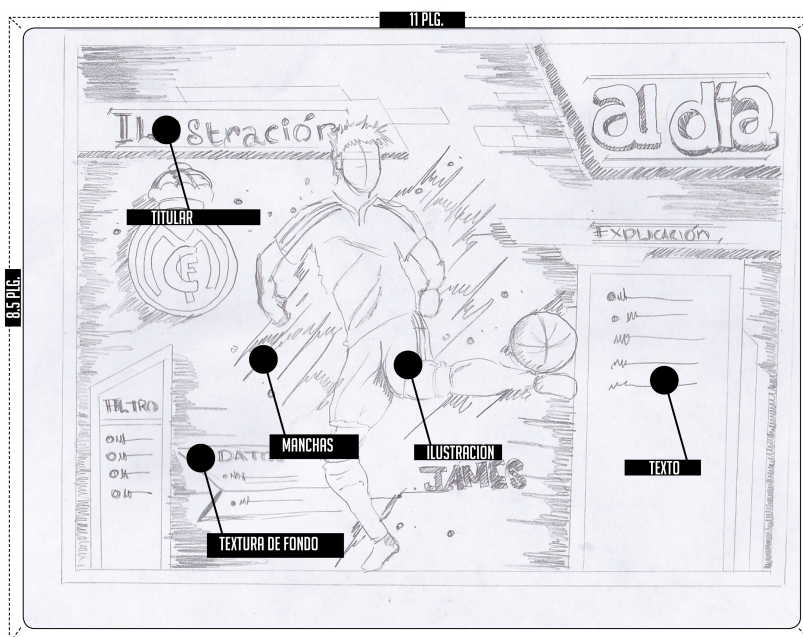
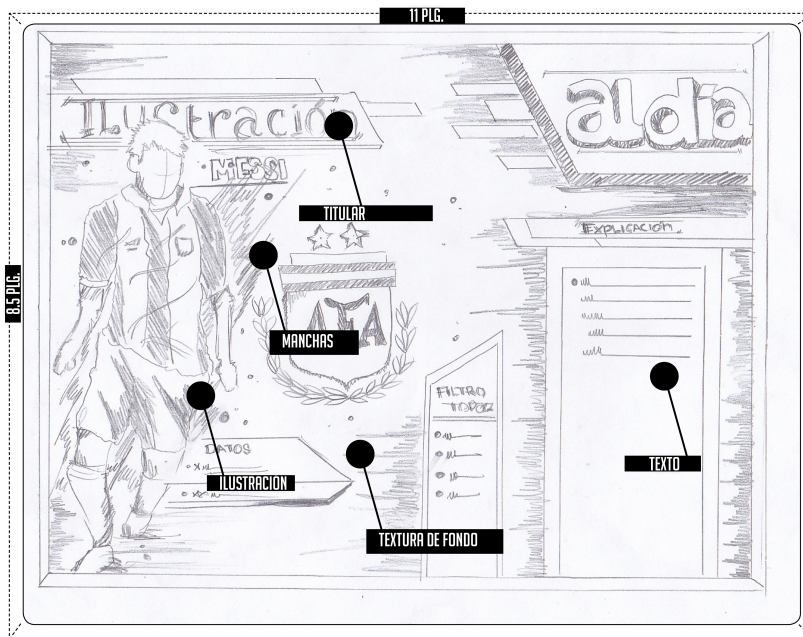
### 7.3.1. Bocetos a base de dibujo natural

#### Portada



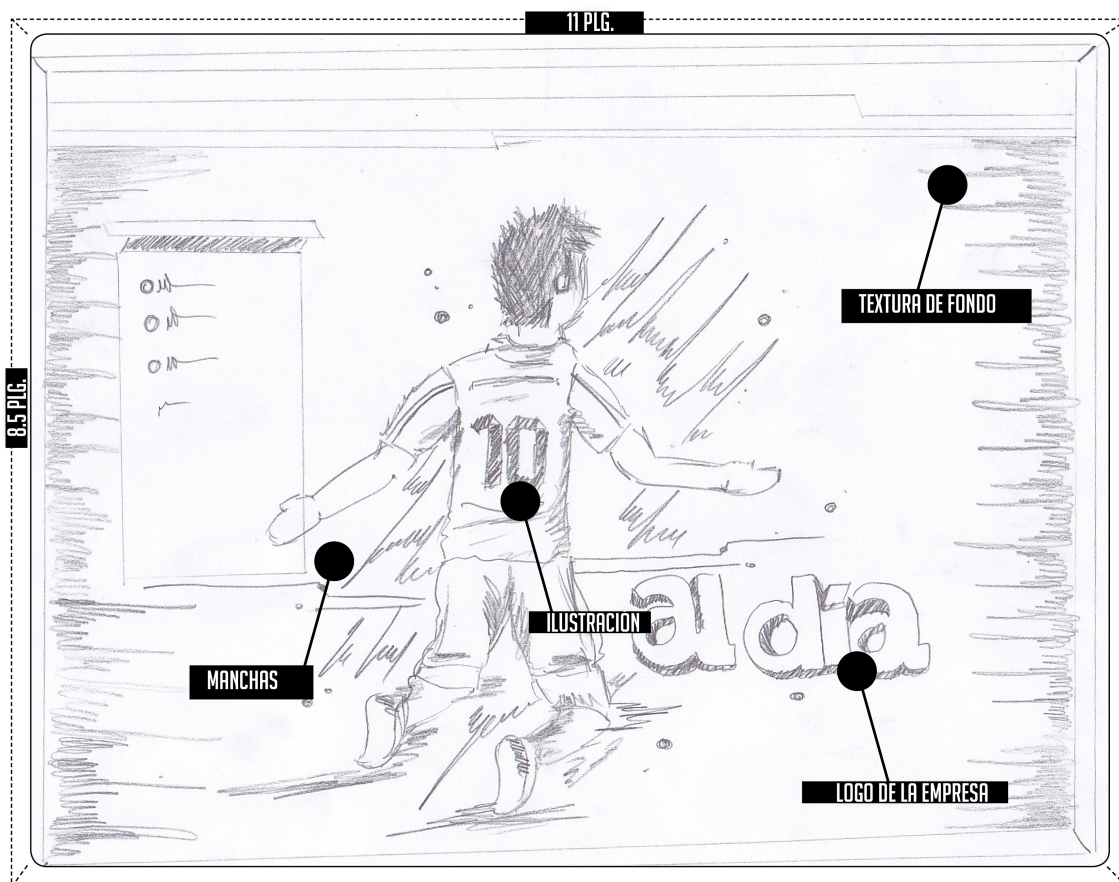
Descripción: Se colocó el logotipo de la empresa en el área superior izquierda debido a que se busca identificar plenamente qué es un producto interno de la organización al centro de la portada, una ilustración elaborada en base al estilo que se utiliza en la sección de deportes. En conjunto con la ilustración se diagramó el nombre del proyecto en niveles “Manual de referencia de Infografía deportiva”, esto con el fin de generar tres puntos de atención, primero el nombre de la empresa, luego apreciar el contenido gráfico y posteriormente verificar cuál es el tema.

## Interiores



Descripción: Se colocó cada titular al inicio de las páginas en el área superior izquierda, con el fin de identificar el tema a primera vista, la diagramación de los textos es dentro de cajas de color blanco, esto para facilitar la lectura de la información que irá dentro de las páginas. Cada ilustración tiene el estilo gráfico de la sección de deportes, y fueron colocadas de manera que llamen la atención del lector y sea entretenido al visualizarlo.

## Contra Portada

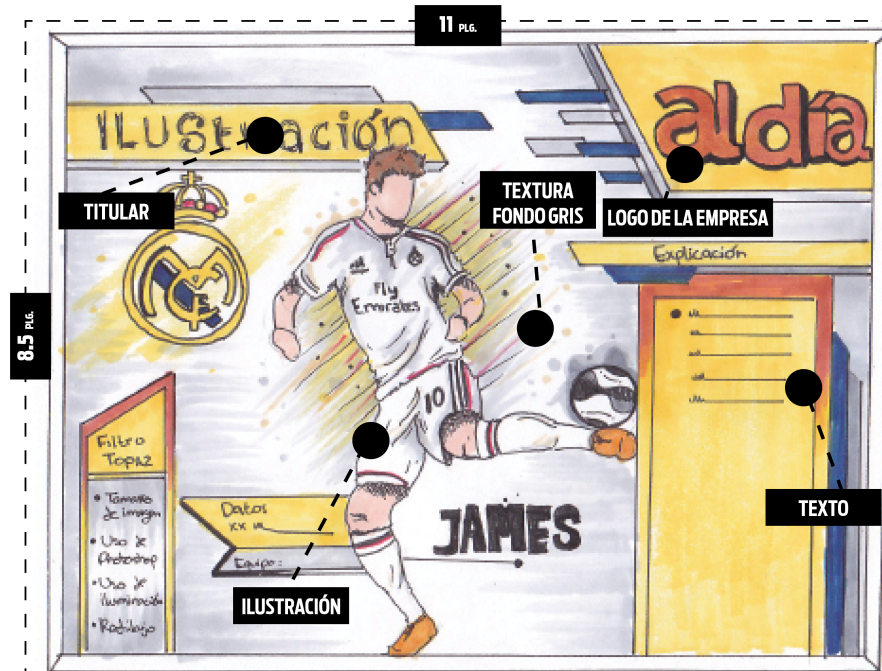
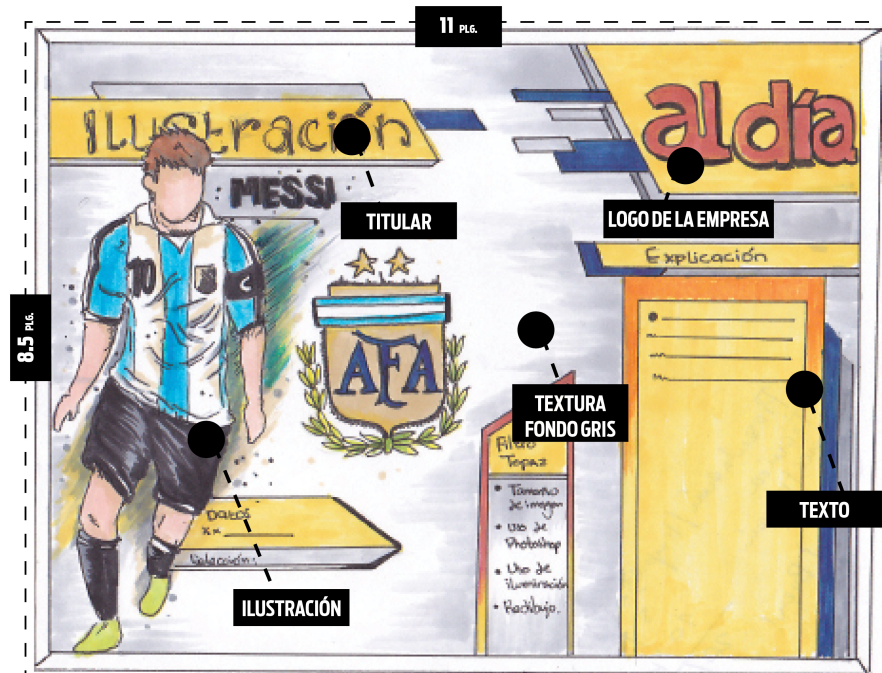


Descripción: Se colocó una ilustración de un jugador que celebra un gol, de espaldas, en el centro de la última página, esto con el fin de dar un mensaje de satisfacción a los diseñadores del departamento de arte y diagramación en el puedan identificar que han terminado la lectura. El logo del periódico se utilizó a un costado de la ilustración, con el objetivo de identificarlo como un producto interno del periódico al día.

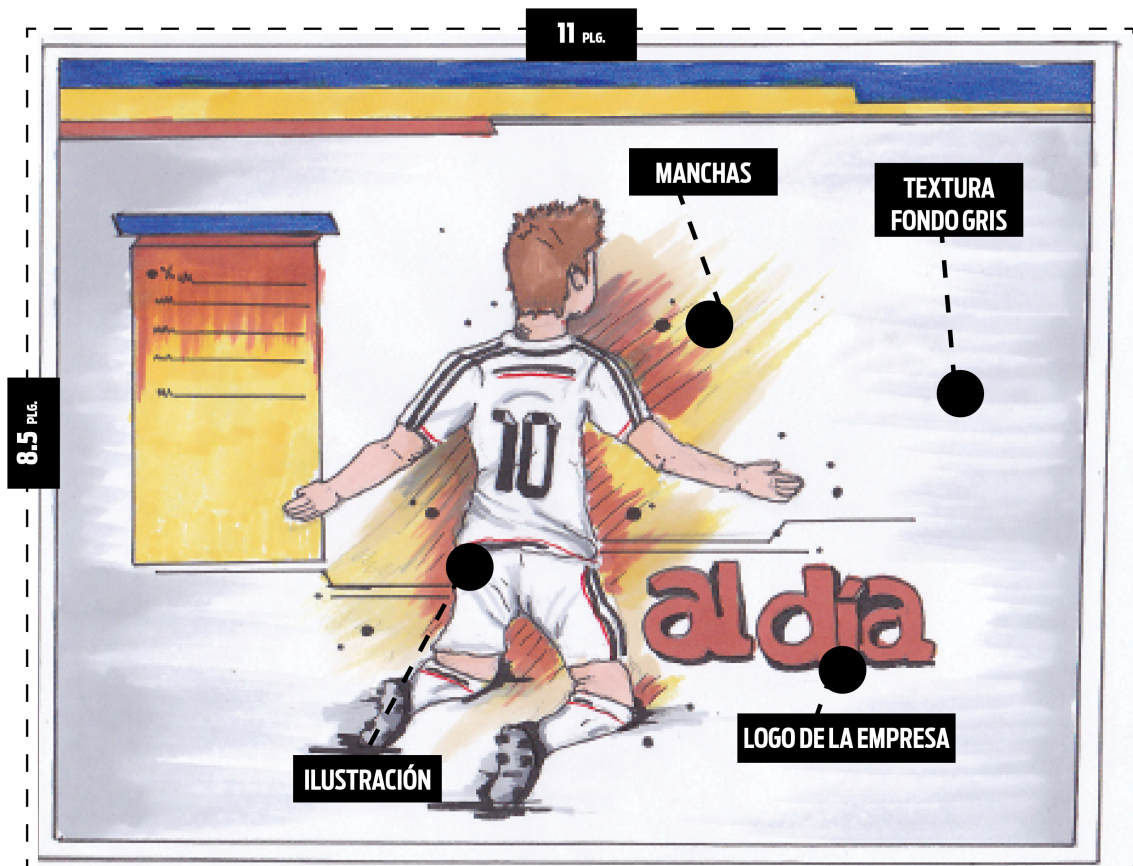




Interiores



Justificación: Se diagramaron las páginas para hacer un recorrido visual al observarlas, la tonalidad del fondo siempre en color gris para contrastar y elevar la visualización de los demás elementos. Los colores empleados en los elementos gráficos son las tonalidades del periódico, para asociar el producto con el periódico.

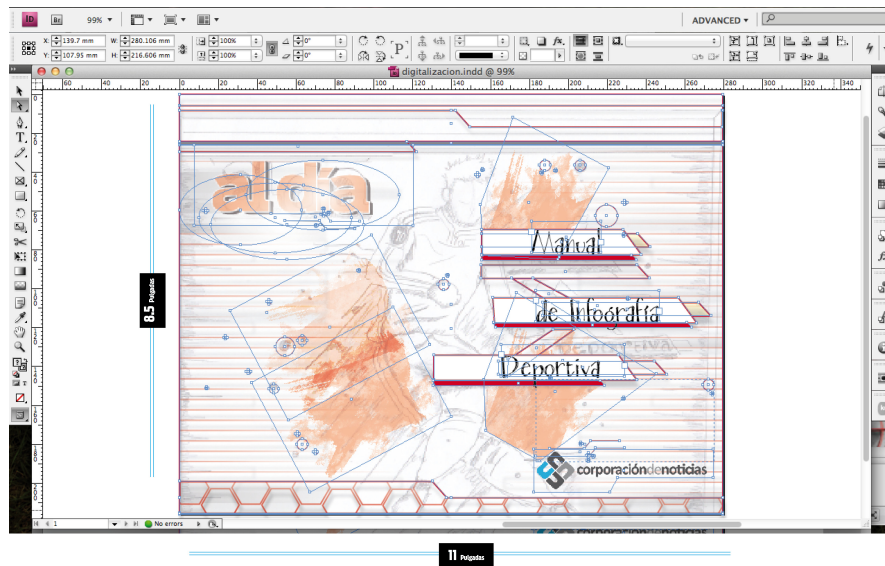


Justificación: La tonalidad del fondo se mantiene gris para diferenciar y apreciar la ilustración, realizada en base al estilo gráfico de la sección de deportes para ejemplificar la línea gráfica que debe seguirse al momento de elaborar infografías, la última pero no menos importante página, cierra con satisfacción una lectura agradable sobre cómo elaborar, desarrollar y diseñar infografías deportivas.

### 7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos:

Portada

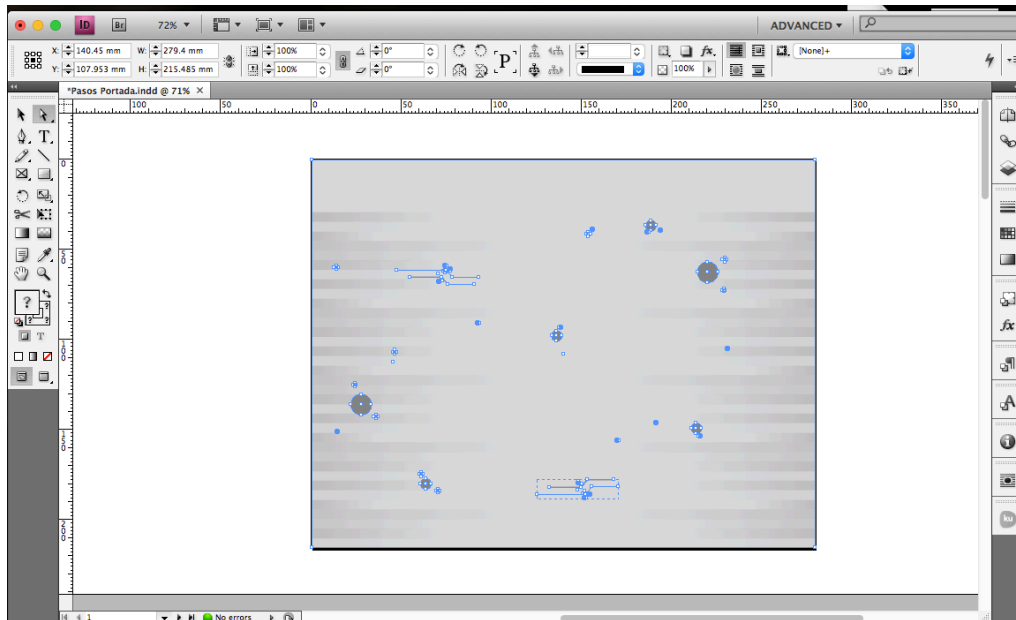
Paso 1. Vectorización de los elementos bocetados en el programa Adobe Illustrator, para posteriormente pasarlos a Adobe InDesign.



