


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a lion, and a castle. The shield is flanked by two columns with banners that read 'PLUS' and 'ULTRA'. Above the shield is a crown with a cross. The outer ring of the seal contains the Latin text 'CAETERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA CADEMIACAE TEMALENSIS INTER'.

“ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE: LA AGENCIA DE NOTICIAS
A FAVOR DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA “LA NANA”, A TRAVÉS
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS VINCULADAS A INTERNET”.

BRENDA MAGALY ESCOBAR FUENTES
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2011

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

**“ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE: LA AGENCIA DE NOTICIAS
A FAVOR DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA “LA NANA”, A TRAVÉS
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS VINCULADAS A INTERNET”.**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

BRENDA MAGALY ESCOBAR FUENTES

Previo a optar al título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora:

M.A. Oneida Rodas

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2011

Consejo Directivo

Director

M.A. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

Secretario

Licenciado Axel Santizo

Representantes de docentes

Licenciado Julio Moreno

M.A. Fredy Morales

Representantes de los egresados

Licenciado Luis Armando Pavel Matute Iriarte

Representantes estudiantiles

Adriana Castañeda

Milton Lobo

Coordinador de EPS

M.A. Otto Yela

Supervisora de EPS

M.A. Oneida Rodas



Comunicación, Cultura y Desarrollo, con vos y con tu voz

M.A. Otto Yela
Coordinador
E.P.S. Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable Licenciado Yela.

Reciba nuestro saludo cordial de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y Adolescencia "La Nana".

"La Nana" hace constar que de acuerdo a la solicitud recibida en esta institución brindándole la oportunidad de realizar su práctica al estudiante Brenda Magaly Escobar Fuentes, con número de carné 200318507 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Quiero informarle que se realizó la práctica de acuerdo al programa establecido realizando 823 horas de práctica a partir del 7 de marzo y finalizando el 2 de septiembre del 2011, con el proyecto realizado "Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación institucional de: La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y Adolescencia "La Nana", a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet". Con el horario de 9:00 AM a 4:00 PM de lunes a viernes, firmo y sello hoja con membrete de fecha 3 de noviembre de 2011.

Me suscribo de usted.

Atentamente,


Nombre, firma y sello del jefe inmediato



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

Guatemala, 2 de noviembre de 2011

Estudiante:
Brenda Magaly Escobar Fuentes
Carné: 200318507
Escuela de Ciencias de la Comunicación


De mi consideración:

Por este medio informo a usted que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE: LA AGENCIA DE NOTICIAS A FAVOR DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA "LA NANA", A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS VINCULADAS A INTERNET".

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"




M.A. Onaida Rodas
Supervisora EPS Licenciatura


Vo.Bo. M.A. Otto Yela
Coordinador EPS Licenciatura

DEDICATORIA

Hoy al concluir una de las metas propuestas en mi vida agradezco de manera muy especial a las personas que en todo momento estuvieron dándome su apoyo moral, espiritual y económico. Significan mucho para mí. A cada uno dedico este triunfo.

A Dios: Por darme la vida, cuidarme, guiarme y darme fortaleza en los momentos difíciles. Reconociendo que Él me dio la inteligencia y sabiduría desde el inicio hasta el final de esta meta.

A mis padres: Saúl Osberto Escobar López, por guiarme desde niña con su ejemplo de perseverancia, responsabilidad, esfuerzo y amor para ser una mujer de bien. Que este triunfo sea de alegría para el.

Lucinda América Fuentes de Escobar, mi fuente de vida, gracias por su amor, sus sabios consejos, comprensión, paciencia y apoyo en todo momento.

A mis hermanos: Mynor, Candy, Evelyn, Saúl, Hannia y Calvin. Por su apoyo incondicional y sus consejos.

A Javier Miller: Por su amor, paciencia, comprensión y ayuda para culminar esta meta.

A mi familia: Abuelitos, tíos y primos, quienes a pesar de la distancia, hacen sentir su apoyo muy cerca de mi.

A mis amigos: Mi más sincero respeto y afecto por brindarme su apoyo cuando lo necesitaba, los llevo en el corazón.

RESUMEN

Como requerimiento del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC). La presente investigación se desarrolló en las instalaciones de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y Adolescencia “La Nana”. Este proyecto comunicacional consta de tres fases, la primera fase contiene el diagnóstico del problema, el cual se sustenta por medio de encuestas, entrevistas y grupo focal, con lo cual se logró identificar como problemática: “la dificultad en los procesos de comunicación de “La Nana” y su efecto en la comunicación externa. Por lo cual durante la segunda fase se planteó la “Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación institucional de: “La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia “La Nana”, a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet”. El objetivo general de esta estrategia pretende divulgar las funciones de “La Nana” por medio de herramientas como: *blog*, página *Web*, red social *Facebook* y boletín electrónico para establecer un vínculo comunicacional con instituciones del mismo género y periodistas de la ciudad capital, efectuado en el plazo de un mes, de agosto a septiembre de 2011. La estrategia de comunicación fue ejecutada por medio de Internet debido a la falta de presupuesto para realizar otro tipo de publicidad para dar a conocer la institución. Como resultado de la ejecución de esta estrategia se pudo contactar a otras instituciones y periodistas, además con el uso de la red social *Facebook* y *blog* se logró la difusión de información institucional lo cual garantiza el fortalecimiento de la comunicación institucional de “La Nana”, para cumplir así con los objetivos institucionales y estratégicos planteados en esta investigación.

ÍNDICE

Numeral	Contenido	Página
1	Introducción.....	1
2	Justificación.....	3
3	Diagnóstico.....	4
3.1	Institución.....	4
3.1.1	Ubicación geográfica.....	4
3.1.2	Integración y alianzas estratégicas.....	5
3.1.3	Breve historia de La Nana.....	6
3.1.4	Departamentos o dependencias de la Institución.....	12
3.1.5	Misión.....	15
3.1.6	Visión.....	15
3.1.7	Objetivos institucionales.....	15
3.1.8	Público objetivo.....	15
3.2	Problema comunicacional.....	16
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	17
3.3.1	Observación.....	17
3.3.2	Documentación.....	18
3.3.3	Entrevistas.....	21
3.3.4	Grupo focal.....	24
3.3.5	Encuestas.....	25
3.4	FODA.....	26
3.5	Indicadores de éxito.....	29
3.6	Necesidades de comunicación.....	30
4	Proyecto a desarrollar.....	31
4.1	Descripción técnica de la estrategia del proyecto.....	31
4.2	Objetivo General.....	32
4.3	Objetivos específicos.....	32
4.4	Actividades que operativizan la estrategia.....	32
4.5	Financiamiento.....	33
4.6	Presupuesto.....	34
4.7	Beneficiarios.....	34
4.8	Recursos humanos.....	35
4.9	Áreas geográficas de acción.....	36
4.10	Cuadro operativo de la estrategia.....	37
5	Informe de ejecución.....	38
5.1	Creación de usuario en red social facebook.....	38
5.2	Creación de blog, página Web y boletín electrónico.....	39
5.3	Calendario Electrónico.....	40
5.4	Trifoliar.....	41
5.5	Programación y Calendarización.....	42
6	Análisis de resultados.....	45
7	Conclusiones.....	46

ÍNDICE

Numeral	Contenido	Página
8	Recomendaciones.....	47
	Descripción de actividades ejecutadas.....	48
9	Bibliografía.....	49
10	Anexos.....	51
a	Organigrama de la institución.....	51
b	Árbol del problema.....	52
c	Gráficas estadísticas.....	53
d	Fotografías.....	59
e	Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia.....	60
f	Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto.....	61

1. Introducción

Como requerimiento del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC). Se llevó a cabo la elaboración de la presente investigación, que propicia el desarrollo del proyecto de comunicación, ejecutado dentro de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia (La Nana). Esta investigación de índole comunicacional está dividida en tres fases, diagnóstico del problema comunicacional, estrategia de comunicación y ejecución de la misma.

Para llevar a cabo la primera fase, esta investigación da inicio con la compilación de información sobre el contexto en que se encuentra La Nana. “Siendo ésta una entidad que promueve los derechos de la infancia a través de los medios de comunicación social, contribuye al mejoramiento de la calidad de periodismo capacitando a periodistas y comunicadores sociales sobre la temática, de ésta forma pretende incidir en la construcción de un discurso público que promueva los derechos de la niñez a un tratamiento de la temática en los medios de comunicación masivos” (Dangel, 2011).

Para conocer la situación comunicacional interna y externa de la institución se realizaron: entrevistas, grupo focal interno y encuestas, para ésta última se tomó como universo y muestra a cincuenta personas. Veinticinco de ellas están dirigidas a organizaciones, fuentes de información sobre niñez y adolescencia, ubicadas en el perímetro de la ciudad capital de Guatemala. Las encuestas también involucran a periodistas y comunicadores de los distintos medios de comunicación, además del personal de La Nana.

De las entrevistas realizadas al personal de La Nana, se llegó a la conclusión que: “la institución no ha logrado tener espacio en los medios de comunicación escritos, como un ente facilitador de información en cuanto a temas de niñez y adolescencia” (Colindres, 2011).

Por otra parte, como resultado de las encuestas realizadas en la interrogante sobre la comunicación interna el 38% considera que es buena, aunque también un 32% indica que la comunicación interna debe mejorar. Además las encuestas evidencian la importancia de la utilización de la tecnología *Internet* y sus herramientas como redes sociales, páginas *web* y *blog*, que en relación a La Nana, ésta se encuentra rezagada y en desventaja para el cumplimiento de sus objetivos institucionales. De los encuestados un 96% coincide en que el uso de las redes sociales es un buen canal para conectar a otras instituciones a favor de la niñez y la adolescencia y periodistas de la ciudad capital.

Otro punto importante como resultado de las encuestas es que el 56% de los encuestados ha visitado la página web de la institución y al preguntar ¿cómo le parecía la comunicación por medio de este canal? el 46% respondió que debe mejorar, en relación a la misma pregunta 30% no respondió, el 14% lo considera bueno el 4% como regular y el 2% le pareció mal.

Del grupo focal realizado con los integrantes de La Nana, se puede argumentar que la institución no tiene un delegado para trasladar la información tanto a periodistas de los medios escritos y subir la información a la página *web* y *blog*. Debido a que la persona encargada es voluntaria y ha tenido dificultad por falta de tiempo. Por otra parte manifestaron que la actualización se lograría por medio de una reorganización de actividades dentro de los miembros del equipo para cubrir estos espacios.

Los datos cualitativos y cuantitativos expuestos anteriormente en esta investigación dan la pauta para plantear el problema comunicacional: La dificultad en los procesos de comunicación de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y Adolescencia, La Nana y su efecto en la comunicación externa. Por lo cual en la segunda fase de esta investigación se plantea la **“Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación institucional de: La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia. “La Nana”, a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet”**.

Con esta estrategia se pretende dar solución al problema comunicacional de La Nana, la cual fue ejecutada en la tercera fase de esta investigación, cumpliendo así con los objetivos estratégicos de la misma.

2. Justificación

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), corresponde realizar un papel importante en el campo de la práctica; durante la presente investigación se manejan conocimientos en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas e institucionales con el objetivo de estar preparado para establecer, determinar y analizar problemas comunicacionales al investigar.

La comunicación es importante para relacionarse con otras personas, y en la actualidad el uso de la tecnología *Internet* proporciona una forma rápida de transmitir y recibir información desde cualquier parte del mundo. En relación a la comunicación institucional según el autor, Sotelo Enríquez, su función es “administrar el flujo informativo tiene el objeto de descubrir y construir la identidad de la organización, mediante el establecimiento de relaciones informativas internas y externas. Los caracteres del mercado de la información exigen que dichas relaciones comporten una auténtica puesta en común entre interlocutores, de manera que la identidad surja del intercambio y la participación de los sujetos involucrados en la realidad institucional”. (Sotelo Enríquez, 2008)

Por tal razón una de las necesidades de la institución es la actualización en cuanto a la tecnología *Internet*, referente al uso de las herramientas que posee como: página *Web*, *blog* y redes sociales. Con el fin de proyectar su trabajo y hacer conexión con otras instituciones de su misma temática, así como periodistas y comunicadores sociales. La importancia de esta investigación radica en la implementación de las herramientas antes mencionadas mediante la ejecución de la estrategia que se propone.

Por ejemplo proyectos institucionales que debido a la falta de recursos no han sido distribuidos masivamente, como en el caso del informe anual de monitoreo de medios escritos sobre niñez y adolescencia, donde se refleja la cobertura periodística en cuanto al tema en Guatemala. Se logrará hacer público dicho documento en la página *Web*, *blog* y redes sociales.

Además productos comunicacionales como: boletín electrónico con información de los distintos proyectos de La Nana, e invitaciones a los distintos talleres, utilizando las herramientas de *Internet*, crea el flujo informativo que establece la comunicación entre esta entidad y periodistas, comunicadores, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (ONG'S). Lo cual beneficia a La Nana pues traslada información actualizada constantemente utilizando recursos a su alcance.

3. Diagnóstico

3.1 Institución

Centro Civitas: “Somos una organización de la sociedad civil que busca trabajar en alianza con personas, grupos u otras organizaciones, para la vigencia de los Derechos de la comunicación. Vislumbramos una Guatemala que “por fin cobija a ciudadanas y ciudadanos que reconocen el valor de sus voces, la riqueza generada por la diversidad de sus expresiones culturales y la necesidad de una convivencia armoniosa con el entorno” (Civitas, 2011).

Dentro de sus proyectos permanente está: La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia, “La Nana, promueve los derechos de la infancia a través de los medios de comunicación social, provee un servicio diario de reporte de las noticias publicadas en los medios masivos impresos sobre niñez y adolescencia, elabora un informe anual sobre el tratamiento dado a las mismas. Contribuye al mejoramiento de la calidad de periodismo capacitando a periodistas y comunicadores sociales sobre la temática de Derechos de Niñez y Adolescencia, buscando mayores espacios en los medios de comunicación social” (DOSES, Asociación, 2005).

3.1.1 Ubicación Geográfica

La Nana está ubicada en la 0 Calle “A” 30-05 zona 7 Uatlán I, Ciudad de Guatemala, Centroamérica. Se identifica más con periodistas de la ciudad capital, ya que el proyecto se ha enfocado más con comunicadores en el área central. Eventualmente tiene contacto con comunicadores en Quetzaltenango, Jalapa, Jutiapa y Chiquimula cuando en esos departamentos se llevan a cabo talleres con relación en niñez y adolescencia (Dangel, 2011).

3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas

La Nana ha trabajado en alianza con otras entidades lo cual ha permitido obtener grandes logros, como el hecho de ser fuente de información a periodistas de los medios escritos y a quienes laboran en otros medios en Guatemala sobre temas de niñez y adolescencia. “Con el objetivo de enriquecer sus agendas y mejorar su ejercicio, antes que señalar carencias y fallas en las coberturas en los medios de comunicación, en el año 2004 La Nana realiza el primer informe del monitoreo de medios escritos titulado “Guatemala: rostros de la niñez y la adolescencia en los medios impresos”, en alianza con El Fondo de las Naciones Unidas (UNICEF) Asociación DOSES y Save the Children Noruega. Éste año fue la primera publicación realizada de forma impresa, los siguientes años hasta el año 2011 se ha realizado el informe, aunque por falta de fondos sólo ha sido posible distribuirlo de forma digital” (Dangel, 2011).