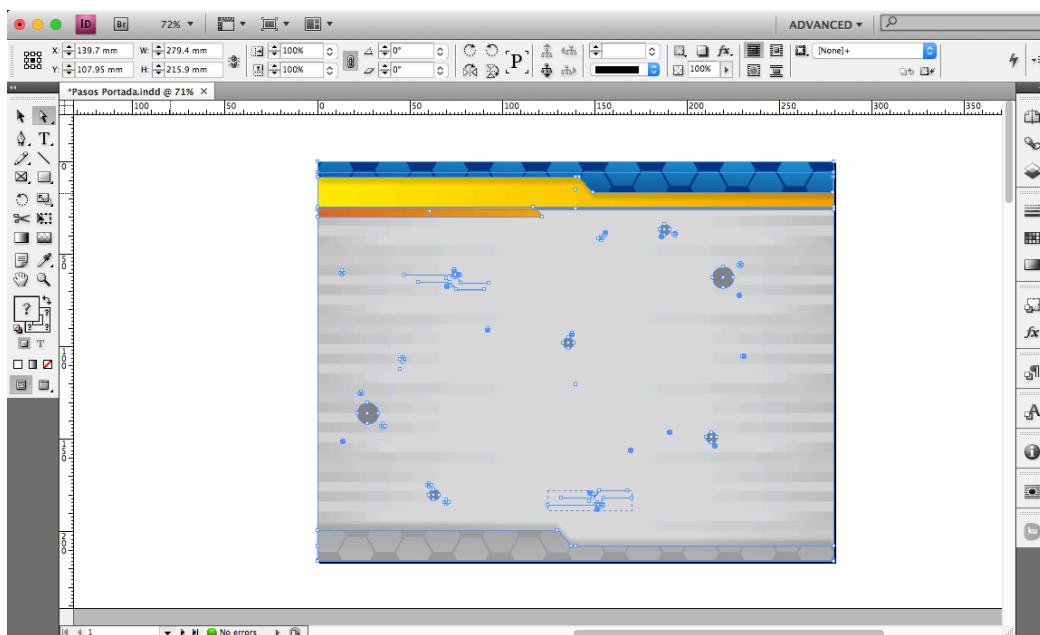
Paso 2. Creación de ilustración en el programa Adobe Photoshop, que consiste en dibujar una fotografía proporcionada por Corporación de Noticias. Se le añaden rasgos caricaturescos y es pintada por pinceles del programa, para finalmente exportarla como arte final para incorporar en la portada del manual de referencia digital de infografía deportiva.



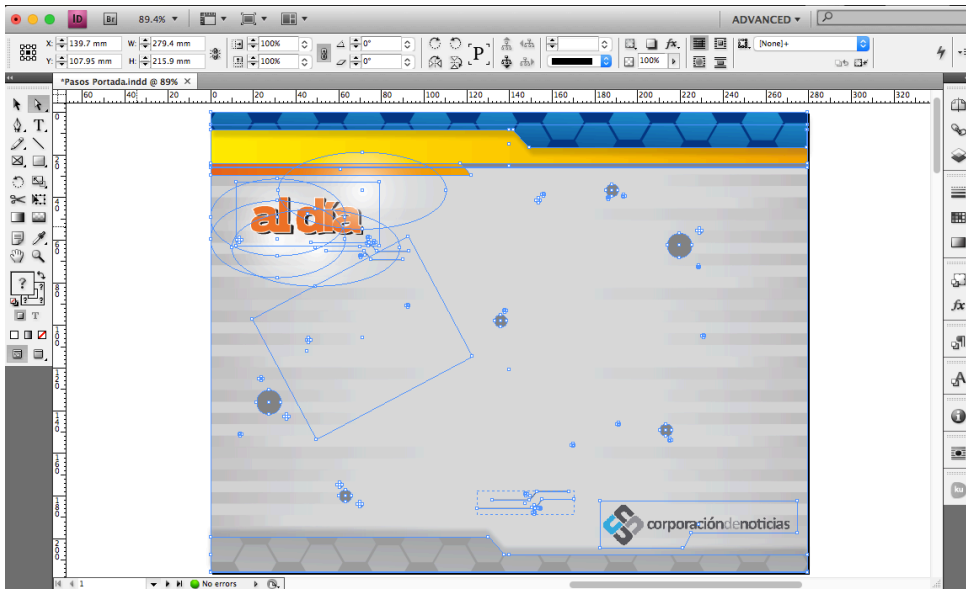
Paso 3. Creación del fondo, añadiendo tonalidades grises a cada vector creado en Adobe Illustrator, se colocan porcetajes diferentes a cada línea del fondo para generar una textura. Posteriormente se diagraman distintas circunferencias de diferentes tamaños para añadir un toque vanguardista al diseño.



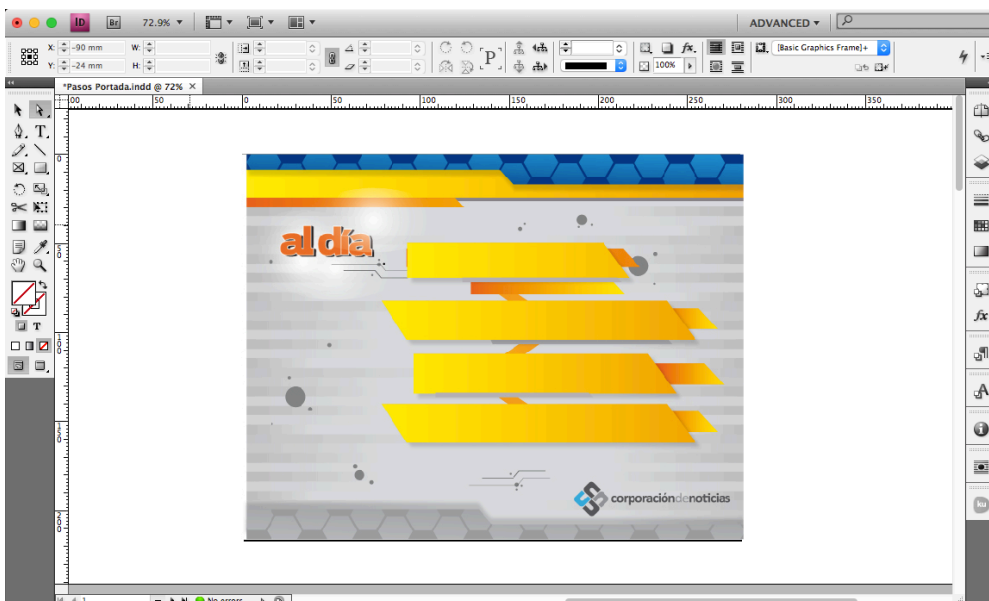
Paso 4. Se añade el color azul, representativo de la sección de deportes, así como también el tono amarillo y anaranjado al reflejar que es un producto que lleva los colores del periódico al día.



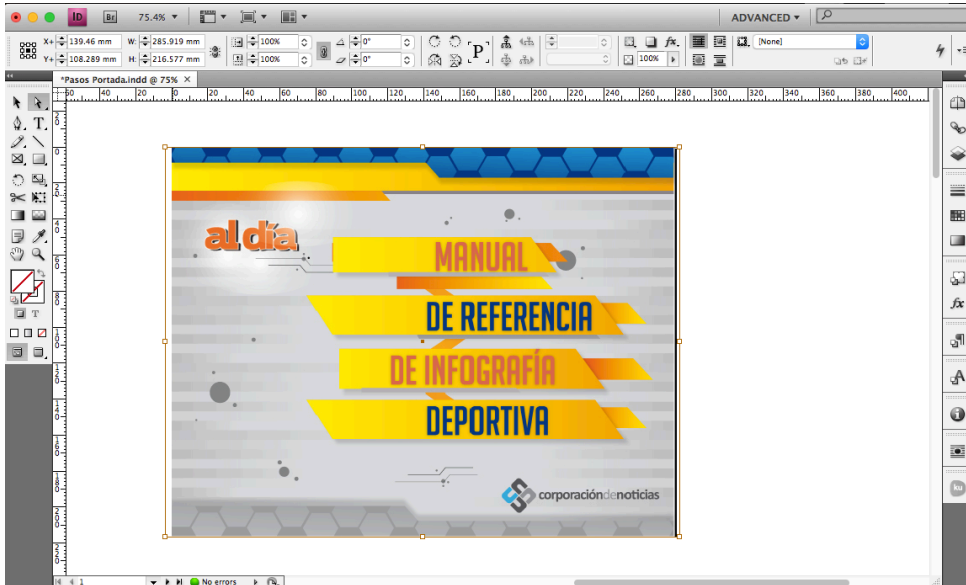
Paso 5. Se diagrama el logotipo de la empresa, Corporación de Noticias en la parte inferior derecha, y el logotipo del periódico al día en la parte superior izquierda, al generar que la portada se vea plenamente identificada por la organización.



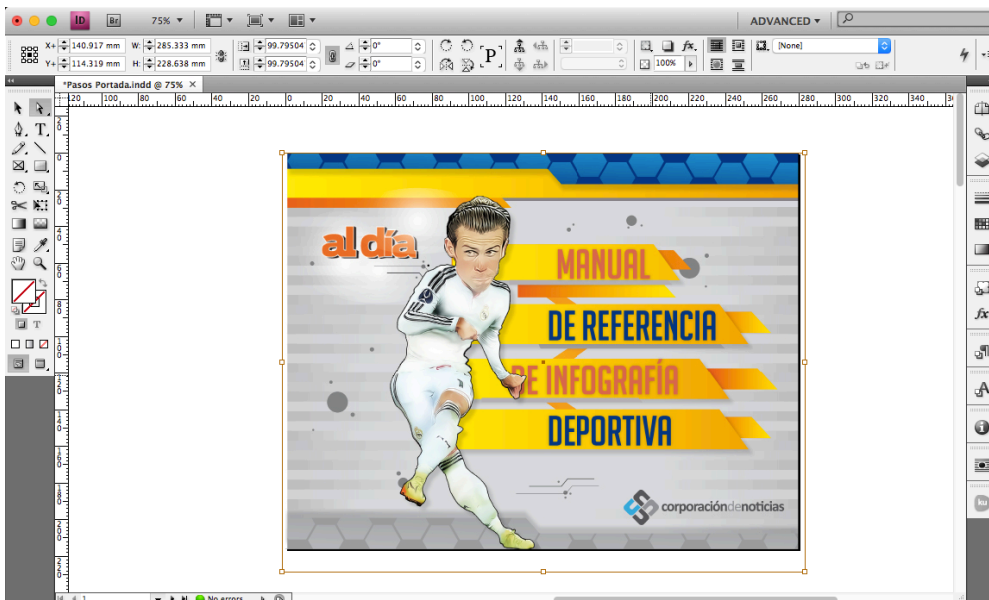
Paso 6. Se colocan en el centro de la página 4 cajas de color amarillo donde posteriormente será diagramado el titular del proyecto, estos vectores sirven para diferenciar el texto del fondo.



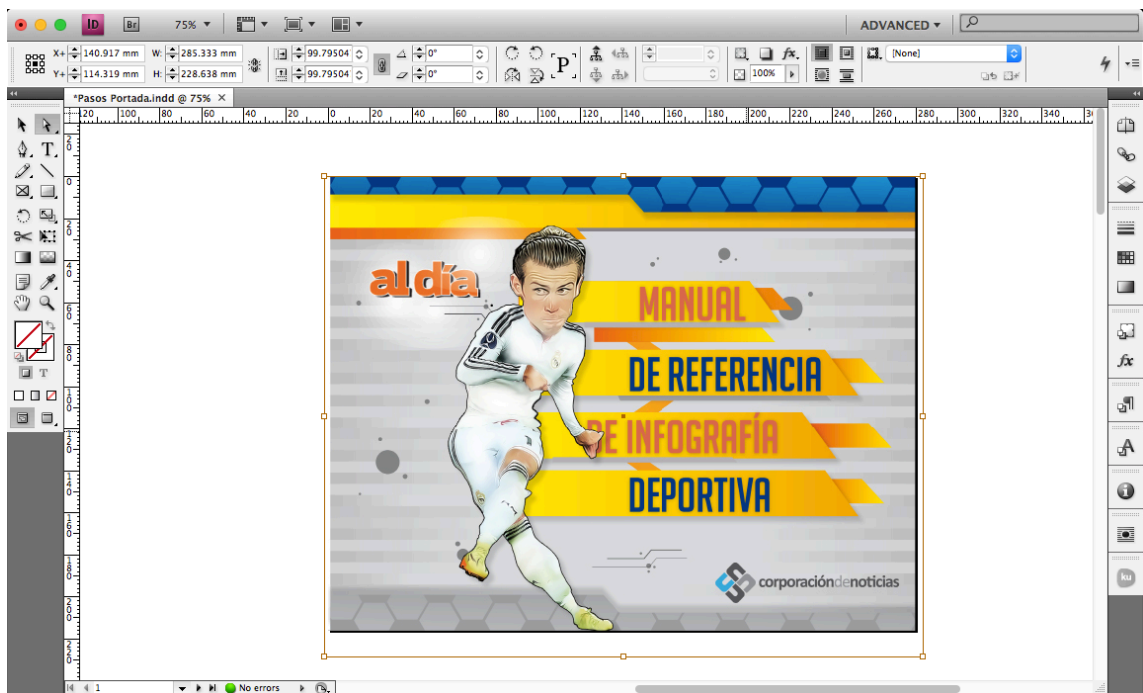
Paso 7. Se diagramó el texto del titular en niveles, con una tipografía agradable y comprensible para el lector, en dos tonalidades, naranja y azul, que representa los colores del periódico **al día** y de la sección de deportes.



Paso 8. Se colocó la ilustración al centro de la portada, para captar la atención de los lectores del manual. Se utilizó la tendencia de imágenes grandes, esto para aprovechar al máximo el arte gráfico.



Paso 9. Se colocaron 3 manchas de pinceles creados en photoshop, debajo de la ilustración, para generar un toque vanguardista más en la portada, las tonalidades son naranjas para contrastar con el fondo. La medida de la portada es de 11 pulgadas de largo por 8.5 pulgadas de alto.



Propuesta de la portada, con una tonalidad gris para el fondo que contrasta con los demás elementos para generar mayor interés del lector al observar la ilustración, realizada en el estilo gráfico de la sección de deportes, colocada con base en la tendencia imágenes grandes para aprovechar su tamaño y tener mejor exposición. La tipografía que se utilizó es legible y agradable para el grupo objetivo, con tonalidades propias del periódico **al día** y de la sección de deportes del periódico, arte plenamente identificado con los logotipos de Corporación de Noticias S.A. y **al día**.

#### 7.4 Propuesta preliminar:

Portada

**Medida:** 11 pulgadas de largo por 8.5 pulgadas de alto.





## Interiores: Introducción - Índice

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



## Interiores: ¿Qué es una Infografía? - ¿Cómo crear una infografía?

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



## Interiores: Tipos de infografía - Ejemplo

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



## Interiores: Tipos de infografía - Ejemplo

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

**Vectorial Ilustrado**

**RECOMENDADO PARA:**

- Piezas ilustradas
- Mapas y Diagramas
- Gráficos diarios.

**VENTAJAS**

- Claras e informativas.
- Look clásico.
- Versátiles.

**DESVENTAJAS**

- Los gráficos complejos llevan mucho tiempo y esfuerzo.
- Look de computadora.

**EJEMPLO DE:**

- Piezas ilustradas

Tipos de piezas: **ultra gruesa**, **gruesa**, **media**, **fina**, **ultra fina**

**Write on Walls**

En esta infografía, se encuentran materiales básicos que todo persona que sea a la escuela de. Garantiza los datos como las marcas de la casa de pintura, las más recomendadas, **brand y price** y las distintas **capas (boquillas)** de las mismas, en sus diferentes **características** para trazo, desde más fino, hasta en grosor notable, que empieza a pintar en las paredes.

**tronak 94**

6

**¡ANCELOTTI LLEGA AL MADRID!**

EL ITALIANO ES EL NUEVO TÉCNICO DEL CUADRO BLANCO; OCUPARÁ EL LUGAR QUE DEJÓ JOSÉ MOURINHO EN EL EQUIPO ESPAÑOL.

**CARLO ANCELOTTI**  
Entrenador del Real Madrid desde el 16 de junio de 2012 en Relegado, 2012

**SUS NÚMEROS**

PARMA	JUVENTUS	AC MILAN	CHELSEA	PSG
87 goles marcados	112 goles marcados	413 goles marcados	109 goles marcados	76 goles marcados
42 partidos jugados	27 partidos jugados	235 partidos jugados	67 partidos jugados	49 partidos jugados
18 goles marcados	18 goles marcados	79 goles marcados	22 goles marcados	18 goles marcados
0 goles marcados	1 gol marcado	8 goles marcados	3 goles marcados	1 gol marcado
0 goles marcados	1 gol marcado	8 goles marcados	3 goles marcados	1 gol marcado

**EJEMPLO DE:**

- Mapas y Diagramas
- Gráficos diarios.

**LOS OCHO ANTERIORES TÉCNICOS DE FLORENTINO PÉREZ**

1. **Manolo Sotillo**  
2. **Manolo Sotillo**  
3. **Manolo Sotillo**  
4. **Manolo Sotillo**  
5. **Manolo Sotillo**  
6. **Manolo Sotillo**  
7. **Manolo Sotillo**  
8. **Manolo Sotillo**

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.

7

## Interiores: Tipos de infografía - Ejemplo

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



**Técnica mixta**

**EJEMPLO:**  
- ilustraciones

**VENTAJAS**

- Claras e informativas.
- Innovadoras.
- Versátiles.

**RECOMENDADO PARA:**

- ilustraciones
- Mapas y Diagramas
- Gráficos diarios.

**DESVENTAJAS**

- Necesitan buena fotografías

**Biggie Smalls**

Christopher Wallace  
(NY 21/06/72 - 04/03/97)

- Conocido como Biggie Smalls, Big Poppa fue un rapero nacido en Brooklyn. Fue un joven traficante con drogas, que dejó su vida de crimen cuando comenzó a hacer rapero. Su muerte en 1997 lo convirtió en una leyenda del hip hop.

Infografía: Luis Diego Castañeda Ochoa

8



**INFOGRAFÍA DEPORTIVA**

La **infografía deportiva** es un medio para transmitir información del acontecer deportivo gráficamente y de una manera creativa y ordenada, busca mantener actualizados a los receptores de las mismas.

Es un reto para quienes las producen, ya que los temas dependen del acontecer deportivo, pero con una buena planificación del tiempo se pueden lograr buenos resultados que den como respuesta la satisfacción de los lectores al informarse con productos de calidad.

La sección de Acción del periódico **al día**, se dedica a la elaboración de temas creativos para eventos como la champions league, clásico español, clásico nacional, mundial de fútbol, entre otros.

A continuación se presentan algunos ejemplos de estilos gráficos de infografía de la sección.

9





# Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 3

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.





# Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 4-5

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

**Tema: MASCOTAS DE LOS MUNDIALES**

- Infografía realizada con una diagramación que genera movimiento por los tamaños utilizados de los elementos gráficos, se buscó representar a cada una de las mascotas con sus mundiales respectivos de manera creativa y con la temática del mundial 2014.

**26 MUNDIAL AL DIA** GUATEMALA, SÁBADO 26 DE MAYO DE 2014

## "FULECO", LA MASCOTA DE BRASIL

**27 MUNDIAL AL DIA** GUATEMALA, SÁBADO 27 DE MAYO DE 2014

**FUTBOL Y NATURALEZA REPRESENTAN EL ARMADILLO PARA LA COPA DEL MUNDO**

En una sesión del sábado de un período de fútbol, el ser un todo. La naturaleza se encuentra en el mundo del fútbol y la naturaleza a este deporte. La mascota representará la importancia de cuidar el medioambiente.

El 3 de octubre fue elegido por los aficionados brasileños 17 millones de personas votaron. Después más de 10 millones de personas votaron por las opciones propuestas: "Fuleco", "Zakumi" y "Pangolín". Finalmente, con un 48 por ciento ganó el armadillo que simboliza fútbol y ecología.

**2014: Fuleco** (Brasil)

**2010: Zakumi** (Sudáfrica)

**2006: Goleo VI** (Alemania)

**2002: Nadeshiko** (Japón)

**2002: Korona** (Corea y Japón)

**2002: Coco** (Alemania)

**1998: Footix** (Francia)

**1994: Striker** (Estados Unidos)

**1990: Ciao** (Italia)

**1986: Naranjito** (México)

**1982: Pique** (España)

**1978: Gauchito** (Argentina)

**1970: Juninho** (Brasil)

**1970: Tip y Tap** (México)

**1966: Wille** (Inglaterra)

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.

**Tema: GOLEADORES EN MUNDIALES**

- Infografía realizada con una diagramación en la que se jerarquizan las imágenes por tamaños e importancia de la información, temática del mundial, estadística realizada vectorialmente.

**26 MUNDIAL AL DIA** GUATEMALA, SÁBADO 26 DE MAYO DE 2014

## KLOSE BUSCA ROMPER LA MARCA

**27 MUNDIAL AL DIA** GUATEMALA, SÁBADO 27 DE MAYO DE 2014

**EL ALEMÁN ESTÁ A DOS GOLES DE CONVERTIRSE EN EL MÁXIMO GOLEADOR DE LOS MUNDIALES**

**DOSSIS D'OR**  
En el Mundial de Alemania, el alemán Miroslav Klose, también conocido como "El Bombero", ha marcado el mayor número de goles en un mundial de fútbol con 16 goles.

**MÁXIMO ASESINOS**  
En 11 mundiales mundiales, 23 jugadores han conseguido marcar como asesinos, es decir, con un gol.

**PELÉ**  
El jugador brasileño Pelé es el jugador más goleador de la historia del fútbol con 77 goles en 107 partidos.

**MIROSLAV KLOSE**  
Alemania  
16 goles  
Mundial de Alemania 2006

**GEROLAMO MATARRESE**  
Italia  
11 goles  
Mundial de Italia 1934

**JUST FONTAINE**  
Francia  
13 goles  
Mundial de Francia 1958

**RONALDO**  
Brasil  
12 goles  
Mundial de Francia 2006

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.

## Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 6-7

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

**Tema:** AUSENTES DEL MUNDIAL

Infografía realizada con una diagramación que genera movimiento por los tamaños utilizados de las imágenes, se buscó representar las ausencias de los jugadores en base a la información diagramada creativamente con la temática del mundial.

### MUNDIAL AL DÍA

## LOS GRANDES AUSENTES

LA FIESTA DEL FÚTBOL, MUNDIAL NO TENDRÁ A TODOS LOS INVITADOS QUE SE ESPERABAN

**LOS LESIONADOS**

**POSIBILIDADES**

**SIN CLASIFICAR**

**POR RECEPCIÓN TÉCNICA**

**Radamel Falcao**

**Rafael van der Vaart**

**Zlatan Ibrahimović**

**Carlos Bocanegra**

**Landon Donovan**

**Ricardo Rodríguez**

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.

**Tema:** GRUPOS DEL MUNDIAL

Infografía realizada en base a una diagramación libre, en la que se buscó representar a cada uno de los grupos del mundial con sus respectivas selecciones y principales figuras. Realizada con la temática del mundial y la creación sus elementos gráficos.

## LISTOS LOS GRUPOS PARA BAILAR SAMBA

ESTADOS UNIDOS, COSTA RICA, HONDURAS Y MÉXICO CON RIVALES DIFÍCILES PARA EL MUNDIAL

**FINAL DRAW FOR THE 2014 FIFA WORLD CUP™**

**GRUPO A**

**GRUPO B**

**GRUPO C**

**GRUPO D**

**GRUPO E**

**GRUPO F**

**GRUPO G**

**GRUPO H**

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.

# Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 8-9

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

**Tema: CHAMPIONS LEAGUE**

- Infografía realizada con técnica mixta, ya que se mezclaron vectores con imágenes con la intención de presentar un estilo para la champions league del continente europeo, la diagramación tiene dos puntos de atracción, la estadística de los equipos participantes y la información de los mismos con la actualidad de los clubes.

## CONTRA LA MALDICIÓN ALEMANA

REAL MADRID VISITA AL SCHALKE 04 EN EL JUEGO DE IDA POR LOS OCTAVOS DE FINAL

**Príncipe Boateng** | **Benedito Hinojosa** | **Cristiano Ronaldo** | **Sergio Ramos**

**HOY**  
 Estadio: MetLife Stadium (USA)  
 Hora: 20:00h (UTC-5)  
 DT: Josep Keizer (ALE) vs DT: Carlo Ancelotti (ITA)

**Camino a Octavos** (Mapa de Europa)

**Grupo A** | **Grupo B**

**DROGBA RECIBE A MOURINHO**

El Chelsea recibirá a su entrenador portugués en el Stamford Bridge...

El Chelsea es el club que mejor ha funcionado en la historia del fútbol europeo...

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
 Fotos: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
 Información: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.

**Tema: FINAL CHAMPIONS LEAGUE**

- Infografía vectorial realizada con la temática de un juego de conquista, se buscó representar el dominio de los dos clubes finalistas por medio de un mapa de Europa coloreado con la tonalidad de los equipos en señal de dominio sobre los países en los que habían jugado y ganado. La diagramación es libre. Se presentó la estadística de los clubes y la de los entrenadores de cada club. Se incorporaron dos ilustraciones. La lectura de la infografía empieza con una pequeña introducción y concluye con la explicación de la misma para finalizar con una comparación.

## LISBOA, LA ÚLTIMA PARADA

REAL MADRID Y ATLÉTICO ENFRENTARÁN MAÑANA SU ÚLTIMA BATALLA EN BUSCA DE DOMINAR EUROPA

**Carlo Ancelotti** | **Diego Simeone**

**17 de julio de 1950**  
 El Atlético de Madrid gana al Real Madrid por 2-0 en la final de la UEFA Champions League 2016.

**25 de abril de 1960**  
 El Real Madrid gana al Atlético de Madrid por 1-0 en la final de la UEFA Champions League 2017.

**Números en la octava** (Mapa de Europa)

**El récord del Real Madrid**

**El récord del Atlético de Madrid**

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
 Fotos: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
 Información: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.

## Contraportada

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho.



Diagramada al seguir la línea de diseño del manual, con la diagramación de una ilustración en la parte inferior derecha, colocada bajo la tendencia imágenes grandes, para apreciar el arte de mejor manera. La ilustración da la pauta a la finalización del manual de referencia digital de infografía deportiva.

# Capítulo VIII

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

El enfoque del manual digital de infografía deportiva es mixto, por lo que se utilizará el enfoque cuanti y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada al grupo objetivo y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al grupo objetivo, 8 diseñadores, hombres y mujeres de la sección de arte y diagramación del periódico al día, y a 7 expertos en el área de comunicación, infografía y diseño gráfico y por último con el cliente del proyecto.

### **8.1 Población y Muestreo:**

Para la validación del proyecto es necesario identificar a la población de interés que ayudan a probar que se cumplen los objetivos del manual de referencia digital de infografía deportiva o realizar modificaciones del mismo.

#### **8.1.1 Población**

Para realizar la validación técnica del manual digital de infografía deportiva se acudió a recolectar información de tres grupos, diseñadores de la sección de arte y diagramación del periódico al día, expertos en elaboración de infografías, expertos en comunicación y diseño, y cliente.

#### **8.1.2 Muestreo**

##### **8.1.2.1 Expertos**

1. Licenciado Rolando Barahona – Diseño Gráfico
2. Licenciada Lisa Quan – Diseño Editorial y Diseño Gráfico
3. Licenciada Wendy Franco – Diseño Gráfico
4. Licenciado Marlon Borrayo – Publicidad y Diseño Gráfico

5. Infografista Marco Vinicio Flores – Infografía

6. Editor Luis Enrique González Pérez – Comunicación

8.1.2.2 Cliente

1. Editor Gráfico Carlos Alexander Pérez Turcios.

8.1.2.3 Grupo Objetivo

Se entrevistaron a ocho personas de ambos géneros, quienes tienen entre 20 a 40 años de edad, el nivel socio económico del grupo objetivo al que va dirigido el manual digital de infografía deportiva es de, C+, C, C- (Nivel medio). El grupo objetivo tiene como principal función trabajar y estudiar, su desempeño para la empresa consta en realizar artes finales y páginas de diseño editorial para la sección de arte y diagramación del periódico.

## **8.2. Método e Instrumentos**

Para realizar la validación del proyecto es necesario tomar en cuenta la opinión y el criterio, tanto del grupo objetivo como la de los expertos y el cliente, por lo que se realizó la técnica de la encuesta para verificar el funcionamiento y si el manual de referencia digital de infografía deportiva cumple los objetivos planteados. La encuesta se realizó de manera personal, que consiste en actuar sobre el objeto de estudio para modificarlo y realizar preguntas cerradas.

8.2.1. Investigación

Es la obtención, clasificación y análisis de datos y hechos que están relacionados con la transferencia y venta de mercancías y productos (Soler, 2001). Consiste en obtener la mayor cantidad de información de una forma ordenada con el fin de asistir y adquirir conocimiento para toma de decisiones.

#### 8.2.1.1. Enfoque cualitativo:

El proceso no es definido y es poco flexible, se basa en la lógica y el proceso inductivo. Los métodos de recolección del enfoque cualitativo no son estandarizados, ni numéricos, por lo que no aplican procesos estadísticos. Esta metodología es inductiva, ya que desarrolla conceptos partiendo de los datos. Este enfoque trata de estudiar la conducta tal como la gente vive su mundo. Esta metodología está sujeta a la interpretación subjetiva, pero tiene la ventaja que brinda datos profundos y muy útiles, ya que da una perspectiva más personal por lo tanto una mejor comprensión del grupo objetivo.

#### 8.2.1.2. Enfoque cuantitativo:

Este enfoque se basa en la recolección de datos e información, en la medición numérica, y en un análisis estadístico, por lo que se buscan datos descriptivos más generales, porcentajes y estadísticos. La ventaja de este enfoque es que se puede tener datos más exactos, controlados y sólidos. La interpretación en el enfoque cuantitativo es objetiva y debido a la naturaleza del mismo la perspectiva del grupo es vista desde afuera, se suele generalizar y asume una realidad estable. (Soler, 2001).

### **8.2.2. Tipos de Investigación**

#### 8.2.2.1. Estudio exploratorio:

Reúne la mayor información posible acerca del problema para formular hipótesis útiles. Su principal objetivo es obtener un conocimiento más amplio sobre el problema que se estudia.



#### 8.2.2.2. Investigación descriptiva:

Se basa en reunir todas las características o rasgos del grupo, objeto o fenómeno estudiado. Responde a preguntas como el quién, donde, cuando, cómo y por qué. Tiene como principal objetivo conocer las costumbres, actitudes y comportamientos que predominan, con resultados exactos pero generales por lo que no se posee un conocimiento profundo del objeto estudiado. Es utilizada para frecuencias, promedios y datos estadísticos.

#### 8.2.2.3. Investigación explicativa:

Esta investigación es más formal y suele ser muy exigente, ya que supone tomar en cuenta todas las variables y como estas pueden afectarse entre sí. El objetivo de esta investigación es proporcionar evidencia suficiente sobre la existencia de relaciones causales. Para ello se requiere de un conocimiento bastante amplio por parte del investigador acerca de las variables y de la forma en como estas se comportan y se relacionan. (Namakforoosh, 2005).

### **8.2.3. La encuesta, el cuestionario y la entrevista.**

#### 8.2.3.1. La Encuesta.

Es una técnica de recopilación de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos en la cual se pueden conocer opiniones, actitudes y tipos de comportamientos. Es un método de investigación importante, ya que es un procedimiento que permite explorar y obtener información de número considerable de personas. Estos datos sirven para captar la información personal de los sujetos en estudio como la edad, su profesión, entre otros. Ayuda a conocer opiniones, creencias, actitudes, intereses, intenciones, puntos de vista, percepciones, sentimientos y valoraciones de las personas.

#### 8.2.3.2. El Cuestionario.

Es un conjunto de preguntas que se confeccionan para obtener información con algún objetivo en concreto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas y expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, en donde no es necesaria la intervención del encuestador ya que, por lo general, es respondido por el encuestado de forma escrita. Para ello las preguntas deben ser específicas y bien estructuradas ya que la comunicación entre ambas partes es escasa. Un cuestionario sigue un patrón uniforme, que permite obtener y catalogar las respuestas, lo que favorece su contabilidad y la comparación de los resultados.

#### 8.2.3.3. La Entrevista.

Se caracteriza por una mayor participación del encuestador, donde las preguntas llevan menor estructuración ya que se apoya en la comunicación verbal, por lo que se entabla una conversación. La entrevista por lo general genera respuestas de contenido profundo, ya que se tiene total libertad de expresión y sin un límite de tiempo.

#### 8.2.3.4. Escala de Likert

Permite medir la actitud hacia un objeto en base al grado de acuerdo o desacuerdo de los entrevistados con una serie de enunciados positivos o negativos que representan atributos del objeto estudiado, su aplicación es de manera rápida y sencilla. Esta escala plantea cinco alternativas de respuestas: totalmente de acuerdo, bastante de acuerdo, de acuerdo, bastante en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. El listado de enunciados se elabora en base a estudios previos, experiencias y conocimientos del tema estudiado.

#### **8.2.4. Aspectos a evaluar**

La encuesta se divide en tres partes: objetiva, semiológica y operativa. Con preguntas que evalúan distintas cualidades para llegar a tener resultados que ayuden a la validación del proyecto.

8.2.4.1 Parte Objetiva: Se validan los objetivos específicos del proyecto y se comprueba si son acertados.

8.2.4.2 Parte Semiológica: Se validan los aspectos relacionados con valores, emociones y sentimientos que transmiten los elementos, con el fin de analizar si se utilizaron de manera correcta los elementos dentro del proyecto.

8.2.4.3 Parte Operativa: Si es legible, si tiene el tamaño adecuado, y si realmente cumple con los objetivos por los que fue creado el proyecto.

Experto: Se llevó a cabo la encuesta con los expertos en sus lugares de trabajo, mostrando el proyecto y dando el tiempo necesario para anotar cualquier aporte o crítica hacia el mismo.

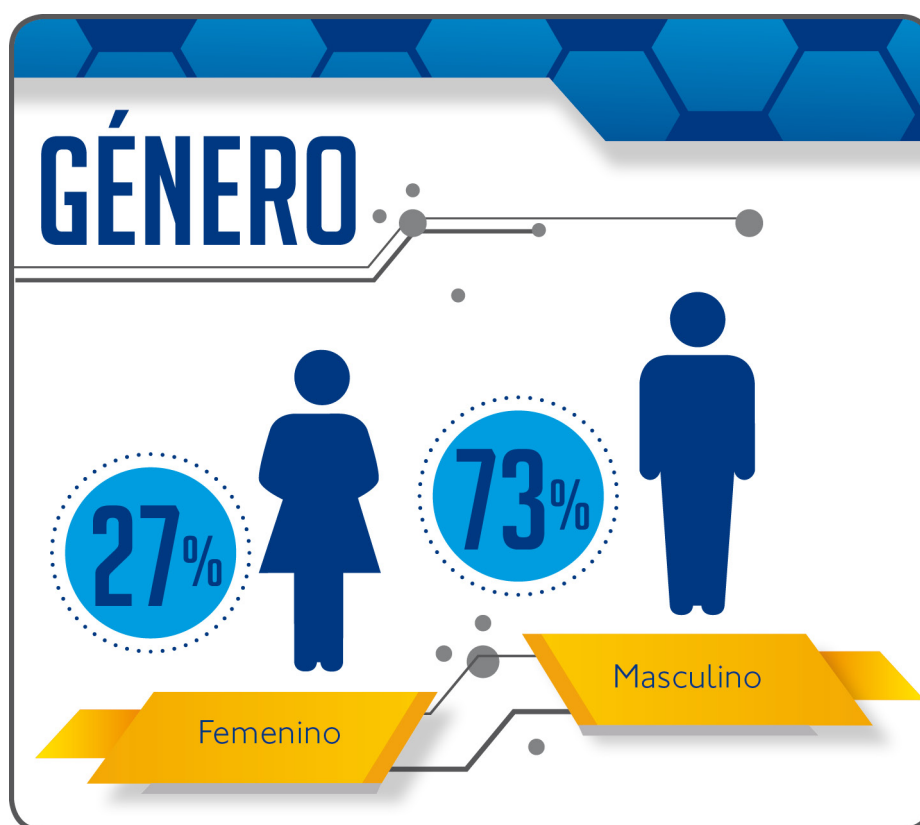
Cliente: Se presentó el proyecto con el cliente en su área de trabajo y luego se realizó la entrevista, con el fin de obtener comentarios y críticas para mejorar el contenido y anotar cualquier aporte que beneficie el proyecto.

Grupo Objetivo: Se presentó el proyecto a los diseñadores en sus lugares de trabajo, con el fin de analizar si la funcionalidad del mismo es correcta, y luego se realizó la entrevista con el fin de obtener aportes y críticas del contenido.

### 8.3 Resultados e Interpretación de Resultados

Para la validación del presente proyecto se tomó una muestra de 8 personas, específicamente de la sección de arte y diagramación del periódico al día para el grupo objetivo al cual va dirigido el manual digital de infografía. Se entregó una encuesta en la que se valora: edad, género, área objetiva, área semiológica, área operativa, para así tener una apreciación cuanti y cualitativa de dicho manual. También se realizó la encuesta a 6 expertos conocedores del área de Diseño Gráfico, Comunicación, Infografía, y Cliente. Se les presenta el manual digital en la que se muestra el trabajo realizado.