Esta institución también es miembro de la Red de Brasilia, la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia -ANDI- América Latina, desde el año 2003. Junto a Unicef dan a conocer a La Nana, por medio de materiales impresos (Dangel, 2011).

Durante el año 2005 se publica el “Manual de Periodismo y Niñez”, elaborado bajo el patrocinio de: El Real Ministerio de Asuntos Exteriores de Noruega, La Nana, la asociación para el Desarrollo, Organización, servicios y Estudios Socioculturales –DOSES- y reconocidos periodistas (DOSES, Asociación, 2005).

Actualmente La Nana tiene alianzas con Nuestro Diario, Editorial Piedra Santa y el Ministerio de Educación, instituciones que en conjunto han tenido la iniciativa de realizar talleres sobre periodismo y niñez a escuelas capitalinas con el fin de realizar un periódico con las y los niños de las escuelas más destacadas al impartir los talleres. Esta alianza dio inicio desde el año 2009 y sigue en vigencia hasta 2011 (Colindres, 2011).

Además en este mismo año se están llevando a cabo dos proyectos siendo estos: el noticiero Pido la Palabra, con niños de escuelas ubicadas en Santa María de Jesús, Sacatepéquez y el taller sobre Trabajo Infantil: Dialoguemos con periodistas y comunicadores sociales. Estos proyectos han sido realizados en conjunto con Centro Civitas, Fondo Unido de Guatemala, Fundación Telefónica y La Nana (Colindres, 2011).

3.1.3 Breve Historia de La Nana

Luego de varios años de trabajo, de una incidencia positiva en el desarrollo periodístico de Brasil, ANDI (Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia) y varias organizaciones internacionales exploraron la posibilidad de aplicar esta exitosa metodología en otros países latinoamericanos, con apoyo de organizaciones locales. En agosto de 2003, uno de los directores de ANDI, Marcus Fuchs, se entrevistó con varios representantes de organizaciones guatemaltecas y encontró eco a sus inquietudes en la Asociación para el Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales – DOSES- (NANA, 2011).

Un mes después, en septiembre de 2003, durante una reunión en Brasilia convocada por ANDI, Asociación DOSES y otras ocho ONG provenientes del mismo número de países latinoamericanos, decidieron unir esfuerzos para conformar las organizaciones que integran actualmente la Red ANDI América Latina (NANA, 2011) .

Desde el 26 de abril del año 2004, cobró vida en Guatemala el trabajo de La Red ANDI. El primer paso fue buscar el nombre para nuestra agencia. La Nana, La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia, nombre con el cual se bautizó a la oficina guatemalteca. La Nana en Guatemala, es la imagen de la mujer que cuida y ve crecer a los niños, es figura que da confianza e inspira protección.

El segundo paso fue seleccionar entre diversos candidatos a los cinco pasantes. Se realizó un taller de capacitación con los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las Universidades Rafael Landívar y Universidad de San Carlos de Guatemala. Se les enseñó pautas principales para poder realizar el clipping periodístico (monitoreo desarrollado en los medios escritos) utilizando los siguientes medios: Prensa Libre, El periódico, Siglo XXI, Nuestro Diario, Al Día, La Hora y El Quetzalteco (NANA, 2011).

Después de este proceso de capacitación, iniciamos a trabajar el 3 de mayo con la captura de noticias y la realización de la reseña diaria. Además de realizar la capturas de noticias diarias, empezamos un trabajo de monitoreo de los medios del 01 de enero al 30 de abril de 2004, que incluyó la búsqueda de algunos periódicos que hacían falta. Otra de las actividades que se realizó durante este período de tiempo fue la construcción de la base de datos electrónica conformada por organizaciones no gubernamentales, instituciones que trabajan con niñez y adolescencia, así como organismos internacionales que tienen relación con el tema. Esta base esta en constante y permanente actualización. A la vez se realizó una base de datos de los medios de comunicación que se están monitoreando, en ella se incluyen directores, editores, reporteros y columnistas (NANA, 2011).

SERVICIOS

Reseña Diaria: Este es un boletín electrónico diario compuesto por breves que resumen las principales noticias y/o artículos publicitarios sobre temas de interés de la niñez y adolescencia en los periódicos y revistas acompañados por el monitoreo de la Agencia. Además la reseña presenta las síntesis de los hechos según un abordaje de respeto a los derechos de niños, niñas y adolescentes, utilizando términos adecuados y equitativos (NANA, Cómo, 2011).

La Agencia puede eventualmente añadir notas firmadas a la Reseña, para comentar hechos graves y expresar su oposición a favor de la perspectiva de derechos y de un periodismo socialmente responsable.

Los objetivos de las reseñas son:

- Difundir/democratizar la información sobre los principales hechos, problemas y soluciones relacionados con el área de la infancia y la adolescencia, con prioridad para el tema de derechos.
- Sensibilizar a los periodistas sobre los temas y su tratamiento adecuado.
- Inspirar nuevas sugerencias de temas a periodistas de otros diarios, medios o regiones.
- Dar visibilidad al trabajo de los periodistas que tratan las cuestiones de la infancia y adolescencia con más sensibilidad y competencia.
- Apoyar el trabajo de los actores sociales involucrados con el tema de derechos de la infancia, ofreciendo una síntesis calificada de la cobertura de los medios.
- Ampliar la visión de los actores sociales sobre los medios y estimular el acercamiento entre estos actores y los medios.
- Dar visibilidad institucional a la Agencia y a la Red ANDI América Latina.
- Estimular la visita de la página Web de la Red ANDI América Latina (NANA, Cómo, 2011).

Prioridad absoluta: Es un boletín electrónico semanal con la agenda de los principales acontecimientos relacionados con los derechos de niñas, niños y adolescentes del país. Tiene el rol de un alerta de prensa que reúne distintas acciones en uno sólo boletín (NANA, Cómo, 2011).

Los objetivos del boletín Prioridad Absoluta son:

- Hacer visibles las acciones, eventos, investigaciones y resultados del movimiento social en el área de la niñez y adolescencia (NANA, Cómo, 2011);

- Motivar la cobertura de los medios con sugerencias e informaciones sobre ese universo, buscando estimular a la prensa para que informe sobre los principales problemas y soluciones relacionados al área de la niñez y la adolescencia.
- Ayudar al periodista a planear su semana de trabajo, indicando con anterioridad lo que va ocurrir, cuando y donde.
- Estimular el diálogo frecuente entre periodistas y actores sociales;
- Mantener la Agencia informada y atenta al escenario nacional con relación a los derechos de la niñez y adolescencia (NANA, Cómo, 2011).

La Periodicidad de este boletín es: Semanal, cubriendo de lunes al domingo siguiente.

Los temas objetos del *Prioridad Absoluta* son:

- Talleres, seminarios, conferencias, congresos y reuniones afines que tengan como tema la niñez y la adolescencia.
- Lanzamientos de libros, informes, investigaciones y otros estudios sobre estos temas.
- Presentación de acciones o resultados de proyectos sociales para la niñez y adolescencia.
- Lanzamientos de campañas de movilización, educativas o de información sobre los temas relacionados a la niñez y adolescencia.
- Eventos culturales para o sobre niñas, niños y adolescentes, que tengan aspectos educativos y promuevan a los derechos de la niñez y adolescencia.
- Eventos filantrópicos que apoyen a proyectos sociales o iniciativas de promoción de derechos (NANA, Cómo, 2011).

Reseña Latinoamericana: En ella se destacan dos noticias importantes de cada uno de los países miembros de la red y circulan por toda Latinoamérica a través de los contactos de la Red ANDI América Latina (NANA, Cómo, 2011).

Huellas: es un boletín mensual que busca despertar el interés en los periodistas sobre determinado tema o enfoque que por alguna razón no ha sido tratado como debería, en los temas abordados por los medios (NANA, Cómo, 2011).

El Premio Periodista Amigo de la Infancia: se entrega una vez al año y sirve como estímulo a las y los comunicadores que han desarrollado con calidad y responsabilidad los derechos de la niñez y adolescencia en sus publicaciones (NANA, Cómo, 2011).

Banco de Fuentes: es un documento disponible para todos los periodistas que desean encontrar las fuentes idóneas y profesionales para realizar reportajes completos y balanceados, la diversidad de fuentes utilizadas por los periodistas en sus artículos es uno de los principales indicadores de calidad adoptados por la metodología ANDI (NANA, Cómo, 2011).

Cuanto más variada la cantidad y naturaleza de las fuentes consultadas, mejor para garantizar que los distintos puntos de vista sobre el hecho o tema fueron considerados. La diversificación de fuentes además ayuda en el proceso de acercamiento entre periodistas y distintos actores sociales, otra acción clave de la estrategia de promover el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil y permitir más control social de las políticas públicas de niñez y adolescencia (NANA, Cómo, 2011).

En este sentido, fue desarrollado el *Banco de Fuentes* de la Red ANDI América Latina, a partir del modelo de banco de datos de fuentes de información utilizado por ANDI en Brasil. El *Banco de Fuentes* es un catálogo público con los contactos de expertos y de entidades que desarrollan investigaciones o proyectos sociales en los diversos temas relativos a la infancia. El *Banco* presenta también un resumen de los objetivos y de las actividades de cada proyecto. Los datos están disponibles en la Internet y permiten a los usuarios ubicar a las fuentes y/o informaciones que necesitan, de forma rápida y flexible.

Los objetivos de la base de fuentes son:

- Estimular la diversificación de fuentes de información en las coberturas periodísticas, favoreciendo a un periodismo más profundizado, democrático y representativo de las distintas voces de la sociedad (NANA, Cómo, 2011).
- Apoyar al periodista a encontrar las fuentes de información más confiables, de su país o del exterior, que puedan ofrecer opiniones, datos e informaciones de calidad sobre la promoción de los derechos de la infancia y adolescencia;
- Contribuir para la visibilidad de personas y entidades involucradas en acciones sociales de éxito en el área del niño y el adolescente, (NANA, Cómo, 2011).

- Promover una mirada más regional del periodismo de cada país, por ofrecer fuentes de distintos países que pueden hablar sobre temas comunes (NANA, Cómo, 2011).
- Atender con agilidad las demandas internas de la Red ANDI América Latina por datos de instituciones y proyectos sociales.
- Posibilitar la publicación de versiones impresas en formato de “guía de fuentes” (NANA, Cómo, 2011).

Acción 17: la página de Internet www.accion17.org es un esfuerzo de varios países Latinoamericanos por crear una comunidad virtual de comunicadores y profesionales que intercambien conocimientos e información alrededor del tema de los Derechos Humanos de la infancia y la adolescencia. El nombre simboliza la concertación del artículo 17 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y la Niña (NANA, Cómo, 2011).

CLIPPING PERIODÍSTICO

Clipping es el proceso de captura de noticias y artículos producidos por medios de comunicación sobre temas de interés (en el caso de la Red ANDI América Latina, relacionados con la infancia y la adolescencia). Puede ser utilizado por los medios impresos o electrónicos. La metodología adoptada en este momento por la Red ANDI América Latina sirve para el *clipping* de medios impresos (periódicos). Los textos recogidos componen el material básico para la realización de un buen seguimiento sobre el comportamiento editorial de los medios ante asuntos ligados a los derechos de la niñez y adolescencia (NANA, Cómo, 2011). El *clipping* tiene un rol clave en las acciones de la Red ANDI, ya que permite la producción de:

- *Reseña diaria* sobre la niñez y adolescencia en los medios en cada país.
- *Reseña semanal* sobre la niñez y adolescencia en los medios en América Latina.
- *Análisis* cuantitativos y cualitativos.
- *Monitoreos y controles* de divulgación de temas estratégicos o prioritarios para las Agencias.

La periodicidad del clipping es: Diaria, de lunes a viernes; las ediciones de fin de semana son capturadas y revisadas el lunes de cada semana (NANA, Cómo, 2011).

Criterios de elaboración del *Clipping*

El *clipping* debe ubicar y recoger todos los textos periodísticos que traten directa o indirectamente cualquier tema relacionado con la niñez y la adolescencia, ya sea con la promoción de derechos de niños, niñas y jóvenes, como también con denuncias de abusos y maltratos (NANA, Cómo, 2011).

Son ubicados o capturados:

- Reportajes
- Entrevistas
- Artículos
- Editoriales
- Breves
- Noticias publicitarias (promociones indirectas) y fotos subtituladas relevantes.
- Columnas fijas regulares, de alta relevancia (NANA, Cómo, 2011).

CLASIFICACIÓN DE NOTICIAS

La clasificación es el proceso de la organización por temas de todas las noticias encontradas en los medios investigados, que enfocan directa o indirectamente el universo de los derechos de la infancia y la adolescencia.

El trabajo obedece a un conjunto de criterios cuantitativos y cualitativos desarrollados por ANDI. La clasificación tiene lugar después de la etapa de captura o *clipping* (NANA, Cómo, 2011).

En líneas generales, el proceso de clasificación consiste en:

- Registro de las principales informaciones sobre el origen del artículo, como nombre del periódico, título, fecha y palabras clave que identifiquen su contenido;
- Relleno del formulario de clasificación creado por ANDI a partir de parámetros predefinidos (NANA, Cómo, 2011).

El uso de criterios iguales es fundamental para que la Red ANDI América Latina pueda unificar su metodología de adquisición y control de datos, lo que permitirá comparaciones entre los resultados obtenidos en los diferentes países (NANA, Cómo, 2011).

Las informaciones de cada artículo son incluidas por el clasificador, persona responsable del proceso, en el Banco de Datos de Clasificación. La descripción detallada de la utilización del *software* del Banco de Datos y el relleno de los formularios de clasificación se presenta en el capítulo correspondiente (NANA, Cómo, 2011).

Los objetivos de *La Clasificación de noticias* son:

Permitir, a partir de la clasificación de los artículos que tratan de la infancia y la adolescencia, un análisis crítico del desarrollo de los medios de comunicación con relación a los temas monitoreados.

Los datos de la clasificación serán utilizados posteriormente para la producción de los siguientes materiales (NANA, Cómo, 2011):

- Informe anual – publicación que ofrece una radiografía detallada del comportamiento de los medios impresos ante temas de interés de niñas, niños y adolescentes. Es realizado a partir del cruce de datos estadísticos y evaluaciones cualitativas de las noticias recogidas a lo largo del año (NANA, Cómo, 2011);
- Estudios temáticos especiales – publicaciones realizadas por medio de metodologías específicas, que analizan cómo los periódicos y revistas tratan cada uno de los diversos temas monitoreados, en un tiempo determinado. En el caso de la Red ANDI América Latina, los estudios temáticos están previstos para la tercera etapa de implementación (NANA, Cómo, 2011).