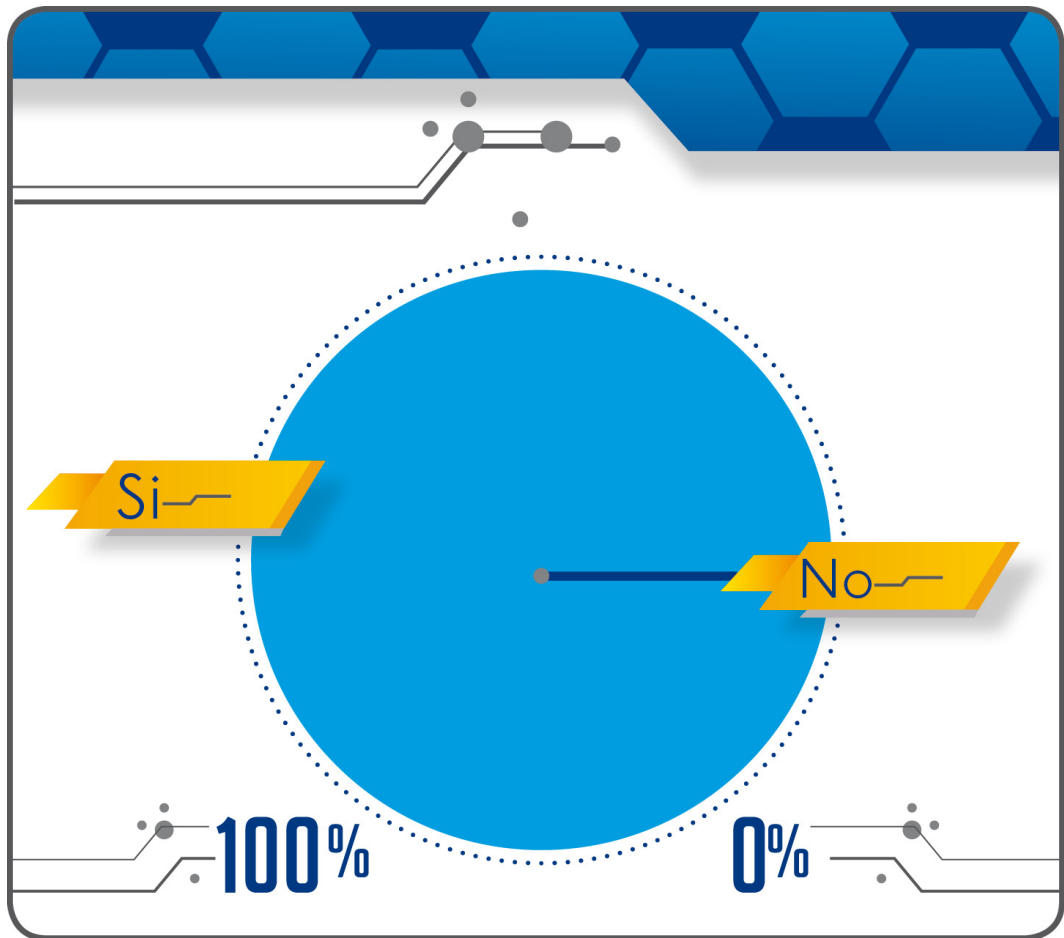
#### Género



**Interpretación:** El 73% de los encuestados es de género masculino y el 27%, de género femenino.

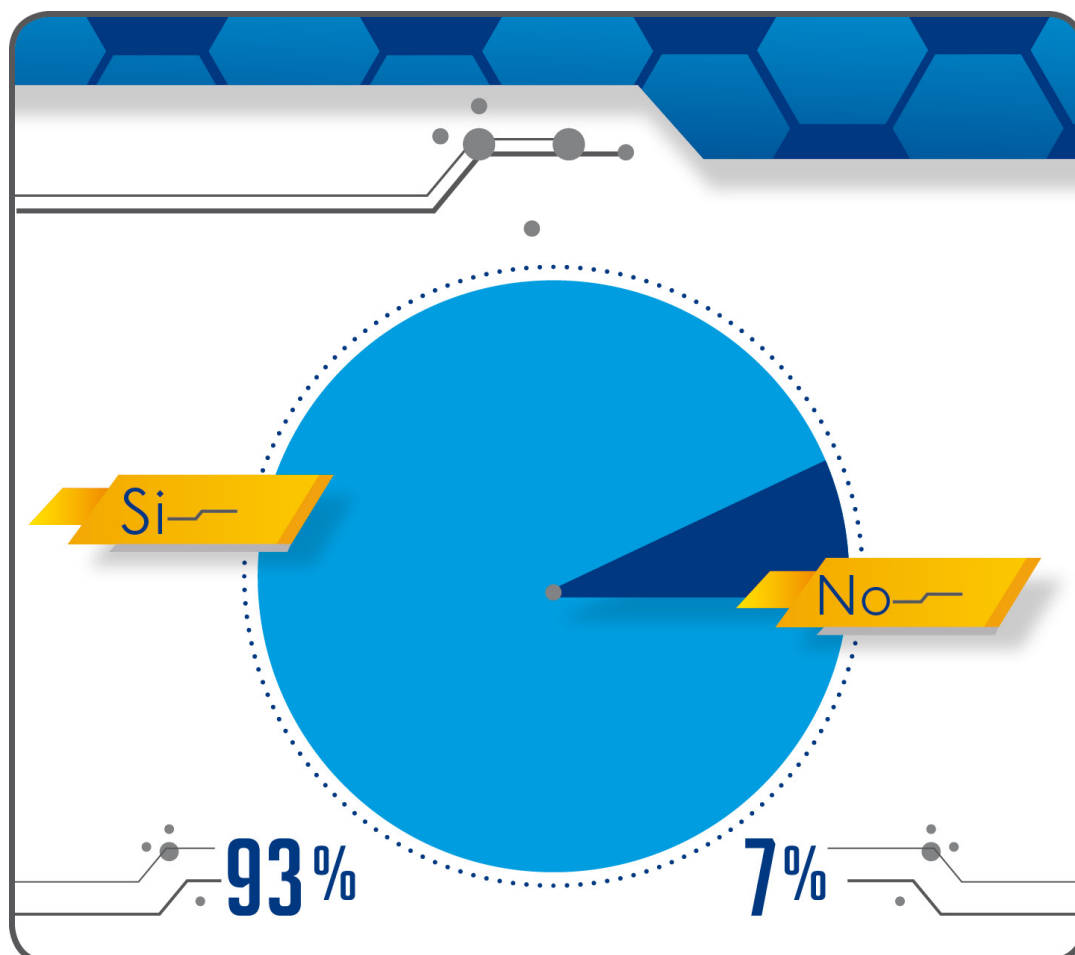
## Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar el personal de la sección de arte y diagramación del periódico al día?



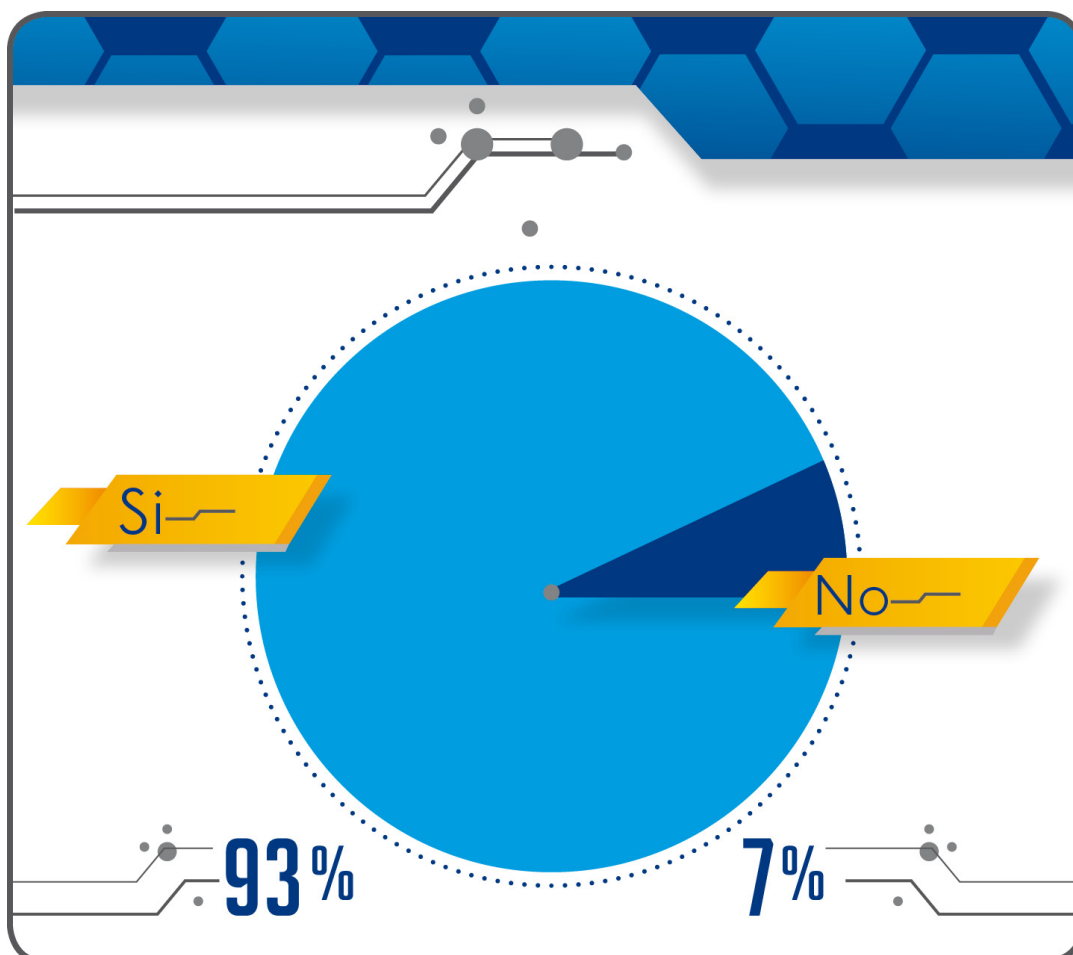
**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario diseñar un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar a los diseñadores de la sección de arte y diagramación del periódico al día.

2. ¿ Cree que es necesario investigar toda la información acerca de la elaboración de manuales digitales para sustentar la realización de este proyecto?



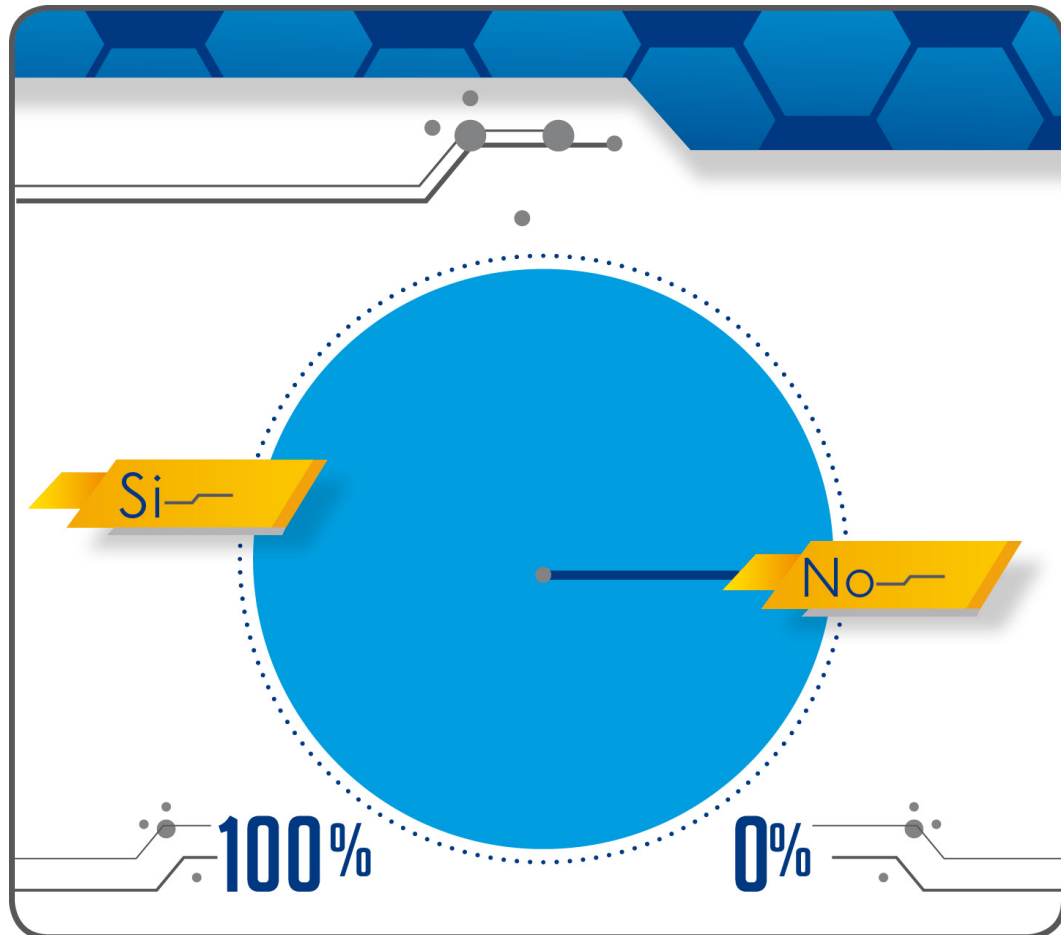
**Interpretación:** El 93% de los encuestados considera que es necesario investigar toda la información acerca de elaboración de manuales digitales para sustentar la realización del mismo, y el 7% restante considera que no es necesario.

3. ¿Considera necesario recopilar información relacionada al desarrollo de infografía deportiva de Corporación de Noticias S.A. para determinar el contenido del manual?



**Interpretación:** El 93% de los encuestados considera que es necesario recopilar información relacionada al desarrollo de infografía deportiva para determinar el contenido del manual, y el 7% restante considera que no es necesario.

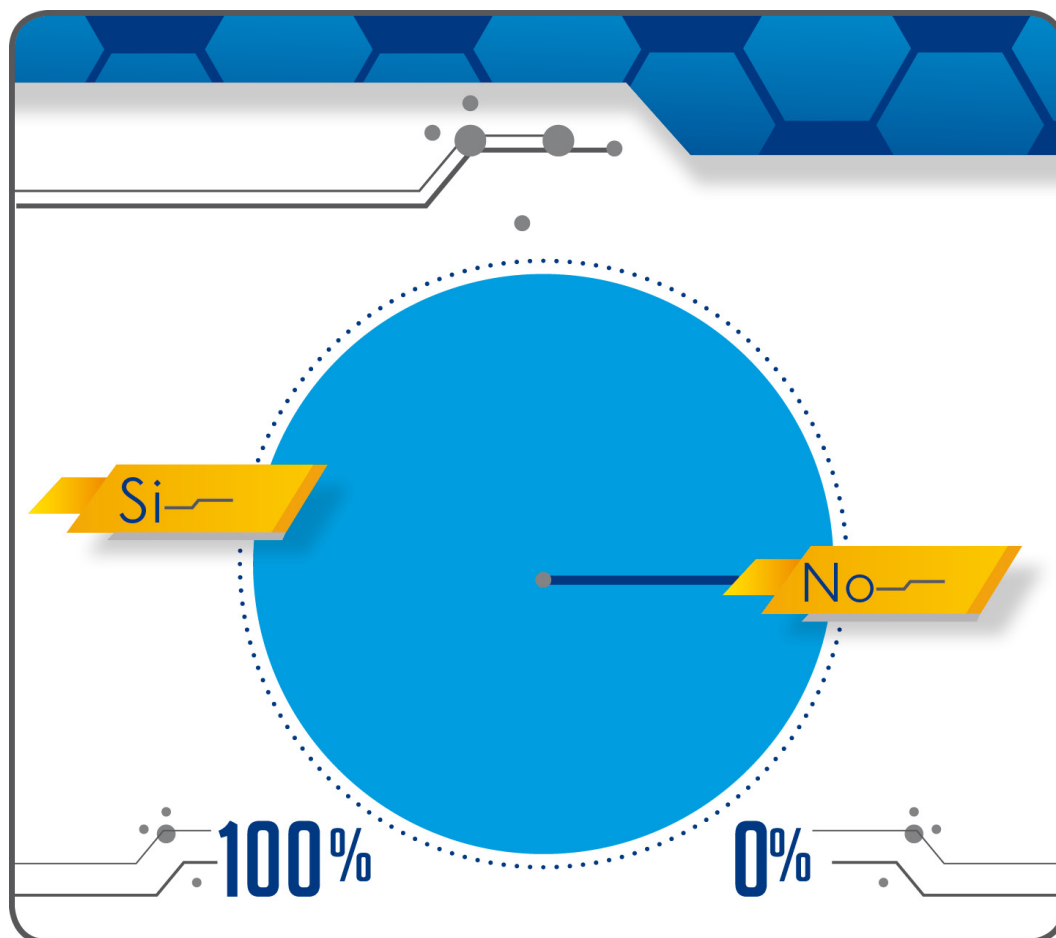
4. ¿ Considera necesario diagramar la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición para que el contenido sea comprensible y de fácil lectura?



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario diagramar la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición, para que el contenido sea comprensible y de fácil lectura.



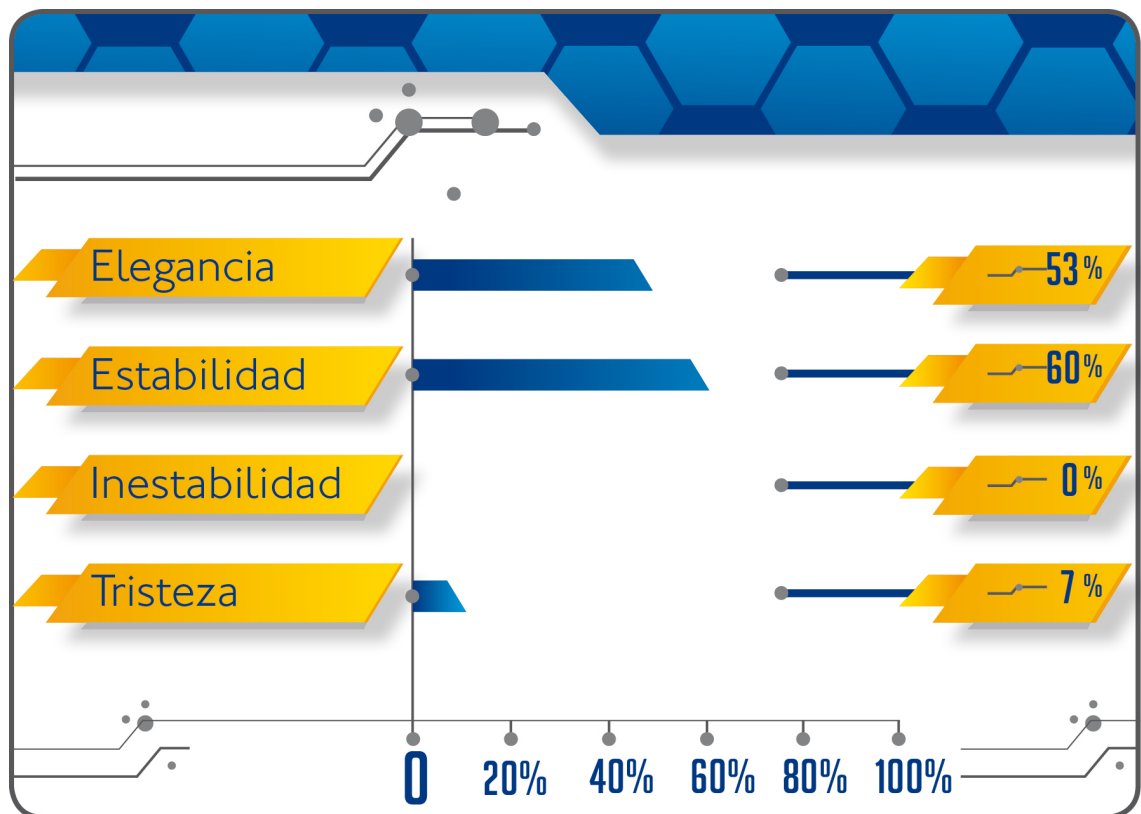
5. ¿ Considera necesario presentar como ejemplo infografías para facilitar la capacitación del personal en el desarrollo y diseño de infografía deportiva?



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario presentar como ejemplo infografías para facilitar la capacitación del personal en el desarrollo y diseño de infografía deportiva.

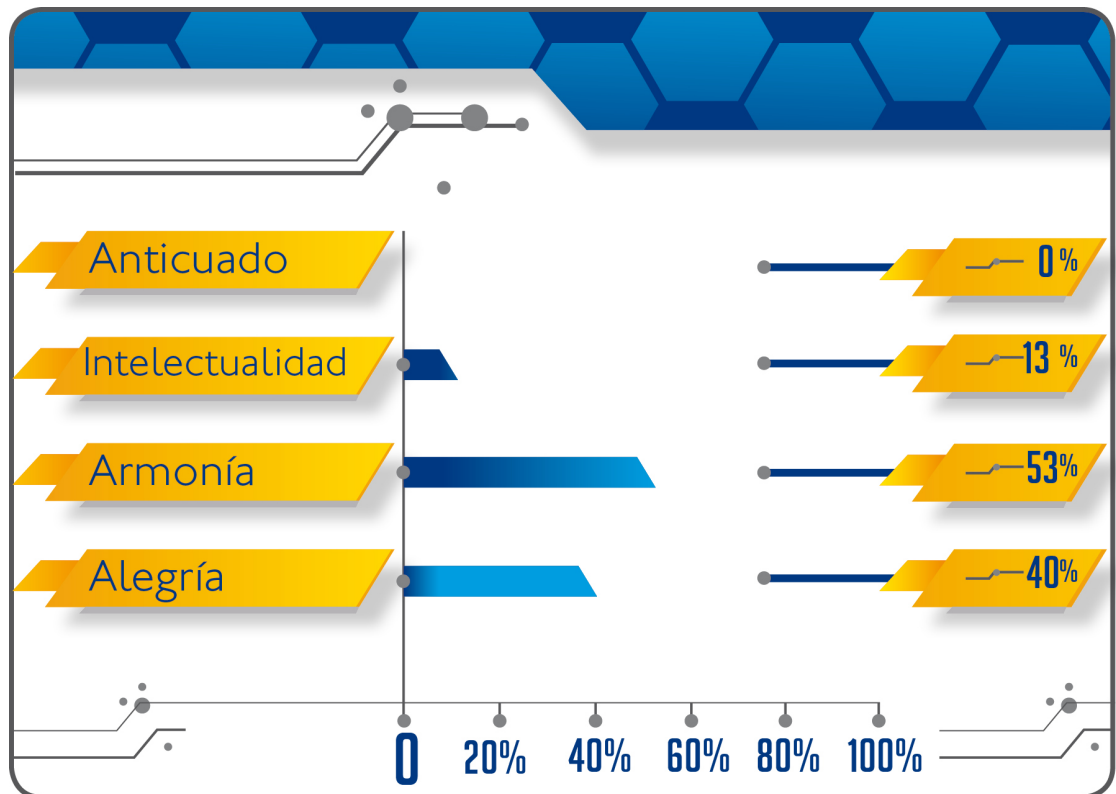
## Parte Semiológica

6. ¿ Qué sentimientos le transmiten el color gris del fondo dentro del manual digital ?



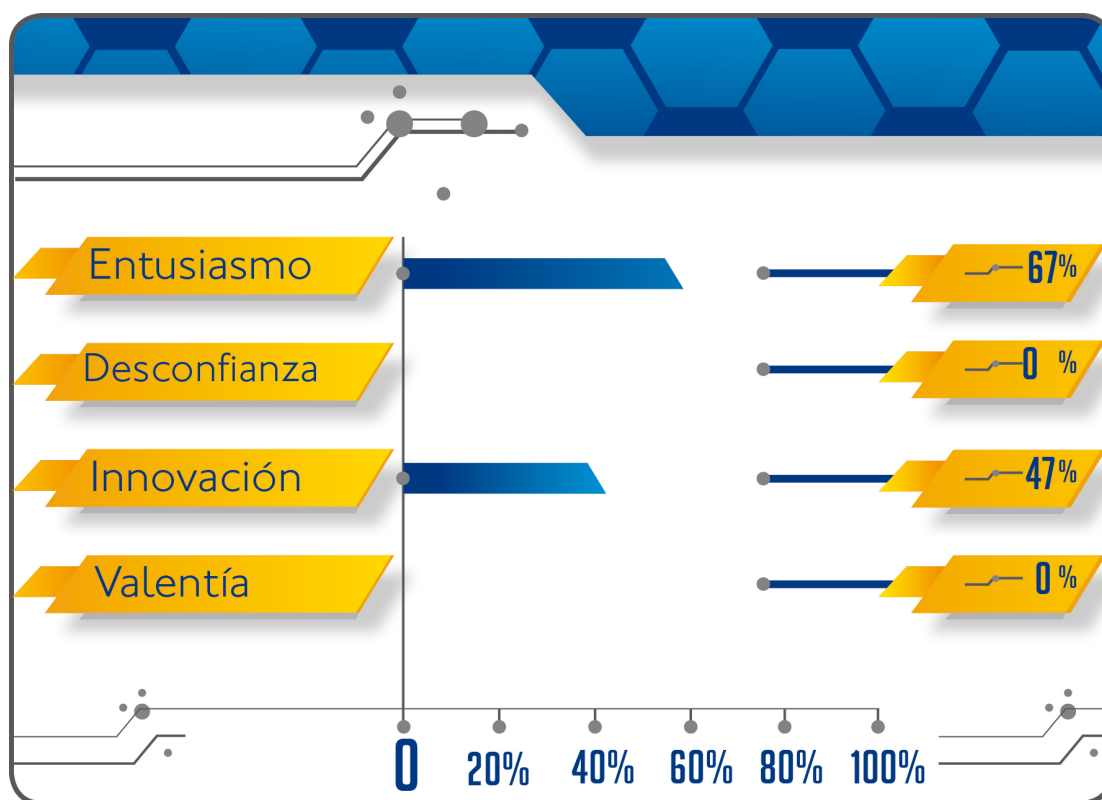
**Interpretación:** El 60% de los encuestados considera que el color gris del fondo dentro del manual transmite estabilidad, el 53% considera que representa elegancia y el 7% restante considera que genera tristeza, por lo que cumple su funcionalidad dentro del manual de referencia digital de infografía deportiva, al transmitir correctamente los sentimientos que se buscan con la tonalidad gris en el diseño.

7. ¿ Qué sensaciones le transmite el color amarillo dentro del manual digital?



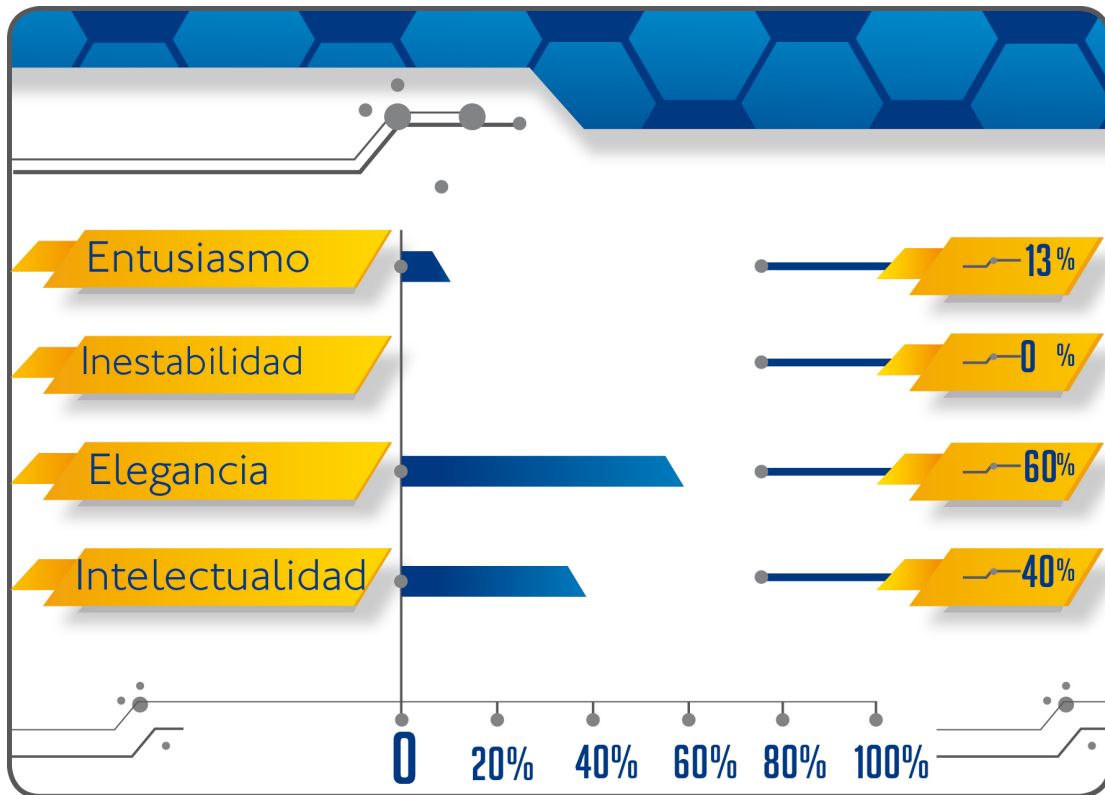
**Interpretación:** El 53% de los encuestados considera que el color amarillo transmite armonía, el 40% considera que emite alegría y el 13% restante considera representa intelectualidad, por lo que el tono amarillo cumple su función dentro del manual de referencia digital de infografía deportiva al representar correctamente las sensaciones que se buscan con la tonalidad dentro en los diseños.

8. ¿ Qué emoción le transmite el color naranja dentro del manual digital?



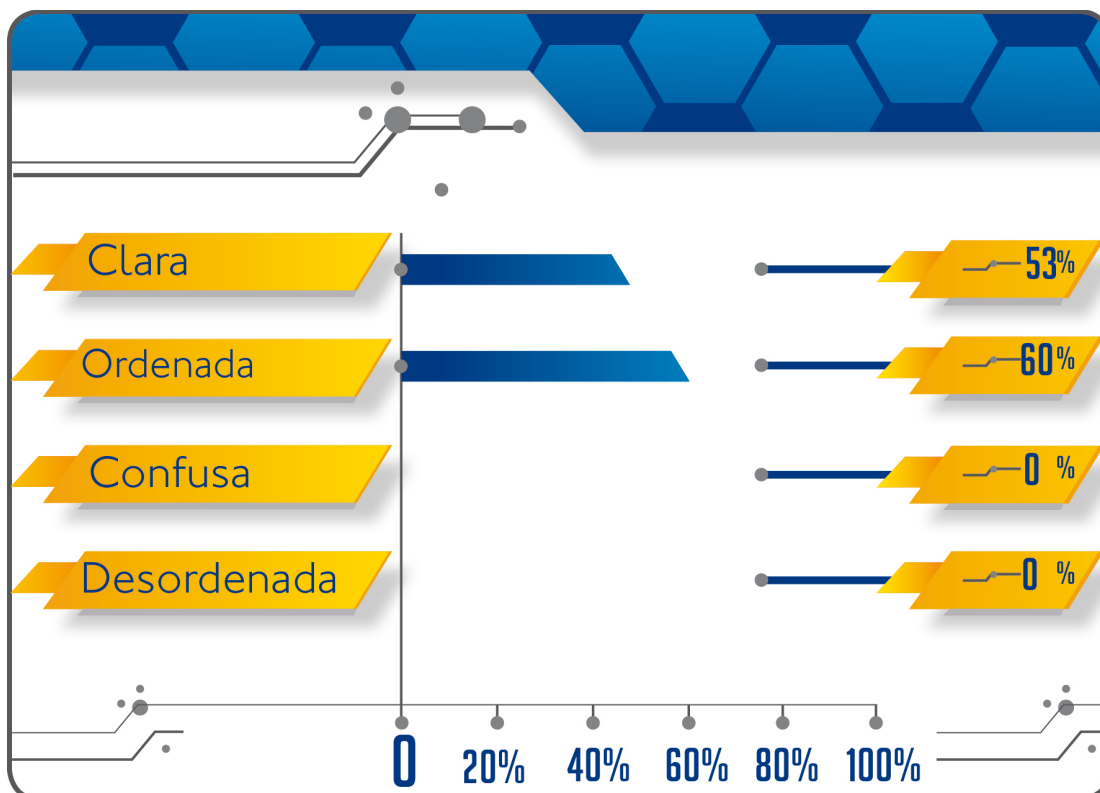
**Interpretación:** El 67% de los encuestados considera que el color naranja transmite entusiasmo y 47% considera que genera innovación. Por lo tanto la tonalidad naranja cumple la función emotiva al transmitirle a los lectores entusiasmo e innovación a través del diseño del manual de referencia digital de infografía deportiva.

9. ¿ Qué percepción le transmite el color azul dentro del manual digital?



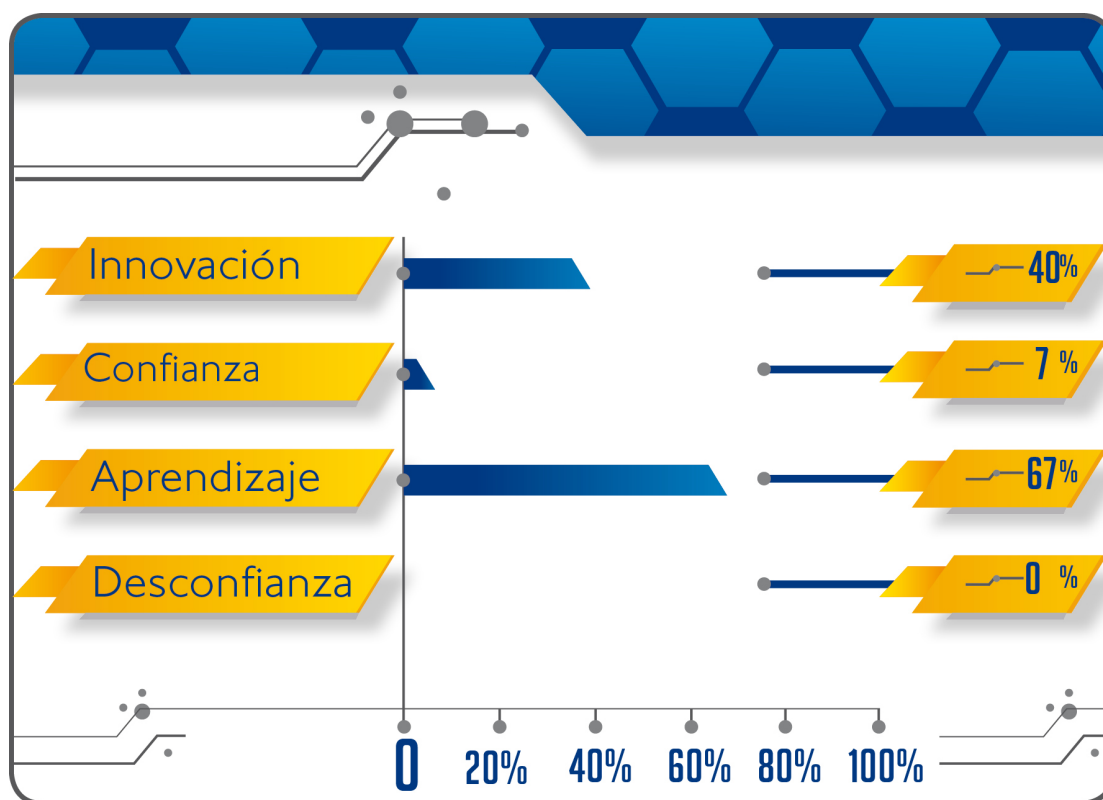
**Interpretación:** El 60% de los encuestados considera que el color azul transmite elegancia, el 40% considera que genera intelectualidad y un 13% entusiasmo. Por lo que la tonalidad azul dentro del manual de referencia digital de infografía deportiva cumple su función al transmitir correctamente las percepciones al grupo objetivo.

10. ¿ Cómo considera la forma en que se organizaron los elementos gráficos dentro del manual digital ?



**Interpretación:** El 60% de los encuestados considera que la forma en que se organizaron los elementos gráficos dentro del manual es de forma ordenada, y 53% opina que están los elementos están organizados de manera clara, por lo que la manera en que se organizaron los elementos gráficos dentro del manual de referencia digital de infografía deportiva es adecuada para los lectores.

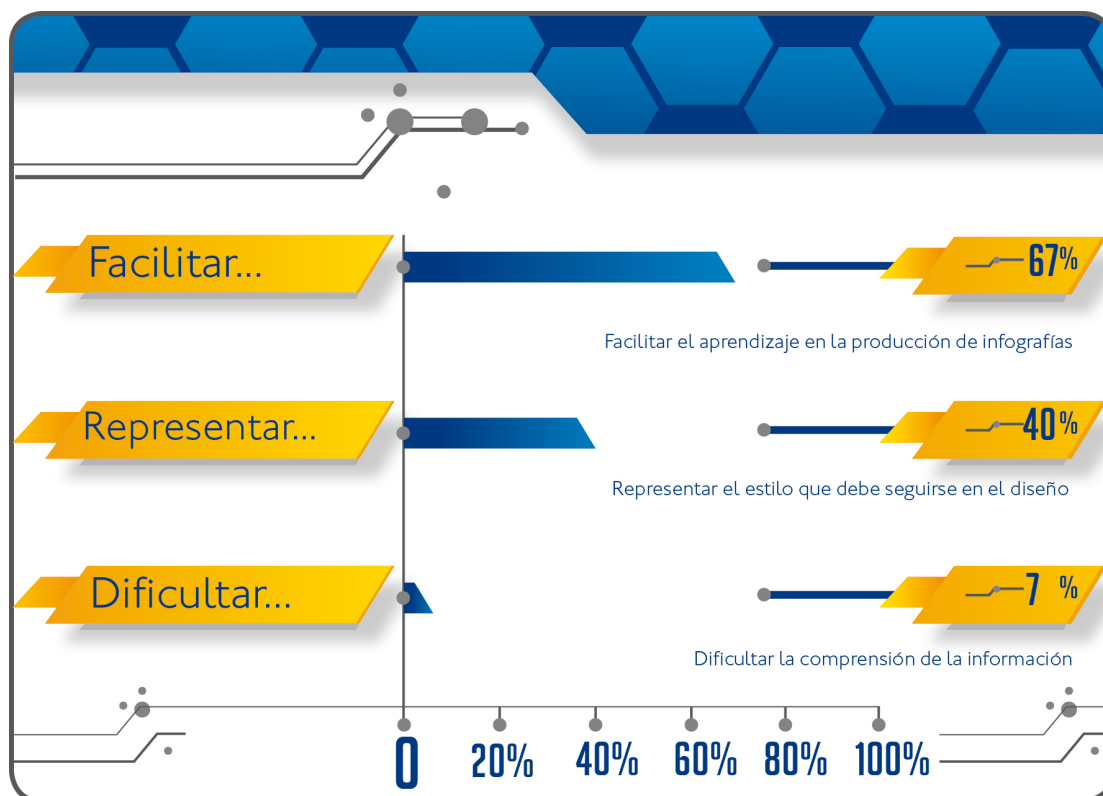
11. A su criterio ¿Considera que las infografías utilizadas dentro del manual digital transmiten?



**Interpretación:** El 67% de los encuestados considera que las infografías utilizadas dentro del manual digital generan aprendizaje, el 40% considera que transmiten innovación y un 7% confianza. Por lo que las infografías utilizadas dentro del manual transmiten correctamente el mensaje que se planteó al generar aprendizaje e innovación.

## Parte Operativa

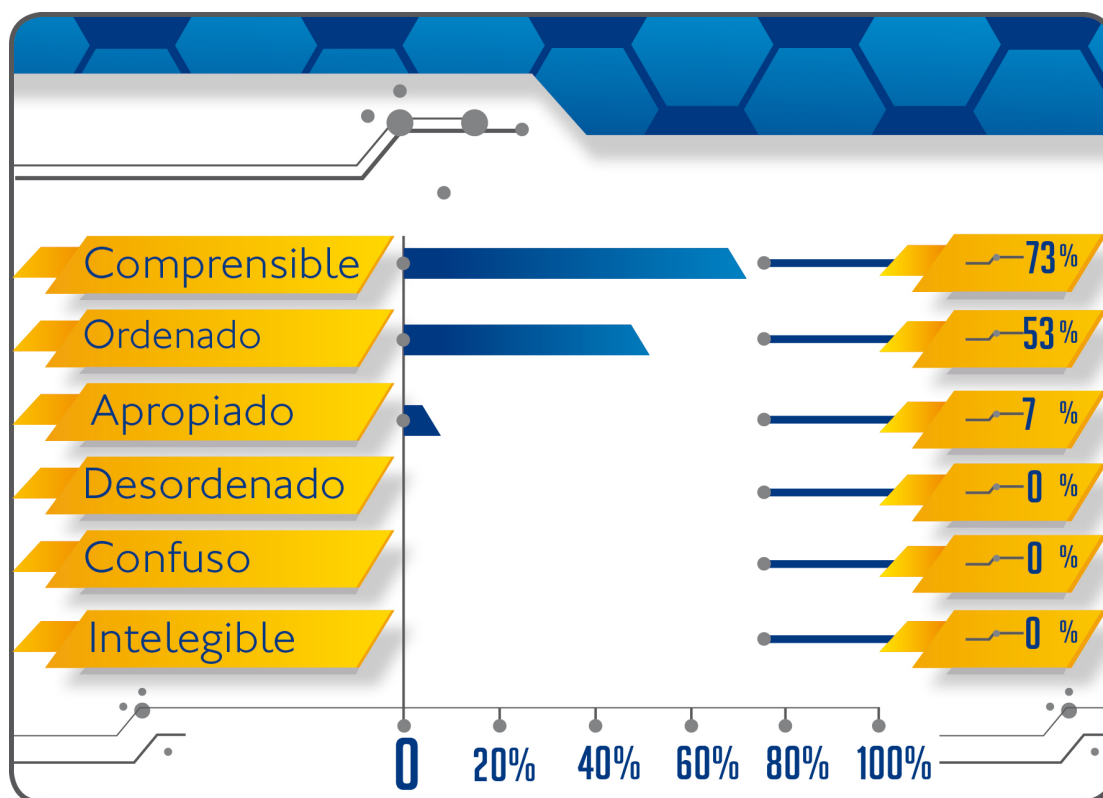
12. Según su criterio, ¿El manual digital cumple la función de?



**Interpretación:** El 67% de los encuestados considera que el manual cumple la función de facilitar el aprendizaje en la producción de infografías, 40% considera que representa el estilo que debe seguirse en el diseño y, por último, un 7% cree que dificulta la comprensión de la información. Por lo que el manual de referencia digital de infografía deportiva cumple la función correctamente de facilitar el aprendizaje y representar el estilo gráfico de infografía del periódico al día.