3.1.4 Departamentos o Dependencias de la Institución

Centro Civitas y La Nana por el momento no cuentan con un manual donde indique como esta conformada la ONG, por tal razón Mirza Colindres: asistente de proyectos de Centro Civitas, proporcionó la información de cómo está estructurada la ONG y se detalla a continuación (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Directora General de Centro Civitas, Evelyn Blanck

Coordina proyectos, formula y ejecuta, es facilitadora de los talleres impartidos por la organización Centro Civitas a periodistas en la ciudad capital como en el interior del país (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Directora de La Nana, Claudia Navas Dangel

Su especialización es niñez y adolescencia, es facilitadora de talleres impartidos a periodistas y miembros de otras organizaciones, también imparte talleres sobre periodismo infantil a niños de escuelas del área metropolitana (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Asistente de Proyectos Centro Civitas – La Nana, Mirza Colindres

Encargada de la logística en las actividades que se realizan, así como la participación en talleres y capacitaciones y la unificación de resultados de las mismas. Además es la persona delegada para contactar a periodistas para dichas actividades (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Monitora de Medios, Ligia Flores

Aunque no es un cargo permanente, es la encargada de elaborar las fichas con los datos obtenidos durante el monitoreo de medios impresos del año 2009 y 2010. De notas periodísticas con relación a temas de niñez y adolescencia. Para luego realizar el reporte anual comparativo de estos dos años en base al monitoreo de los medios escritos (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Monitora de Medios, Flor de María Flores Barrios

Es la encargada de ingresar diariamente los datos obtenidos durante el monitoreo de medios impresos del 2011 a la base de datos. Las notas monitoreadas por ellas son en relación a salud sexual y derechos reproductivos. Con los datos obtenidos realiza un reporte mensual y una síntesis en base al monitoreo de los medios escritos (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Practicante de Ejercicio Profesional Supervisado, de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Brenda Escobar

Colaboradora en el monitoreo de medios impresos, tomando las notas que hablen sobre temas de niñez y adolescencia, sí como ingresar a la base de datos el registro de muertes de niños, niñas y adolescentes publicado en los medios escritos. Además actualiza la base de datos de contactos a quienes se convoca a talleres y diversas actividades que se realizan dentro de La Nana, también es encargada de reelaborar las notas periodísticas más sobresalientes de la semana para ser enviada a la Red ANDI para su publicación.

Administradora General, Sandra Ticum Pineda

Maneja los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos de la ONG, con el fin de obtener el máximo beneficio posible. También participa dentro de las actividades realizadas por La Nana (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Revista Sala de Redacción, Miguel González Moraga, Periodista - Editor

Editor de la revista. Su especialización es nuevas tecnologías de comunicación y realiza el enlace con periodistas departamentales para capacitarlos y crear fuentes informativas (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Editora adjunta de Sala de Redacción, Yecenia Enríquez Donis

Tiene bajo su cobertura el programa permanente de atención a periodistas departamentales, da ayuda a periodista que son violentados de sus derechos brindándoles las herramientas para poder hacer valer sus derechos en periodismo (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Encargada del observatorio Mujer y Medios, Silvia Trujillo

Delegada del tema de género lleva talleres de comunicación a periodistas (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

Web Master, María José Figueroa

Encargada de administrar la página Web de Centro Civitas www.centrocivitas.org y La Nana www.lanana.net (Colindres, Dependencia de la institución, 2011).

3.1.5 Misión

La asociación se traza como objetivos principales de estudio científico de los medios de comunicación social, el desarrollo de proyectos encaminados a elevar la calidad del ejercicio periodístico, así como de proyectos encaminados al estudio de la cultura en general (Dangel, 2011).

3.1.6 Visión

La asociación considera que no es posible abordar los temas de la profundización democrática, del fortalecimiento institucional, de la equidad de género, de la multi a la interculturalidad, del avance en el cumplimiento de los Acuerdos de Paz, del desarrollo integral y descentralización del país, sin antes analizar el papel de los medios de comunicación social, con el fin de que dicho análisis contribuya a la propuesta de acción en este campo para el logro del desarrollo social (Dangel, 2011).

3.1.7 Objetivos Institucionales

Objetivo General

Incidir en la construcción de un discurso público que promueva los derechos de los niños, niñas y adolescentes, y por ende promueva el desarrollo democrático del país, por medio de acciones encaminadas a un mejor tratamiento de la temática de derechos de la niñez y adolescencia en los medios masivos de comunicación, cuantitativa y cualitativamente (Dangel, 2011).

Objetivos Específicos

- Lograr mayores espacios en los medios de comunicación social para estos temas.
- Poner en contacto a periodistas y fuentes vinculados a los mismos.
- Promover cambios en el discurso mediático, de manera que comience a representarse a niños, niñas y adolescentes como sujetos plenos de derecho, con voz propia (NANA, Quienes, 2011)

3.1.8 Público Objetivo

Está enfocado a periodistas, comunicadores, organizaciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales (ONG'S).

3.2 Problema Comunicacional

La dificultad en los procesos de comunicación institucional de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia “La Nana” y su efecto en la comunicación externa.

La comunicación es la capacidad que tiene todo ser humano de relacionarse con su entorno, intercambiando ideas y pensamientos. Según el autor “se requiere de ocho pasos para que un proceso de comunicación sea efectivo, sin importar si éste se realiza utilizando el habla, cualquier tipo de señal con las manos, mediante imágenes o utilizando cualquier otro medio de comunicación o tipo de lenguaje” (Diez Frejeiro, 2006).

Estos pasos son:

- Nacimiento de la idea y el desarrollo de la misma, con una determinada intención; lo que una persona quiere transmitir a otra.
- La codificación del mensaje, es decir, poner el mensaje en un código común para el emisor y receptor, bien sean palabras o símbolos conocidos por ambos interlocutores. Éste es el momento en que se establece el tipo de lenguaje que va a utilizar, que puede ser oral, escrito, gráfico, mímico, así como el formato elegido.
- Elaborado el mensaje, éste se transmite eligiendo el canal que se considere más adecuado, teniendo en cuenta y controlando las posibles interferencias que se puedan dar.
- Mediante un canal de recepción (vista, oído, olfato, tacto y gusto) la persona recibe el mensaje. Cuantos más órganos intervengan en la recepción mejor se recibirá el mensaje. Si los canales de recepción no funcionan bien o el receptor ha puesto una barrera a ese mensaje, éste se pierde.
- El receptor descifra el mensaje, lo interpreta, intentando reconstruir una idea del mensaje. Si esa idea coincide con lo que el emisor transmitió podemos decir que se ha logrado la comprensión del lenguaje.
- Una vez recibido, descifrado e interpretado el mensaje, el receptor puede aceptarlo o rechazarlo. Si es aceptado podemos hablar de que se ha logrado el efecto deseado y que la comunicación se ha establecido, y al contrario si el mensaje ha sido rechazado.
- El uso que el receptor dé al mensaje recibido y su reacción ante el mismo es uno de los pasos decisivos de este proceso (Diez Frejeiro, 2006).

- La retroalimentación o el feedback, es el paso final del proceso de comunicación, la respuesta del receptor, que asume el papel de emisor dando lugar a todo el proceso nuevamente. Si esta retroalimentación no tuviera lugar, la comunicación no existiría, ya que no habría un proceso de “ida y vuelta”, no habría interacción bilateral, solo transmisión de información a nivel unilateral (Diez Frejeiro, 2006).

Los ocho pasos anteriores conforman el oportuno proceso de comunicación, esta investigación, basada en los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas y grupo focal, aborda como problema comunicacional: **la dificultad en los procesos de comunicación institucional de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia “La Nana” y su efecto en la comunicación externa.** Ya que el proceso de comunicación interno de la institución no efectúa la emisión de mensajes bilaterales, que conlleven a una retroalimentación con su grupo objetivo.

Es por ello que esta investigación pretende fortalecer la comunicación institucional, ya que su función es según el autor “administrar el flujo informativo tiene el objeto de descubrir y construir la identidad de la organización, mediante el establecimiento de relaciones informativas internas y externas. Los caracteres del mercado de la información exigen que dichas relaciones comporten una auténtica puesta en común entre interlocutores, de manera que la identidad surja del intercambio y la participación de los sujetos involucrados en la realidad institucional” (Sotelo Enríquez, 2008).

3.3 Técnicas de Recolección

3.3.1 Observación

Durante el período de observación se pudo constatar que la entidad no cuenta con una persona encargada específicamente de la comunicación dentro de la organización, pues se ve la necesidad de que una persona elabore distintos roles dentro de la institución y se desatiendan otras áreas. Es aconsejable en cualquier institución establecer buenos canales de comunicación interna a los efectos de que la externa sea mejor y más efectiva.

En cuanto a la comunicación por medio de la tecnología *Internet*, es decir sitio *Web* de La Nana y su *Blog*, se encuentra desactualizado, este es otro factor que incide negativamente pues al buscar información sobre los avances de la organización en un medio público no existe información actualizada sobre el trabajo y proyectos realizados recientemente por la institución.

La agencia todavía no hace uso de las redes sociales, lo cual significa una desventaja en relación a otras organizaciones que utilizan las redes sociales para intercambiar información, y hacer público el trabajo que realizan. La Nana tiene el equipo necesario para emprender para realizar el proyecto.

3.3.2 Documentación:

Para tener una mejor percepción de la situación comunicacional de La Nana y los servicios que ofrece como agencia de noticias, se dio lectura a documentos de la institución como: prospectos donde menciona los objetivos institucionales, importantes para enfocar la estrategia de comunicación en esa dirección y con la finalidad de que cumplan dichos objetivos.

En el primer informe impreso llamado, “Guatemala: Los rostros de la niñez y adolescencia en los medios impresos”, según el autor “El fin de este informe es mostrar a las y los periodistas de los medios analizados, y a quienes laboran en los otros medios en Guatemala, las posibilidades que existen de enriquecer sus agendas y mejorar su ejercicio, antes que señalar carencias y fallos en las coberturas” (NANA", 2004)

Según datos proporcionados durante el grupo focal, éste informe ahora se presenta en formato digital por falta de presupuesto, por medio de la tecnología *Internet*, este informe sería distribuido con mayor facilidad y podría llegar fácilmente al grupo objetivo. El Manual sobre Periodismo y niñez, proporciona el nombre de otras entidades que son fuentes de información en relación a niñez y adolescencia, de las cuales se realizaron encuestas para hacer un cuadro comparativo a cuanto a la utilización de la tecnología *Internet* y redes sociales.

También se consultó documentos con relación a comunicación institucional para comprender mejor su funcionalidad, de acuerdo a esta definición la comunicación institucional es “todo aquel conjunto de operaciones llevadas a cabo por instituciones, por darse a conocer o de mejorar su imagen. La comunicación acompaña esta nueva concepción de institución, donde el hombre es el capital más precioso; la comunicación es el testigo y el agente de un nuevo contrato social” (Álvarez Calvillo, 1999).

Para comprender sobre los diferentes tipos de comunicación y cuáles son los manejados dentro de La Nana, se partió por la búsqueda de conceptos sobre el tema siendo los siguientes:

Comunicación Horizontal:

“Este tipo de comunicación es la que se da entre miembros de una organización que comparte el mismo nivel de jerarquía” (Lobos Vivar, 2002).

Comunicación Vertical Ascendente:

Este es el tipo de comunicación es aquella que se da entre empleados y jefes.

Comunicación Vertical Descendente:

Es la que se da entre jefe y empleado.

Comunicación Externa:

Es la que se hace fuera de la organización, este tipo de comunicación relaciona a la organización con su entorno. En esta se trata la comunicación entre organización y su público, la organización y las demás organizaciones sean estas de su mismos género o no.

El tipo de comunicación externa involucra dos aspectos importantes que son la publicidad y las relaciones públicas.

Relaciones públicas:

Las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y el público o públicos de quienes depende su éxito o fracaso.

Publicidad:

“Es la encargada de manejar de una forma comercial, la comunicación de la empresa, su imagen y sus productos, es necesario decir que aunque el fin de la publicidad se ha tomado siempre de forma comercial, también la publicidad tiene su fin social en donde esta se utiliza para hacer pública una situación que afecte a la sociedad o para dar apoyo a la estrategia de relaciones públicas” (Lobos Vivar, 2002).

En cuanto a la tecnología Internet y redes sociales se citó el libro Networking: uso práctico de las redes sociales, donde se encuentra el modelo multidireccional a decir del autor es el que encaja más con la estrategia de comunicación a realizar. Siendo éste:

“El modelo idóneo para la web social”

Actualmente, nos preguntamos qué modelo se corresponde mejor a la comunicación a través de la web social en todo este proceso. “El consultor e investigador Ignasi Vendrell, director de Best Relations, responde a esta cuestión propugnando su quinto modelo, el multidireccional (2010). En éste, los receptores de un mensaje son a la vez emisores del mismo, consiguiendo que se propague en múltiples direcciones y en un plano horizontal, es decir, democrático, sin jerarquías, sin centros de poder. Afortunadamente, asegura Vendrell” (Cañabate Molina).

“La Internet colectiva: de la Web 1.0 a la Web 2.0”

La visibilidad en la red de una persona o una empresa no solo tiene que ver con la web institucional o el blog corporativo y una situación privilegiada en los resultados de búsqueda. “En distintos sitios de la red, tanto usted mismo como sus colaboradores pueden distribuir y compartir información empresarial a la vez que interactúan con los clientes o consumidores potenciales, usando el abanico de herramientas llamado web 2.0 conocerlas coloca a las empresas a las riendas de la gestión de la presencia *online* de su marca” (Gestión 2000, 2009)

Dentro de las herramientas que ofrece el *Internet* se encuentra en Networking. Según el autor “Es el término anglosajón, que significa trabajar con redes. Estas redes pueden ser de numerosos tipos, desde redes informáticas hasta lo que hoy se conoce popularmente como redes sociales. Desde este punto de vista, implica la actividad de conectar con varios tipos de recursos, ya sean personas, instituciones u organizaciones con la finalidad de lograr determinados objetivos profesionales y personales. Supone poder convertir un evento, conferencia o simple encuentro casual en una extraordinaria oportunidad para el éxito profesional o personal futuro de las partes en contacto” (Calvo Muñoz, 2009).

“En definitiva, Networking es el proceso de recopilar y distribuir información para el mutuo beneficio tuyo y de las personas que integran tu red de contactos” (Calvo Muñoz, 2009).

La comunicación organizacional también es descrita como un medio importante que tiene cada organización para poder adaptarse a los cambios que experimente como sistema, tanto dentro como desde fuera. Se encuentra formada por dos tipos de comunicación como lo son la comunicación externa y la comunicación interna.

3.3.3 Entrevistas:

Se entrevistó a la asistente de proyectos de Centro Civitas y La Nana, Mirza Colindres, también a Sandra Ticum, Administradora de Centro Civitas y a Flor Flores, monitora de medios escritos. Esto con la finalidad de tener una perspectiva desde distintos puntos de vista.

Entrevista Mirza Colindres

¿Cuál es la principal problemática que afronta La Nana?

“Las personas no tienen la conciencia de la necesidad de conocer temas relacionados con la niñez y adolescencia, entonces no hay un medio para difundir todo lo que se hace y en realidad hay muchas actividades al año dentro de La Nana aún cuando no hay fondos.

Entonces el problema que veo es que no saben que es La Nana y verla como una herramienta para los medios de comunicación. De tal forma que La Nana se convertiría en un ente facilitador de información relevante en temas de niñez y adolescencia” (Colindres, 2011).

¿Qué medios ha utilizado La Nana para darse a conocer?

“Por medio del Informe, Guatemala: Los rostros de la niñez, en el primer año el 2004 fue entregado de forma impresa y los siguientes por falta de recursos se hizo llegar de forma CD (disco compacto) a los medios de comunicación, organizaciones y fuentes de información. También se han elaborado comunicados de prensa, reportajes en el vespertino La Hora por Claudia Navas Dangel, a quien le ha dado espacio por ser columnista del mismo. También cuenta con página *Web* y *blog*” (Colindres, 2011).