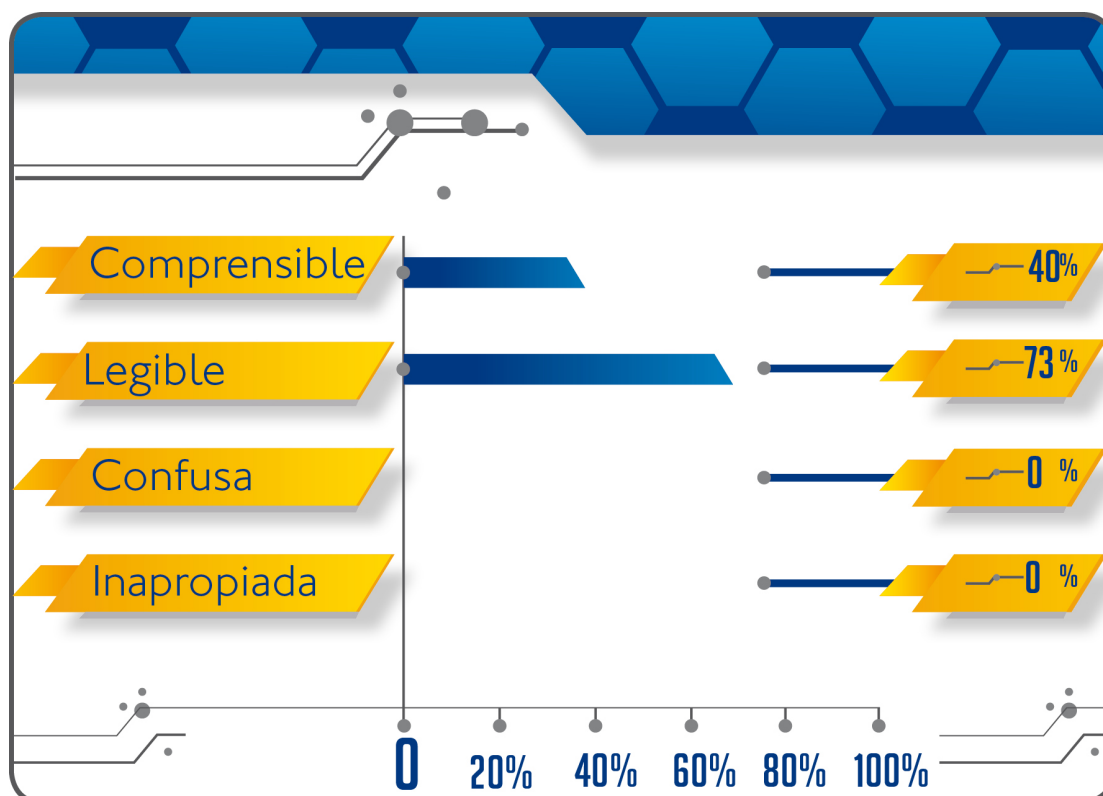


13. Considera que el contenido del manual digital de infografía deportiva es...



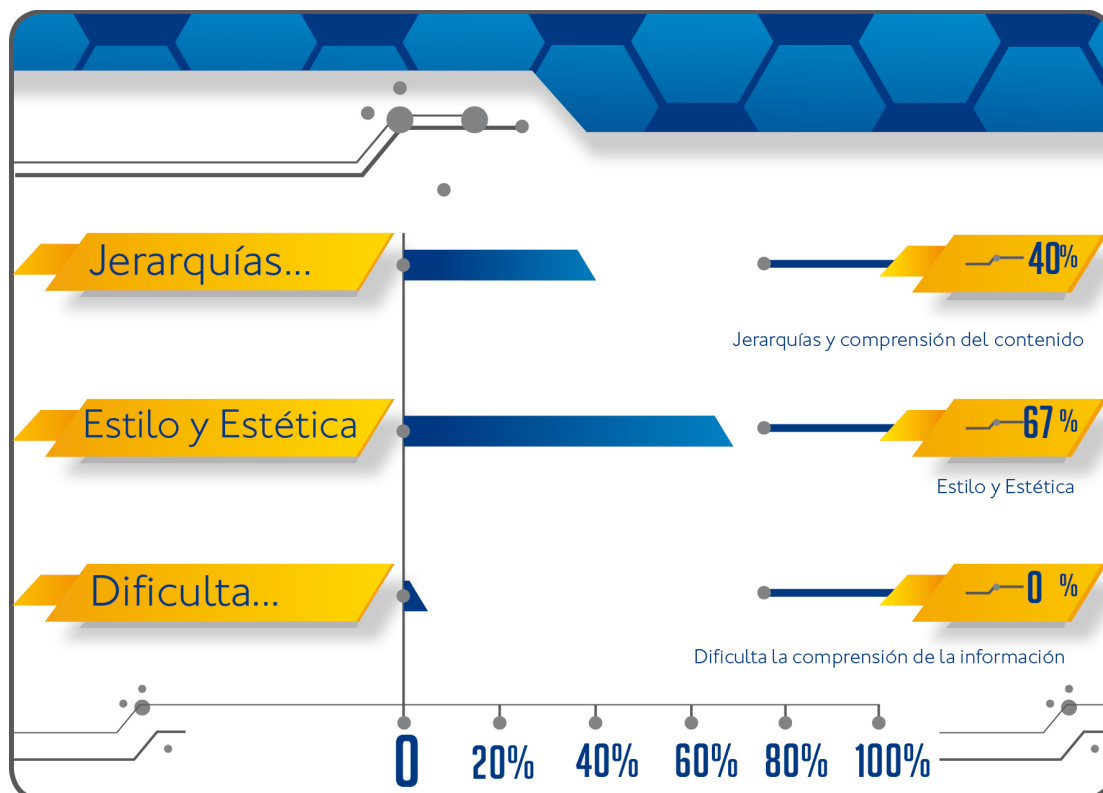
**Interpretación:** El 73% de los encuestados considera que el contenido del manual es comprensible, el 53% cree que es ordenado y 7% cree que es apropiado. Por lo que el contenido del manual es adecuado, según los encuestados, al ser comprensible en su mayoría, ordenado y apropiado para el grupo objetivo y cumplir su función correctamente.

14. A su criterio, Considera que la tipografía utilizada en el manual digital es..



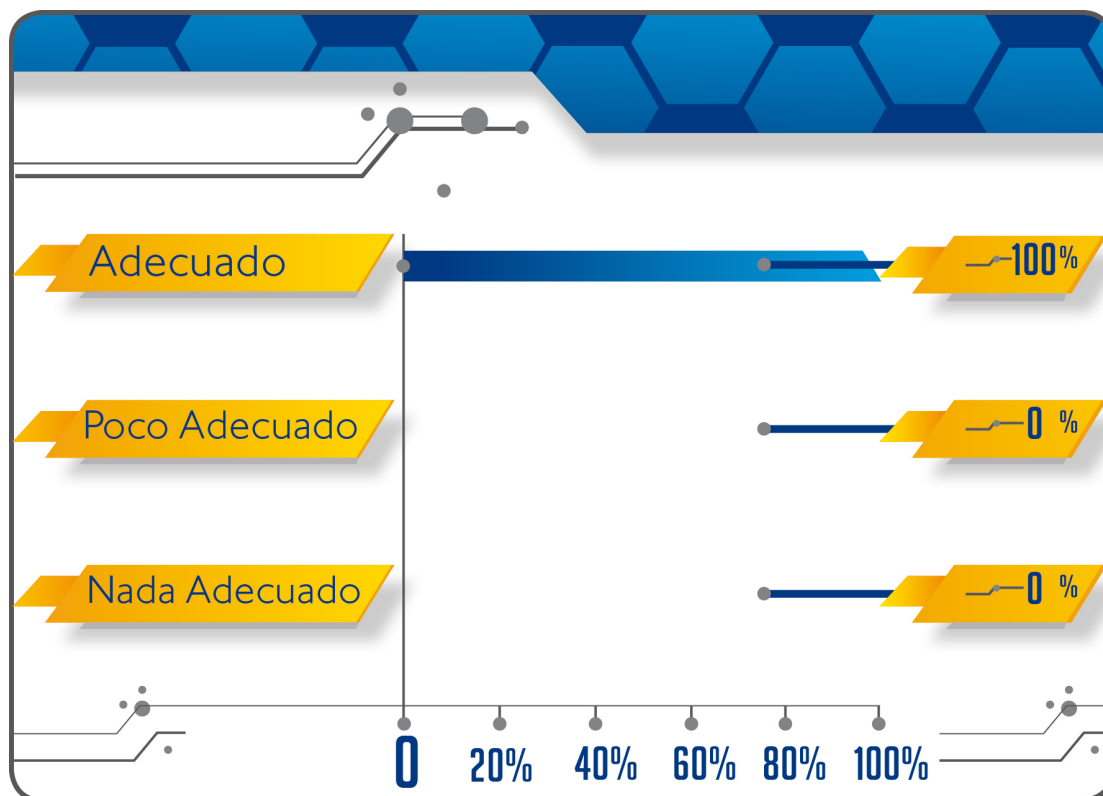
**Interpretación:** El 73% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el manual digital es legible, el 40% considera también que los textos son comprensibles. Por lo que la tipografía utilizada dentro del manual de referencia digital de infografía deportiva es adecuada y cumple con su función al ser comprensible y legible para el lector.

15. A su criterio, ¿Qué genera la tipografía utilizada en la información del manual de referencia digital?



**Interpretación:** El 67% de los encuestados considera que la tipografía utilizada para la información del manual digital genera estilo y estética, y 40% cree que marca jerarquías y comprensión del contenido. Por lo tanto, la tipografía cumple su función al generar correctamente en el lector jerarquías en los textos al diferenciar las importancias, y el buen uso de la misma al generar estilo y estética y hacer agradable la lectura.

16. Considera que el tamaño del manual digital de infografía deportiva es...



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que el tamaño del manual digital de infografía deportiva es adecuado. Por lo que cumple satisfactoriamente un contenido adecuado para su reproducción.

## 8.4 Cambios en base a resultados:

En base a los resultados de las encuestas y las observaciones de expertos, cliente y grupo objetivo, se identificó la necesidad de realizar algunos cambios en la propuesta gráfica, y se añadieron 4 páginas extras.

**Página Interior:** Introducción.

**Antes**



**Después**



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se decide aumentar el tamaño de los textos para mejorar y facilitar la lectura.

## Páginas añadidas

**Página Interior:** Reglas de la sección, Tipografías.



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos y cliente se decide añadir una página que tenga las reglas de la sección de arte y diagramación para saber qué tipografías se pueden utilizar y qué tamaños debe respetar el grupo objetivo al producir infografías.

**Página Interior:** Imágenes.



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos y cliente se decide añadir una página que tenga el reglamento de cómo utilizar imágenes e iconos dentro de las infografías, en esta página se especifica el estilo y qué se puede hacer y qué no se puede hacer en los diseños.

## Página Interior: Uso de logos y Tamaños de infografías.



**Razonamiento:** En base a comentarios y opiniones de expertos y cliente se decide añadir una página que tenga un reglamento de cómo utilizar los logotipos de los equipos en las infografías, de qué manera esta permitido y sobre qué elementos se pueden utilizar, así como también las tres medidas permitidas por el periódico para realizar infografías.

## Página Interior: Colores de la sección.



**Razonamiento:** En base a comentarios y opiniones de expertos y cliente se decide añadir una página que tenga un reglamento que especifique que colores con base a la cuatricromía CMYK se pueden utilizar en la sección, así como las tonalidades de los elementos gráficos que serían utilizados en las infografías.

Pagina Interior: Muestras de infografías págs. 15 a 25.

Antes



Después



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se decide agrandar el tamaño de los textos para mejorar y facilitar la lectura de todas las muestras de infografías que van dentro del manual, desde la página 15 a la página 25, en la mayoría de páginas se modifico la numeración.



# Capítulo IX

## **Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final**

Se presenta el manual de referencia digital de infografía deportiva, su objetivo es generar aprendizaje sobre elaboración de infografías para los diseñadores de la sección de arte y diagramación del periódico al día, esto con el fin de solucionar la problemática de Corporación de Noticias S.A. y ahorrarse el comprar materiales gráficos en internet y recuperar la calidad de sus productos así como también la exclusividad de los mismos. Luego de haber realizado los cambios con base en los resultados de la validación, se presenta una nueva propuesta del proyecto que hace referencia en mejoras a favor de su presentación, contenido y visualización. Como resultado de los cambios propuestos en los incisos anteriores, el nuevo manual digital es más agradable a la vista y genera un mejor aprendizaje de su contenido, así como se han añadido páginas con el reglamento de la sección en cuanto a la elaboración de infografías. El documento es de 8.5” de alto por 11” de ancho, y cuenta con 28 páginas.

**Portada**

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho.



## Interiores: Introducción - Índice

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

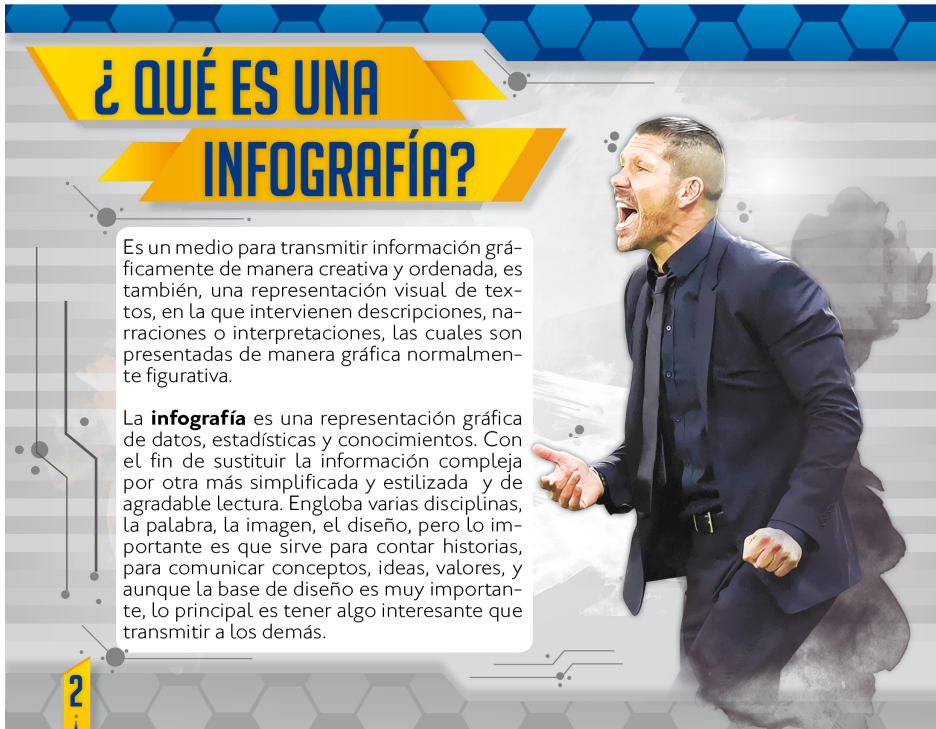
8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



## Interiores: ¿Qué es una Infografía? - ¿Cómo crear una infografía?

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



**¿ QUÉ ES UNA INFOGRAFÍA?**

Es un medio para transmitir información gráficamente de manera creativa y ordenada, es también, una representación visual de textos, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, las cuales son presentadas de manera gráfica normalmente figurativa.

La **infografía** es una representación gráfica de datos, estadísticas y conocimientos. Con el fin de sustituir la información compleja por otra más simplificada y estilizada y de agradable lectura. Engloba varias disciplinas, la palabra, la imagen, el diseño, pero lo importante es que sirve para contar historias, para comunicar conceptos, ideas, valores, y aunque la base de diseño es muy importante, lo principal es tener algo interesante que transmitir a los demás.

2



**¿ CÓMO CREAR UNA INFOGRAFÍA?**

- 1. Elección del tema**  
Intentar captar la atención de los potenciales receptores de la infografía escogiendo un tema de interés.
- 2. Recopilar información**  
Una vez elegida la temática de la infografía, se investiga y recopila toda la información útil posible.
- 3. Organización**  
De la totalidad de la información, se debe extraer solamente lo más importante y útil, deando afuera todo elemento innecesario.
- 4. Jerarquización**  
Se jerarquizan los puntos más importantes por su relevancia, de esta forma, cada elemento tendrá mayor o menor énfasis en la diagramación.
- 5. Establecer conexiones**  
Se establecen conexiones entre los elementos, ya sean textos, imágenes o íconos, relacionando conceptos para facilitar la interpretación.
- 6. Planificar diagramación**  
Es crucial que la diagramación esté bien diseñada para que el potencial receptor no pierda el hilo de lectura de la infografía.
- 7. Elección del color**  
Elegir una paleta de colores que esté relacionada con la temática de la infografía y no desviarse de la elección realizada.
- 8. Elección de tipografía**  
Las tipografías se asocian inconscientemente a las emociones, es por eso que se deben elegir tipografías que connoten lo que se desea transmitir.
- 9. Comenzar el diseño**  
Terminados todos los puntos anteriores, comienza a diseñar la infografía, mantén la legibilidad en su más alto nivel.
- 10. Mencionar las Fuentes**  
No olvide mencionar todas las fuentes de información a las que se recurrió para poder crear tu infografía.

Fuente de información: [www.designals.net](http://www.designals.net)

3

## Interiores: Tipos de infografía - Ejemplo

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

**TIPOS DE INFOGRAFÍA**

*Vectorial simple*

**RECOMENDADO PARA:**

- Íconos
- Mapas y Diagramas
- Estadísticas
- Gráficos diarios.

**VENTAJAS**

- Claras e informativas.
- Facilidad de creación.
- Estilo personalizado.

**DESVENTAJAS**

- Funcionan bien en tamaños pequeños, pero no siempre en grande.
- No tienen impacto visual.

**EJEMPLO DE:**

- Íconos

**4 HIPHOP elementos**

El hip hop es una cultura que se originó en los barrios de Nueva York en los años 70. Se compone de cuatro elementos principales: el rap, el break, el graffiti y el b-boying.

El rap es una forma de música que se canta o se recita sobre un ritmo. El break es una forma de baile que se caracteriza por movimientos acrobáticos. El graffiti es una forma de arte que se realiza en paredes y otros lugares públicos. El b-boying es una forma de baile que se caracteriza por movimientos acrobáticos.

**EL BAYERN MÚNICH ACUDE COMO FAVORITO A LA FINAL DE LA CHAMPIONS LEAGUE ANTE UN BORUSSIA DORTMUND DESAFIANTE**

**¡ALEMANIA ESTÁ EN GUERRA!**

La final de la Liga de Campeones se disputará hoy en Londres al estadio Wembley entre el Bayern Múnich y el Borussia Dortmund. El partido se disputará a las 21:00 horas.

**El camino a la gloria**

El Bayern Múnich y el Borussia Dortmund han pasado por una dura campaña en la Champions League. El Bayern Múnich ha ganado todos sus partidos, mientras que el Borussia Dortmund ha perdido uno de sus partidos.

**Estadísticas por partido:**

Equipo	Goles	Asistencias	Chutes	Chutes a puerta	Chutes fuera de juego	Chutes perdidos
Bayern Múnich	10	10	10	10	10	10
Borussia Dortmund	10	10	10	10	10	10

**El camino a la gloria**

El Bayern Múnich y el Borussia Dortmund han pasado por una dura campaña en la Champions League. El Bayern Múnich ha ganado todos sus partidos, mientras que el Borussia Dortmund ha perdido uno de sus partidos.

**EJEMPLO DE:**

- Estadísticas
- Gráficos diarios.

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa y Carlos Pérez Turcios  
Fotos: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.

## Interiores: Tipos de infografía - Ejemplo

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

### Vectorial Ilustrado

**RECOMENDADO PARA:**

- Piezas ilustradas
- Mapas y Diagramas
- Gráficos diarios.

**EJEMPLO DE:**

- Piezas ilustradas

**VENTAJAS**

- Claras e informativas.
- Look clásico.
- Versátiles.

**DESVENTAJAS**

- Los gráficos complejos llevan mucho tiempo y esfuerzo.
- Look de computadora.

**Write on Walls**

En esta infografía, se encuentran diferentes tipos de líneas que todos conocen que se clasifican por colores como las marcas de Latis de pintura. Las más recomendadas, frontalis y m4, y las distintas espes (líneas) de las mismas, en sus distintas combinaciones para trazado, desde más fino, hasta el grosor estándar, para empezar a pintar en las paredes.

Tipos de líneas: línea ultra gruesa, línea gruesa, línea media, línea fina, línea ultra fina.

Marcas de pintura: Latis, frontalis, m4.

## ¡ANCELOTTI LLEGA AL MADRID!

EL ITALIANO ES EL NUEVO TÉCNICO DEL CUADRO BLANCO; DICIPARA EL LISAR QUE DEJO JOSE MOURINHO EN EL EQUIPO ESPAÑOL.

**DAVID ANCELOTTI**

El entrenador italiano llega al Real Madrid tras haber dirigido al Chelsea y al PSG. Es el tercer entrenador italiano en la historia del club blanco.

**LOS OCHO ANTERIORES TÉCNICOS DE FLORENTINO PEREZ**

Técnico	Equipo	Temporada
Manolo Sotillo	Real Madrid	1993-1994
Julio Llamas	Real Madrid	1994-1995
Julio Llamas	Real Madrid	1995-1996
Julio Llamas	Real Madrid	1996-1997
Julio Llamas	Real Madrid	1997-1998
Julio Llamas	Real Madrid	1998-1999
Julio Llamas	Real Madrid	1999-2000
Julio Llamas	Real Madrid	2000-2001

**SUS NÚMEROS**

Equipo	Partidos Jugados	Goles Marcados	Asistencias
PARMA	42	87	27
JUVENTUS	53	112	31
AC MILAN	235	413	99
CHelsea	109	76	20
PSG	49	76	18
Real Madrid	2,307	797	195

**EJEMPLO DE:**

- Mapas y Diagramas
- Gráficos diarios.

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, licencia de Corporación de Noticias, S.A.

## Interiores: Tipos de infografía - Ejemplo

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



**Técnica mixta**

**EJEMPLO:**  
- ilustraciones

**VENTAJAS**

- Claras e informativas.
- Innovadoras.
- Versátiles.

**RECOMENDADO PARA:**

- ilustraciones
- Mapas y Diagramas
- Gráficos diarios.

**DESVENTAJAS**

- Necesitan buena fotografías

**Biggie Smalls**

**Biografía**

- *rashy to die*
- *Life After Death*
- *The Final Chapter*
- *born again*

Christopher Wallace (NY 21/06/72 - 04/03/97)

- Conocido como Biggie Small, Big Poppa fue un rapero nacido en Brooklyn, Nueva York. Se joven involucrado con drogas, tras entrar en prisión por primera vez decidió hacerse rapero. Su nombre en 1997 se volvió una leyenda del hip hop.

Ilustración Luis Diego Contreras Ochoa



**INFOGRAFÍA DEPORTIVA**

La **infografía deportiva** es un medio para transmitir información del acontecer deportivo gráficamente y de una manera creativa y ordenada, busca mantener actualizados a los receptores de las mismas.

Es un reto para quienes las producen, ya que los temas dependen del acontecer deportivo, pero con una buena planificación del tiempo se pueden lograr buenos resultados que den como respuesta la satisfacción de los lectores al informarse con productos de calidad.

La sección de Acción del periódico al día, se dedica a la elaboración de temas creativos para eventos como la champions league, clásico español, clásico nacional, mundial de fútbol, entre otros.

A continuación se presentan algunos ejemplos de estilos gráficos de infografía de la sección.

9



## Interiores: Reglas de la sección – Tipografías e Imágenes.

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

### REGLAS DE LA SECCIÓN

#### Tipografías

Para titular únicamente están permitidas las siguientes fuentes:

<b>FRUTIGER ULTRA BLACK</b> OPIFICIO BLACK ● Máximo tamaño: 140 pt	<b>BIG NOODLE TITLING OBLIQUE</b> <b>DISPATCH BLACK</b> ● Mínimo: 61 pt	<b>STAG BLACK</b> <b>WAGNER MODERN</b> ● Colores:  Negro Blanco Amarillo C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0
--	---	---

Para textos únicamente están permitidas las siguientes fuentes:

Johnston ITC ● Máximo tamaño: 10 pt * Si el fondo es oscuro se utiliza la tipografía con <b>bold</b> y de tono blanco.	<b>ANTENNAEXTRACOND</b> ● Mínimo: 8 pt	<b>ANTENNA</b> ● Colores:  Negro Blanco Amarillo C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0
--	---	--

#### Imágenes



El uso de imágenes puede ser sin fondo. Los tamaños pueden variar a conveniencia. Se pueden emplear filtros en las imágenes.

Si se usa fondo debe ser con un borde blanco con línea de 3 puntos y esquinas bordeadas.

\*Cada imagen debe tener su crédito correspondiente

#### Iconos

Los iconos para estadística deben ser vectores planos o 3D. Se encuentran en las librerías de la sección de deportes.

\*La gama de color depende según el tema



VECTORES



## Interiores: Colores de la sección – Uso de logos – Tamaños de infografías.

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

### Colores de la sección

Se manejan tonalidades en cian, pero para temas especiales se pueden añadir las gamas de colores que se necesiten para la ocasión.

 Negro	 Blanco	 Amarillo C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0	 Cyan C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0	 Azul C: 100 M: 90 Y: 10 K: 0	 Azul claro C: 100 M: 40 Y: 0 K: 0
		 Celeste C: 70 M: 0 Y: 0 K: 0	 Azul oscuro C: 100 M: 88 Y: 32 K: 23	 Rojo C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0	

Para fondos se utilizan los siguientes tonos:

 Celeste C: 70 M: 0 Y: 0 K: 0	 Cyan C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0	 Azul C: 100 M: 90 Y: 10 K: 0	 Gris C: 0 M: 0 Y: 0 K: 75
---	---	---	--

Se permite el uso de texturas que aporten al diseño editorial.

Se permite el uso completo de una imagen para el fondo adecuándolo al diseño requerido.

12

### Uso de logos

El uso de logotipos de los equipos puede ser de la siguiente manera:

				
Completa	A la mitad	En diagonal	Bajo texto	Sobre texto

### Tamaños de infografías

Las infografías del periódico tienen estas medidas:

20.9606 IN.	17.375 IN.	10.5303 IN.
12.5197 IN.	12.5197 IN.	12.5197 IN.
COMPLETA A DOBLE PÁGINA	PÁGINA Y MEDIA	UNA PÁGINA

13



## Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 2

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



# Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 3

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.



**Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 4-5**

**Medida:** 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.

**Tema: MASCOTAS DE LOS MUNDIALES**

- Infografía realizada con una diagramación que genera movimiento por los tamaños utilizados de los elementos gráficos, se buscó representar a cada una de las mascotas con sus mundiales respectivos de manera creativa y con la temática del mundial 2014.

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.

**Tema: GOLEADORES EN MUNDIALES**

- Infografía realizada con una diagramación en la que se jerarquizaron las imágenes por tamaños e importancia de la información, temática del mundial, estadística realizada vectorialmente.

Infografía por: Luis Diego Castañeda Ochoa.  
Fotos: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.  
Información: Agencias, Licencia de Corporación de Noticias, S.A.



## Interiores: Estilo gráfico de infografía, Ejemplos – Tema 8-9

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho cada página.

8.5 pulgadas de alto por 22 pulgadas de ancho páginas unidas en compaginación.





## Contraportada

Medida: 8.5 pulgadas de alto por 11 pulgadas de ancho.



Enlace para visualizarlo en plataforma virtual:

Issuu: <https://issuu.com/diegochoa2/docs/images>

# Capítulo X

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

Para que el manual de referencia digital de infografía cumpla la función de capacitar al personal de arte y diagramación del periódico al día, es necesario implementarlo y darlo a conocer al grupo objetivo y al cliente. Para ello se tomaron en cuenta ciertos aspectos como el proceso creativo para la elaboración de propuestas, el costo de los artes, los planes de producción y distribución del mismo, los cuales se detallan a continuación.

Detalle del Diseño: Se realizó un manual de referencia digital de infografía deportiva de 28 páginas, en las que se incluyen 11 ejemplos de infografías e instrucciones y temas para generar un aprendizaje en el grupo objetivo.

### **10.1 Plan de costos de elaboración**

A continuación se detalla el plan de costos que contribuirá a establecer el proceso creativo y la elaboración de la propuesta. En ella se incluye: la recopilación teórica y concepto de diseño que fueron de utilidad para el desarrollo del mismo. La recopilación de la información que contiene el manual de referencia digital de infografía deportiva, tomando en cuenta el Bocetaje y digitalización del Bocetaje.

Total de semanas trabajadas: 22 semanas (Julio a Diciembre)

Total de días trabajados: 110 días (5 días a la semana)

Total de horas trabajadas: 550 horas (alrededor de 5 horas por día)

Considerando que los trabajos de un diseñador Gráfico promedio se obtiene a la complejidad y horas trabajadas, el cobro por hora es de Q. 25.00 el pago por cada día de trabajo asciende a un total de: Q 13,750.00

## **10.2 Plan de costos de producción**

El plan de costos de producción ayudará a determinar los costos de los artes finales del manual digital de infografía deportiva, diseño de la propuesta final.

Total de semanas trabajadas: 5 semanas (5 días a la semana)

Total de días trabajados: 25 días

Total de horas trabajadas: 125 horas (alrededor de 5 horas por día)

El costo total de la producción es de 125 horas por Q. 25.00 (hora trabajada) da un total de: Q3,125.00.

## **10.3 Plan de costos de reproducción**

La reproducción del manual de referencia es de manera digital, por lo que se proveerá un CD con un documento en PDF en cada computadora en el sitio de trabajo de los 8 diseñadores de la sección de arte y diagramación,

Costo de los CDs: Q5.00 c/u.

El costo total de la reproducción de 8 CDs es de : Q40.00

## **10.4 Plan de costos de distribución**

La distribución del manual es de manera interna y en formato digital, por lo que se distribuirá gratuitamente a los 8 diseñadores de la sección de arte y diagramación del periódico al día.

### 10.5 Cuadro con resumen general de costos.

Costo de elaboración	Q 13,750.00
Costo de producción	Q3,125.00.
Costo de reproducción	Q40.00.
Costo de distribución	Q0.00.
<b>Total</b>	<b>Q 16,915.00</b>

# Capítulo XI

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

### 11.1 Conclusiones

- Se diseñó un manual de referencia digital de infografía deportiva que permite capacitar al personal del departamento de arte y diagramación del periódico al día en el desarrollo y elaboración de infografía.
- Se concluyó con la necesidad de investigar toda la información útil acerca de la elaboración, contenido visual, textos y reglas a utilizar en manuales de referencia digitales, lo cual sustenta la realización de este proyecto.
- Se recopiló toda la información acerca del desarrollo de infografía deportiva de Corporación de Noticias S.A., lo cual permitió determinar el contenido del manual de referencia digital de infografía deportiva.
- Se logró elaborar el manual de referencia digital de infografía deportiva compuesto por una diagramación correcta de la información y una tendencia de imágenes grandes, la aplicación adecuada de tipografías, uso correcto de la teoría del color logrando una composición agradable que hace el contenido comprensible y de una lectura fácil.
- Se crearon infografías que facilitarán la capacitación del personal de arte y diagramación del periódico al día en el desarrollo y diseño de infografía deportiva, que genere contenidos de mayor calidad y exclusividad para Corporación de Noticias S.A.

## 11.2 Recomendaciones

Luego de realizar este proyecto se recomienda lo siguiente:

- Se sugiere implementar el manual de referencia digital de infografía deportiva, para ello debe incluirse una copia digital en todas las computadoras del personal de la sección de arte y diagramación, para que cumpla su propósito de capacitarlos en la elaboración de infografía.
- Se propone que, al incorporar más contenido, se tomen en cuenta todos los lineamientos requeridos, como reglamentos, instrucciones, ejemplos, entre otros, con los que se creó este manual de referencia.
- Puede ser adecuado recopilar toda la información acerca de infografía deportiva y las tendencias de diseño editorial de la actualidad para añadir temas que aporten al manual de referencia digital de infografía deportiva en contenido e información.
- Respetar la diagramación de la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición, en caso se desee agregar un nuevo contenido al manual de referencia digital de infografía deportiva.
- Puede ser adecuado utilizar los elementos sugeridos en el manual para la elaboración de ilustraciones, fotografías y elementos gráficos que sirvan de ejemplo en las infografías deportivas.



# Capítulo XII

## Capítulo XII: Demostración de conocimientos

### Diseño Gráfico

Fundamental para transmitir hacia los receptores los mensajes de una manera creativa, ordenada, innovadora y llamativa.

### Comunicación

Escencial para transmitir adecuadamente un mensaje, a través de un canal virtual, donde el receptor es el grupo objetivo y se obtiene una retroalimentación mediante la respuesta positiva de los mismos.

### Diseño Editorial

Fundamental para darle un orden y sentido a la diagramación de las páginas producidas para cualquier material editorial como manuales, guías, revistas, periódicos, entre otros.

### Bocetaje

Fundamental para trasladar ideas sobre papel y esencial para pulir todo lo gráfico de cualquier proyecto, es decir ilustraciones, logotipos, diagramaciones, entre otros. Es la base de todo arte final en formato digital.



## Lógica



Importante para darle un orden sistemático al contenido de cualquier proyecto, ya que le da sentido a la información.



## Semiología



Se utilizan adecuadamente los símbolos y códigos que generan un buen aprendizaje y una comprensión adecuada en la información.



## Infografía



Fundamental para transmitir información tanto gráfica como escrita y de una manera creativa, ordenada, innovadora y llamativa, para que los lectores se interesen en el tema que trate la infografía.



## Fotografía



Fundamental para transmitir sentimientos, acciones, emociones y momentos a través de imágenes que pueden significar algo para quien las observe.



## Pre-prensa



Escencial para enviar a impresión documentos en estado perfecto considerados como arte final, así como también la compaginación correcta de documentos como revistas, manuales, libros, entre otros.



## Administración



Fundamental para organizarse bien en cuanto a los costos de elaboración, producción y distribución de cualquier proyecto a elaborar.



## Creatividad



Escencial para realizar piezas gráficas con la mayor calidad posible, con ideas innovadoras que hagan que los diseños producidos tengan un valor añadido y se diferencien por su calidad de los demás.



## Análisis Final



Fundamental para tener conocimiento del grupo objetivo, ya que es esencial saber que comunicar y de que manera se deben transmitir los mensajes para obtener respuestas positivas.

# Capítulo XIII

## Capítulo XIII: Referencias

A.

• **Andrade, H. (2006)**

Comunicación organizacional interna: procesos, disciplina y técnica. España:  
Netbiblo.

C.

• **Cegarra Sánchez José (2012)**

*La tecnología. España: Ediciones Díaz de Santos*

• **Charles G. Morris, A. A. (2001).**

*Introducción a la psicología.* Mexico: Pearson

• **Chautemps, A. M.**

*Semiología un acercamiento didáctico.* Guatemala S.A.

• **Cumpa González, L. A. (2002)**

Fundamentos de Diagramación. Perú: Fondo Editorial de la UNMSM

• **Color Interactivo (2010)**

Diseño minimalista y algunos ejemplos. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de

<http://www.colorinteractivo.com/disenio-minimalista-y-algunos-ejemplos/>

D.

• **DeConceptos (s.f.)**

Recuperado de

<http://deconceptos.com/ixzz3AGCnbPWP>

• **Definición ABC (s.f.)**

Recuperado de

<http://www.definicionabc.com>

• **Definición.de (s.f.)**

Recuperado de

<http://definicion.de/disen/>

• **Deleuze Gilles (1969)**

Recuperado de

<http://lacinefilianoespatriota.blogspot.com/2008/11/qu-es-la-informacin-por-gilles-deleuze.html>

• **Dra. Martinez, M. (2012)**

Psicología de la Comunicación (1ra. Edición). Recuperado de:

[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez\\_M.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf)

F.

• **Fotonostra (s.f.)**

Teoría del color. Recuperado de

<http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

G.

• **Grasso, L. (2006)**

Encuestas. Elementos para su diseño y análisis (1ra. Edición). Recuperado de:

[http://books.google.es/books?id=jL\\_yS1pfbMoC&printsec=frontcover&dq=encuesta&hl=es&sa=X&ei=V4hQVLnmMoeqNp2kgtgM&ved=0CDEQ6AEwAw#v=onepage&q=encuesta&f=false](http://books.google.es/books?id=jL_yS1pfbMoC&printsec=frontcover&dq=encuesta&hl=es&sa=X&ei=V4hQVLnmMoeqNp2kgtgM&ved=0CDEQ6AEwAw#v=onepage&q=encuesta&f=false)

I.

• **Ilustración (11 de agosto de 2012)**

Definición Ilustración. Recuperado

<http://ilustracion.com.mx/sobre-ilustracion/ilustracion-definicion/>

• **Instituto Nacional de Estadística de Guatemala INE. (s.f.).**

Recuperado ,

<http://www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm>,

L.

• **López, J. A. (23 de abril de 2014)**

Últimas tendencias en Diseño Gráfico. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de

<http://www.ingeniomkt.com/ultimas-tendencias-en-diseno-grafico/>

• **Ludojoski, R. L. (1986)**

Andragogia. Recuperado de

[http://www.usac.edu.gt/archivos/econtPRESENTACIONANDRAGOGIA\[Mododocompatibilidad\].pdf](http://www.usac.edu.gt/archivos/econtPRESENTACIONANDRAGOGIA[Mododocompatibilidad].pdf)

• **Leturia, Elio (1998):**

¿Qué es infografía? - Revista Latina de Comunicación Social, 4.

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm>>.

<http://www2.canalaudiovisual.com/ezine/books/contjjpm/infohistprensa.htm>>



M.

• **Morrison Stanley (1929)**

Principios Fundamentales de la tipografía. Recuperado

de:[https://books.google.com.gt/books?id=F7LvAAAACAAJ&dq=PRINCIPIOS+FUNDAMENTALES+DE+LA+TIPOGRAFIA&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y](https://books.google.com.gt/books?id=F7LvAAAACAAJ&dq=PRINCIPIOS+FUNDAMENTALES+DE+LA+TIPOGRAFIA&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y)

N.

• **Namakforoosh, M. N. (2005)**

Metodología de la investigación (2da. Edición). Recuperado de:

<http://books.google.es/books?id=ZEJ7->

[0hmvhwC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+investigacion&hl=es&sa=X&ei=lnhQVMiWJsmgNoOcgvAI&ved=0CCIQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion&f=false](http://books.google.es/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+investigacion&hl=es&sa=X&ei=lnhQVMiWJsmgNoOcgvAI&ved=0CCIQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion&f=false)

[X&ei=lnhQVMiWJsmgNoOcgvAI&ved=0CCIQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion&f=false](http://books.google.es/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+investigacion&hl=es&sa=X&ei=lnhQVMiWJsmgNoOcgvAI&ved=0CCIQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion&f=false)

• **Neuronilla. (s.f.).**

Recuperado

<http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/>

[conceptos-de-diseño](http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/conceptos-de-diseño)

P.

• **PortalComunicación (s.f.)**

Introducción a la semiología de la imagen. Recuperado de

[http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=23](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23)

R.

• **Real Academia Española (2001)**

Diccionario de la lengua española (22º edición). Recuperado de

<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

S.

- **Siglo 21 (s.f.).**

**Recuperado**

<http://www.siglo.21.com>

W.

- **Wikipedia. (s.f.).**

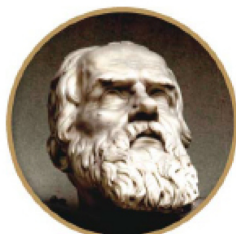
Recuperado

<http://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala>

# Capítulo XIV

## Capítulo XIV: Anexos

### 14.1 Modelo de Instrumento



Facultad en Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación y Diseño

#### Proyecto de Graduación

Género: F  M  Experto:  Cliente:  Grupo Objetivo:

Nombre:

Profesión:

Edad:  Puesto:  Años de experiencia:

#### Encuesta de Validación del Proyecto 2014

Diseño de manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal de la sección de arte y diagramación en la elaboración de infografía deportiva. Periódico al día. Guatemala, Guatemala, 2015.

---

#### Antecedentes

El 15 de Noviembre de 1996 nace el periódico al día, surge de la idea de crear un nuevo diario que involucra intereses, sentimientos y aspiraciones de la clase popular, que se identificara con la comunidad, que permitiera la expresión de sectores que hasta ese momento no habían tenido donde hacerlo, es un producto que nace para entretener y educar a jóvenes y adultos.

En marzo de 2012 tiene una transformación de imagen, buscando modernizar los productos y manteniendo sus principios fundamentales. En la actualidad es uno de los periódicos populares más consumidos por los lectores .