Visité el sitio *Web* y el *blog* de La Nana y la información donde proporciona información sobre las alianzas y servicios que ofrece, en cuanto a las actividades realizadas la páginas *web* no se encuentra actualizada desde hace varios años.

¿A qué se debe que la página Web de La Nana no esté actualizada?

“Se han actualizado algunos documentos en agosto y septiembre del año pasado, para subir a la página *Web* pero hasta ahora por falta de tiempo no se ha realizado. María José que es la *Web* máster, quien es voluntaria ya tiene algunas ideas específicas para hacerla práctica y funcional, por falta de tiempo no se ha realizado” (Colindres, 2011).

En la actualidad el uso de las redes sociales permite que un mensaje se expanda de forma rápida, le permite interactuar con su receptor y logra la retroalimentación del mensaje, la institución cuenta con acceso a *Internet* lo cual facilitaría la implementación de este recurso.

¿Ustedes como institución estarían en acuerdo para iniciar este proyecto con redes sociales?

“A final de año siempre tenemos una reunión para analizar las actividades que se realizaron y expectativas para el año próximo, pero a veces por la falta de organización, no se cumplen los objetivos que se trazaron a inicio de año, en cuanto a las redes sociales es algo que si se podría realizar son cuestiones de reorganizarnos para ver la información a colocar, los contactos de organizaciones y también se podría realizar un boletín electrónico sobre temas de niñez y adolescencia y publicarlo por este medio.

Entrevista Sandra Ticum

Para tener conocimiento sobre la situación económica de la institución se entrevistó a Sandra Ticum, administradora de proyectos quien señaló que “actualmente se cuenta con pocos recursos financieros, La Nana no está por el momento en la capacidad de contratar a una persona para colaborar con los distintos proyectos que aquí se realizan” (Ticum, 2011).

¿Cuáles son los recursos que La Nana tiene a su favor?

“Contamos con computadoras con acceso a *Internet*, cañoneras, cámaras, grabadoras de voz, el equipo para realizar capacitaciones y una de las herramientas es la base de datos de periodistas lo único con esto es que como ellos siempre están cambiando de lugar hay que mantener actualizada la base de datos”.

Como administradora de La Nana, ¿podría mencionar algunas de las alianzas con otras entidades a favor de la niñez y adolescencia en Guatemala, sean estas gubernamentales o internacionales?

“Por el momento solo esta trabajando el proyecto “Periódico en el aula” en alianza con Nuestro Diario, Ministerio de Educación y Editorial Piedra Santa. Con el Fondo Unido trabajó este año el proyecto de periodismo infantil llamado “Pido la Palabra”. Y el proyecto de talleres de concientización a periodistas y comunicadores sociales, llamado “El rol de la prensa en la prevención de la violencia juvenil”.

Entrevista: Flor de María Flores Barrios

1. ¿Cuál es su trabajo dentro de la organización?

Monitora de medios escritos en materia de salud sexual y reproductiva, derechos sexuales y reproductivos y sexualidad humana integral.

2. A su parecer ¿Cuál es el problema principal que afronta La Nana?

La poca influencia que se ha tenido con organizaciones tanto a nivel nacional como internacional para dar a conocer la institución, por lo tanto la gente tiene un desconocimiento amplio acerca del trabajo de La Nana. Las organizaciones nacionales no proporcionan información y a nivel internacional (donantes) es difícil conseguir financiamiento para el ejercicio adecuado de la organización.

3. ¿Cómo considera la comunicación interna y externa de La Nana? Buena, regular, mala, debe mejorar y ¿Por qué?

Regular, y debe mejorar, en el sentido que si existieran por lo menos dos reuniones mensuales entre los miembros del equipo para coordinar actividades y entregar informes acerca del trabajo que realiza cada quince días. Esto permitiría que el archivo físico y electrónico de La Nana se fortalezca y el equipo estaría informado de manera integral acerca de lo que cada uno de los integrantes de La Nana trabaja.

4. ¿Considera que las redes sociales son buenos canales de comunicación para conectar a otras instituciones a favor de la niñez y adolescencia y periodistas de los medios escritos?

Efectivamente las redes sociales juegan un papel fundamental en materia de divulgación de información y sería una manera eficaz de dar a conocer el trabajo de La Nana por medio de publicaciones electrónicas a través de distintos recursos cibernéticos.

Para concluir, cabe decir que se debe tener en cuenta, que en un país como Guatemala donde el amarillismo vende más que la verdad. Los reportajes juegan un papel principal en los temas sociales que atañen a la niñez y adolescencia y por medio de estos se puede humanizar la problemática de niñez y adolescencia y sensibilizar a los periodistas y audiencias (Flores, 2011).

3.3.4 Grupo Focal:

Con el objetivo de saber el tipo de comunicación interna que maneja La Nana, se realizó un grupo focal, el cual según el autor Piñola Ortiz, consiste en “reunir a un grupo de personas con características más o menos comunes en cuanto a nivel académico o profesión, a quienes se les somete a una serie de preguntas en forma simultánea, relacionadas con un determinado tema o problema” (Piñola Ortiz, 2004).

Por lo cual este grupo focal estuvo integrado por el personal de La Nana: Licenciada Claudia Navas Dangel, Mirza Colindres, Flor Flores, Sandra Ticum, y como moderadora de grupo Brenda Escobar.

Se indagó sobre el conocimiento que tienen de la institución, cada persona compartió brevemente la noción sobre la fundación de La Nana, y los proyectos que se han realizado. Durante este proceso, se observó dificultad para responder por parte de dos personas, quienes no sabían sobre los antecedentes de La Nana, solamente de algunos proyectos recientes.

Se les cuestionó si tenían capacitaciones para desempeñar mejor su puesto de trabajo, y si contaban con actividades que fomentaran las relaciones interpersonales. La respuesta a esta interrogante fue que sí, se les convocaba a reunión cada cierto tiempo para planificar actividades, además fomentaban el compañerismo con actividades especiales, como celebración de cumpleaños, entre otros.

Además se les preguntó quienes habían visitado la página *web* y el *blog* de La Nana recientemente, del grupo tres personas respondieron que no habían visitado una sola vez tanto la página *web* como el *blog* de la institución. En relación a esta respuesta se les preguntó la razón por la que no habían ingresado a estos sitios en Internet. La respuesta dada por el grupo fue, que desconocen muchas cosas por no involucrarse más en las áreas de trabajo de La Nana.

Al preguntar sobre las principales necesidades comunicacionales, Mirza Colindres, asistente de proyecto enfatizó “ser organizados con las actividades porque muchas veces se cruzan y no se logra atender las dos al mismo tiempo”.

Así también La Licenciada Claudia Navas y Mirza Colindres, expusieron que el hecho de “tener una mayor cobertura de medios e implementar un boletín donde se les debería de dar las herramientas a los periodistas para mantenerlos al día con la situación de la niñez.

Una estrategia sería retomar los servicios que ya no se están efectuando como el de Huellas. Esto se trabajaba de manera electrónica lo cual no generaba un gasto adicional a la organización y generaba resultados positivos”.

3.3.5 Encuestas:

Para esta investigación se tomó como universo a estudiar un grupo de cincuenta personas; treinta representantes de organizaciones relacionadas con temas de niñez y adolescencia, incluyendo cinco personas de La Nana y veinte periodistas, todos ubicados dentro del perímetro de la ciudad capital.

Para el cálculo de la muestra, debido a que el número es bajo la investigadora optó por utilizar como muestra el mismo número del universo, siendo éste de cincuenta personas, a continuación se presentan los resultados.

El total de encuestas realizadas es de cincuenta, de las cuales en un 58% fueron respondidas por el sexo masculino y en un 42% por el sexo femenino.