Se detectó una problemática en el departamento de Arte y Diagramación, y en la sección de deportes del periódico, en los cuales solo una persona realiza los artes para infografía de todo el periódico y no se da abasto. Es por ello que se busca capacitar a los diseñadores del departamento para que apoyen en la producción de infografías para la sección deportiva.

### **Objetivo de Investigación**

El objetivo de la siguiente encuesta es determinar si los objetivos del proyecto se cumplen, para entregar un resultado satisfactorio a través del manual digital de infografía a Coporación de Noticias, S.A.

### **Instrucciones**

En base a la información previa, observe el manual digital de infografía deportiva y según su criterio responda las siguientes preguntas de validación, en la parte semiología y operativa su respuesta puede ser de selección múltiple.

### **Parte Objetiva**

1. ¿Considera necesario diseñar un manual de referencia digital de infografía deportiva para capacitar al personal de la sección de arte y diagramación del periódico al día?

Si  No

2. ¿Cree que es necesario investigar toda la información acerca de la elaboración de manuales digitales para sustentar la realización de este proyecto.?

Si  No

3. ¿Considera necesario recopilar información relacionada al desarrollo de infografía deportiva para determinar el contenido del manual.?

Si  No

4. ¿Considera necesario diagramar la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición para que el contenido sea comprensible y de fácil lectura?

Si  No

5. ¿Considera necesario presentar como ejemplo infografías para facilitar la capacitación del personal en el desarrollo y diseño de infografía deportiva?

Si  No

### Parte Semiológica

6. ¿Qué sentimientos le transmiten el color gris del fondo dentro del manual digital?

Elegancia  Estabilidad  Inestabilidad  Tristeza

7. ¿Qué sensaciones le transmite el color amarillo dentro del manual digital?

Anticuo  Intelectualidad  Armonía  Alegría

8. ¿Qué emoción le transmite el color naranja dentro del manual digital?

Entusiasmo  Desconfianza  Innovación  Valentía

9. ¿Qué percepción le transmite el color azul dentro del manual digital?

Entusiasmo  Inestabilidad  Elegancia  Intelectualidad

10. ¿Cómo considera la forma en que se organizaron los elementos gráficos dentro del manual digital?

Clara  Ordenada  Confusa  Desordenada

11. A su criterio ¿Considera usted que las infografías utilizadas dentro del manual digital transmiten?

Innovación  Confianza  Aprendizaje  Desconfianza

### Parte Operativa

12. Según su criterio, ¿El manual digital cumple la función de?

- Facilitar el aprendizaje en la producción de infografías
- Representar el estilo que debe seguirse en el diseño
- Dificultar la comprensión de la información

13. Considera que el contenido del manual digital de infografía deportiva es...

- Comprensible  Ordenado  Apropiado  Desordenado   
Confuso  Inteligible

14. A su criterio, Considera que la tipografía utilizada en el manual digital es es...

- Comprensible  Legible  Confusa  Inapropiada

15. A su criterio, ¿Qué genera la tipografía utilizada en la información del manual de referencia digital?

- Jerarquías y comprensión del contenido
- Estilo y Estética
- Dificulta la comprensión de la información

16. Considera que el tamaño del manual digital de infografía deportiva es...

- Adecuado  Poco Adecuado  Nada Adecuado

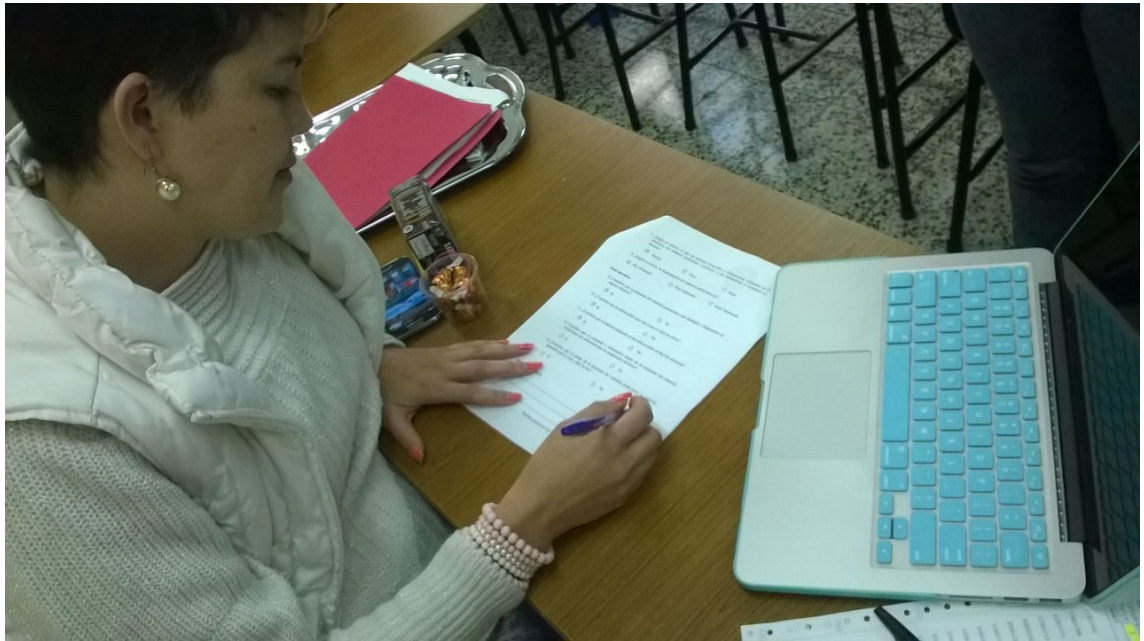
### Observaciones

---

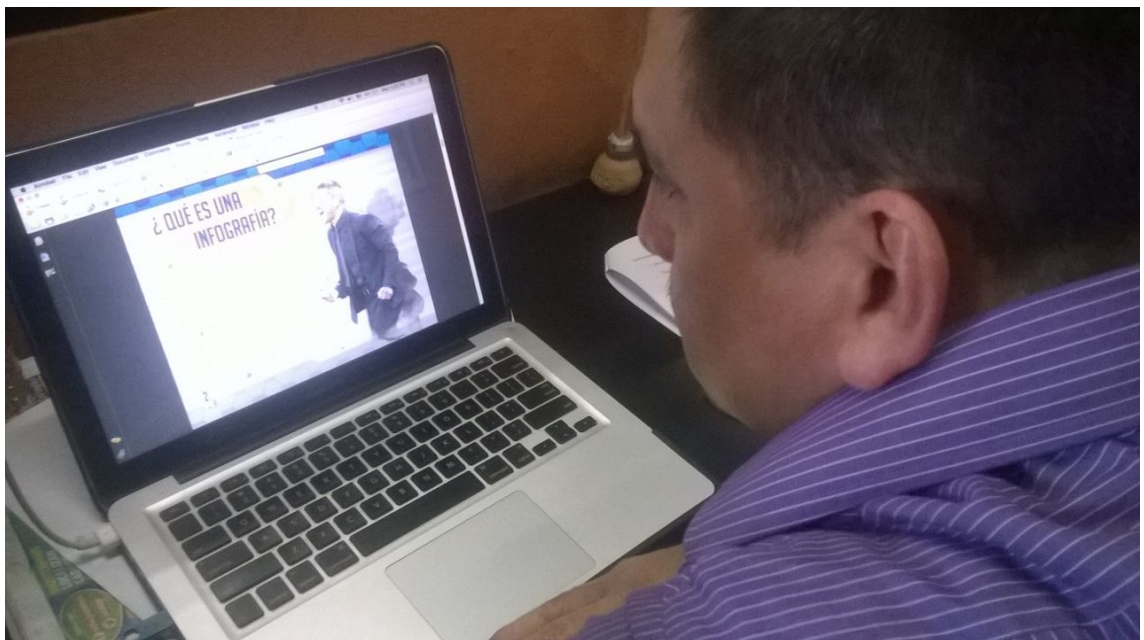
---

---

#### 14.1 Fotos de validación con expertos,



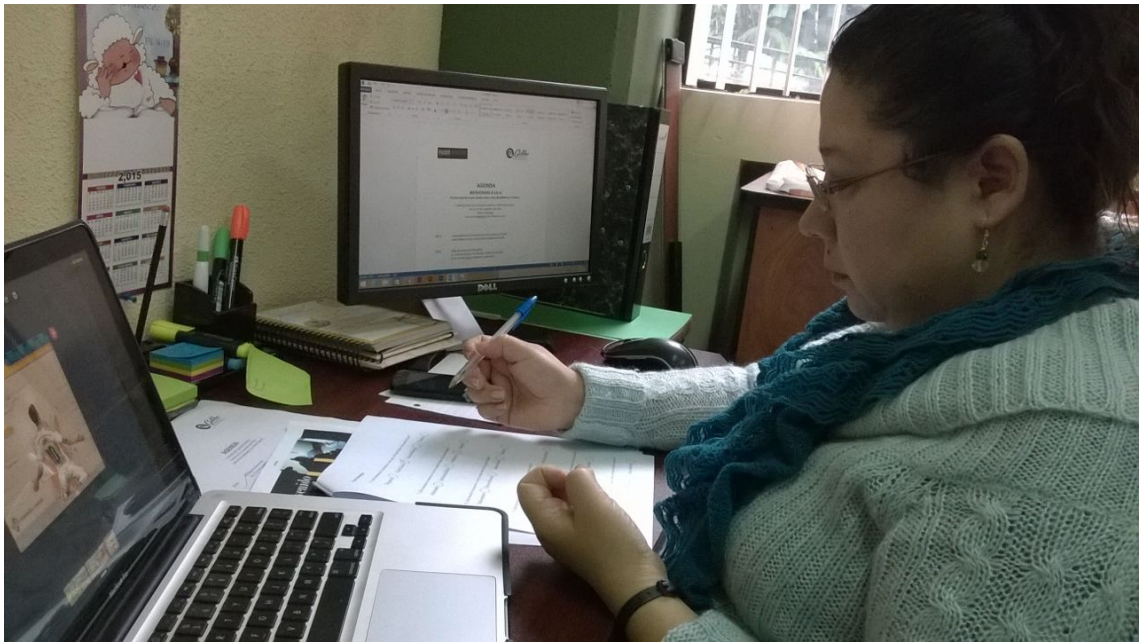
Licenciada Lisa Quan – Experta en Diseño Gráfico.



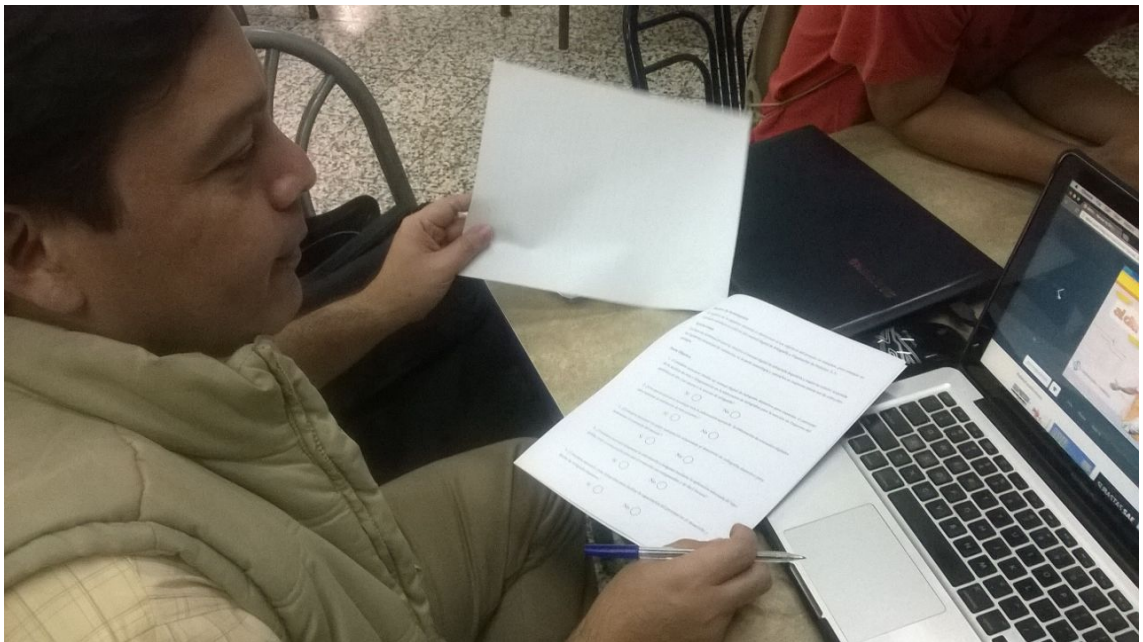
Editor Luis Enrique González Perez – Experto en Comunicación.



Fotos de validación con expertos,

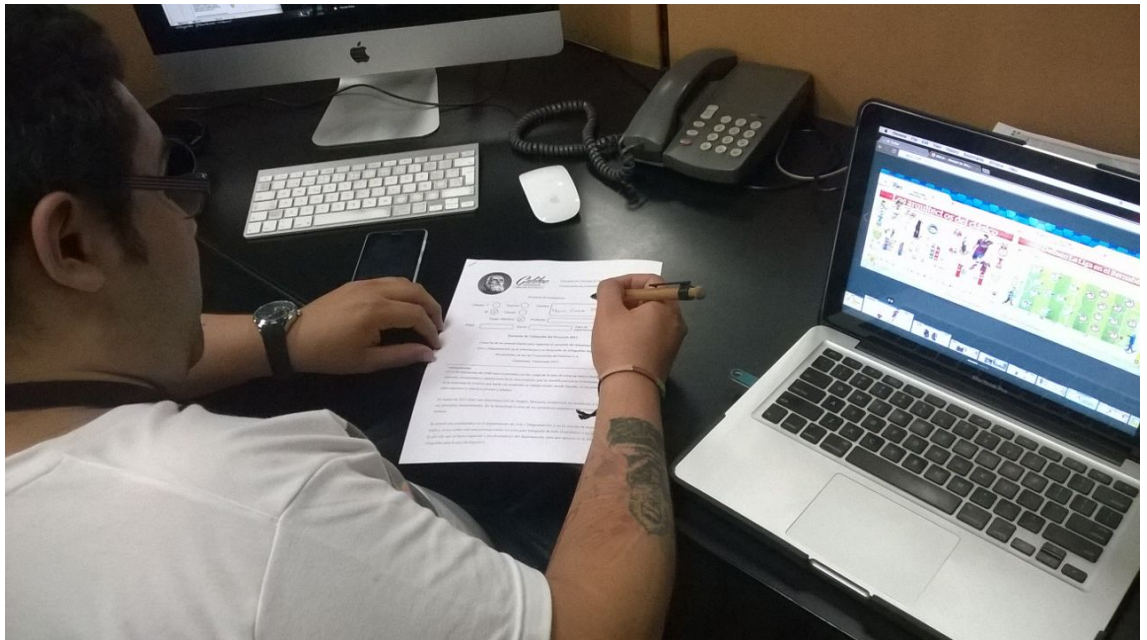


Licenciada Wendy Franco- Experta en Diseño Gráfico.



Licenciado Rolando Barahona – Experto en Diseño Gráfico.

Fotos de validación con expertos,

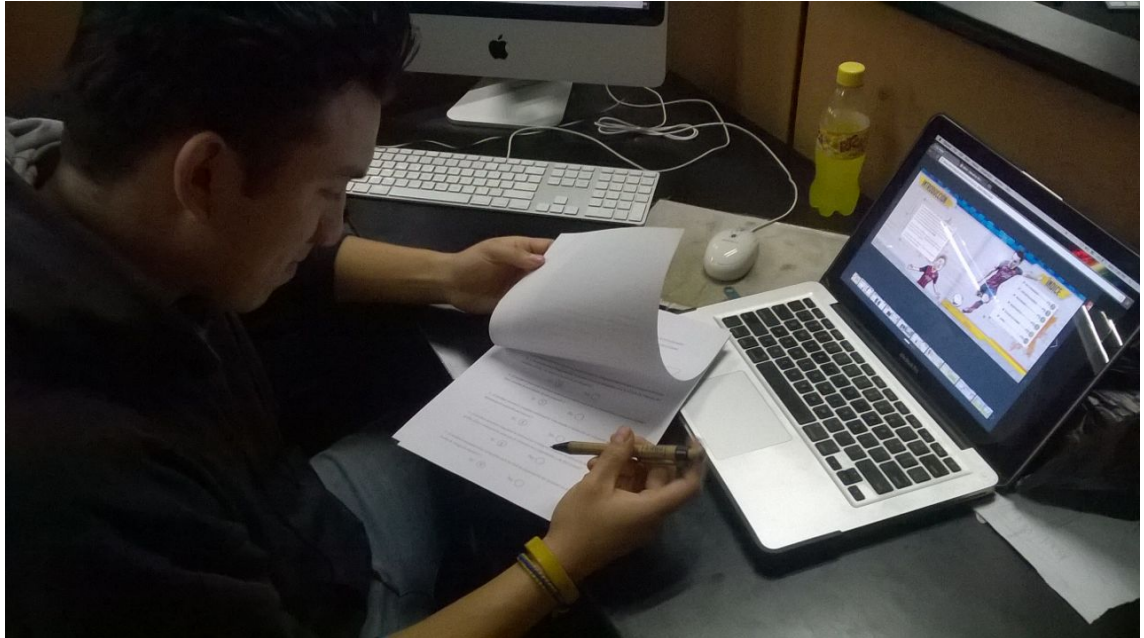


Infografista Marco Vinicio Flores – Experto en Infografía.

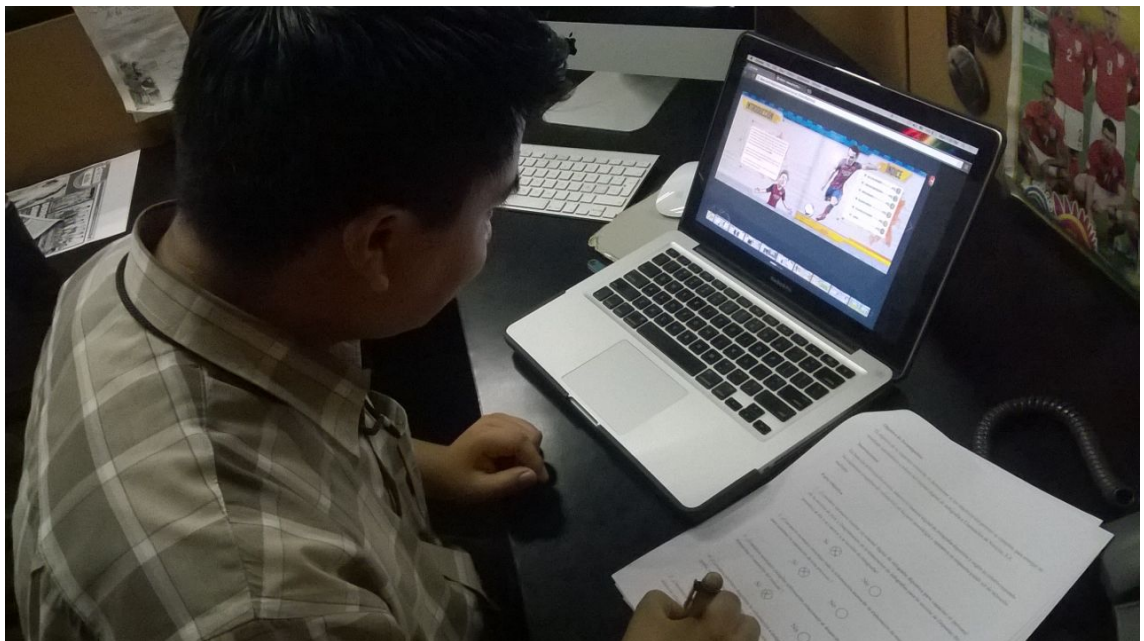


Licenciado Marlon Borrayo – Experto en Diseño Gráfico.

## 14.2 Fotos de validación con grupo objetivo



Byron Castillo – Diseñador Gráfico



Javier López – Diseñador Gráfico

### 14.3 Foto de validación con Cliente



Carlos Pérez – Editor Gráfico Periódico al día.