A los encuestados se les preguntó si participaban en proyectos relacionados con niñez y adolescencia, de ellos el 80% respondió que si participaba en proyectos de niñez y adolescencia, y tan solo el 20% respondió negativamente. Asimismo se evidencia que solo el 20% recurre a La Nana como fuente de información en temas de niñez y adolescencia. Lo cual evidencia que se debe divulgar el trabajo que la institución realiza para colocarla como una de las principales fuentes de información en esta temática, ya que dentro de sus objetivos está el incidir en los medios de comunicación escritos.

Por otra parte se evidencia que el 80% de las personas encuestadas tiene conocimiento de la institución por los talleres que realizan, mas no por su labor como agencia de noticias como lo evidencia el porcentaje de personas que recurre a ella como fuente de información.

En cuanto a la comunicación interna de la institución el 38% considera que es buena, aunque el 32% piensa que debe mejorar, por tal razón se les preguntó si conocen los canales de comunicación interna (folletos, revistas, memos, cartas personales, murales y otros) que maneja la institución el 70% respondió que si los conoce, tan solo el 4% dice no existen y el 26% no respondió.

Respecto al uso de la tecnología Internet, el 56% respondió que ha visitado la página *web* y el *blog* de la institución, por el contrario el 46% no lo ha hecho. En relación a esta respuesta se les preguntó acerca de la calidad de los productos comunicacionales de la institución por medio del Internet, es decir *blog* y página *web*.

De los encuestados el 46% considera que debe mejorar, esto derivado de la falta de actualización de la información proporcionada en ese sitio *web*. Seguido del 30% que no respondió a la pregunta, por no haber visitado todavía este medio.

En relación a lo anterior se les preguntó si consideraban al Internet como un buen canal de comunicación para La Nana. Un 96% respondió que sí. En cuanto a las redes sociales como facebook y Twitter el 94% considera un canal efectivo para la conexión de La Nana con otras instituciones a favor de la niñez y adolescencia y periodistas. De esta respuesta se puede determinar que debido a la falta de conocimiento de sobre la institución y actualización por medio de la *web* no se ha logrado tener una conexión para alcanzar al grupo objetivo e incidir como fuente de información.

Por último según los resultados sobre La Nana como fuente de información en temas de niñez y adolescencia el 70% considera que si es una fuente confiable, el 22% no respondió por desconocer el trabajo de la institución. Para concluir los un 90% de los encuestados creen que al tema de niñez y adolescencia no se le da la suficiente cobertura.

3.4 FODA

A continuación se presenta el análisis sistemático de las condiciones comunicacionales internas y externas de la institución. “Lo cual equivale a un termómetro para medir las condiciones de un momento determinado, de un objeto de estudio, enlistando las características “positivas” propias del objeto de estudio, o sea internas, y esta definición ha culminado tradicionalmente con una lista de las fortalezas (de esta palabra procede la primera letra “**F**”). La otra “cara de la moneda”, se observa a continuación, al enlistar las debilidades o características “negativas” (de la palabra debilidades proviene la letra “**D**”).

En la primera fase de la utilización del FODA, no se tomaban en cuenta los factores claves del éxito; el diagnóstico interno está compuesto, entonces, por el descubrimiento de las fortalezas y debilidades. Seguidamente, se desarrolla la observación de objeto de estudio con relación a su entorno y en forma similar al caso anterior, existen dos caras de la moneda: las oportunidades “**O**” y las amenazas “**A**”.

Originalmente, se consideran como oportunidades el conjunto de opciones externas que el objeto de estudio puede aprovechar y, por el contrario, se consideran amenazas el conjunto de opciones que atentan contra el bienestar, la supervivencia o el logro de los objetivos del objeto de estudio.

Las siglas de esta herramienta se obtienen de los cuatro elementos que intervienen de su aplicación” (Brenes Bonilla, 2011).

F = Fortalezas

O = Oportunidades

D = Debilidades

A = Amenazas

FORTALEZAS

Se puede definir como las características positivas, que facilitan el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Para La Nana, credibilidad y objetividad en el desarrollo del monitoreo de medios y otros servicios que ofrece como agencia, puesto que un 70% de las personas encuestadas respondieron que La Nana es considerada una fuente confiable en cuanto a temas de niñez y adolescencia, a quien podría citar como fuente de información.

Las relaciones profesionales ligadas a la actividad de la institución (instituciones relacionadas con niñez y adolescencia, periodistas y comunicadores sociales) que se encuentran en la base de datos que maneja La Nana, es un facilitador para ubicar los contactos necesarios para la implementación de las redes sociales, esto como parte de la estrategia de comunicación.

El personal que labora en La Nana, en su mayoría profesionales, capacitados para desempeñar su cargo dentro de la organización. Lo cual representa el soporte humano para la implementación de la estrategia de comunicación. Según la entrevista realizada a la asistente de proyecto Mirza Colindres.

OPORTUNIDADES

Son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos organizacionales.

Durante la etapa de observación se pudo verificar que la institución cuenta con los recursos tecnológicos (computadoras con acceso a *Internet* y programas para edición de video y diseño gráfico, cámaras fotográficas, grabadoras de voz y cañoneras) indispensables para poner en práctica la estrategia de comunicación.

La página *Web* y el *blog* de la institución no se encuentran actualizados por el momento. Por tal razón se pretende mantener actualizado este canal de comunicación, para transformar esta debilidad en una oportunidad para La Nana. Ya que según el resultado de las encuestas demuestra que un 88% de las personas esta de acuerdo en que el *Internet* es un canal propicio para trasladar la información de La Nana a su grupo objetivo, y en cuanto al uso de las redes sociales se cuenta con un respaldo del 94% para facilitar la conexión con otras entidades y periodistas.

Tener incidencia en los medios escritos, ya que el 70% de los encuestados afirmó que citaría a La Nana como fuente confiable en temas de niñez y adolescencia y de esta posicionar su imagen institucional.

DEBILIDADES

Son las características propias de la institución que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos institucionales.

Durante el proceso de observación se pudo verificar que una de las debilidades se basa en el proceso de comunicación interno de la institución, pues la información que se genera de los servicios como agencia, no se exteriorizan o dan a conocer a otras organizaciones y medios de comunicación. Durante la entrevista realizada a la encargada de proyectos de la agencia en relación a esta observación respondió, “es por falta de financiamiento económico para pautarse en medios masivos (radio, TV y prensa)”.

Por otra parte durante el grupo focal se identifico otra debilidad, la falta de planificación y organización de las actividades a realizar mensualmente, y la delegación de las mismas a otras personas de tal forma que pueda haber equilibrio entre las responsabilidades de cada empleado. Puesto que según indica Mirza Colindres, la única planificación que se da es a final de año.

AMENAZAS

Son las situaciones que se presentan en el ambiente de la institución y que podría afectar de forma negativa las posibilidades de alcanzar los objetivos institucionales.

Durante la entrevista a la administradora de la institución, Sandra Ticum, señaló que los recursos económicos de La Nana son bajos y que necesitan donantes para que los proyectos sigan adelante, por ejemplo se está llevando a cabo un taller de sensibilización con periodistas y comunicadores sociales el cual se llama “el rol de la prensa en la prevención de la violencia juvenil”. Sin los fondos para este tipo de talleres no se lograría incidir en los medios de comunicación.

Otra de las amenazas para la institución es la falta de identidad como fuente de información sobre niñez y adolescencia, debido a la poca incidencia en espacios públicos, como medios de comunicación masivos por el costo que esto implica, en esta circunstancia se pueden utilizar medios alternos como la *web*.

3.5 Indicadores de Éxito:

Durante el proceso de investigación se ha logrado detectar el problema central, que afecta el proceso de comunicación tanto interno como externo de la agencia de noticias. Por tal razón es importante determinar los indicadores que garanticen el éxito de la estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación institucional de: La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y Adolescencia. “La Nana”, a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet en esta investigación.

Por lo tanto a continuación se enuncian los recursos que coadyuvan al éxito de la estrategia de comunicación mencionada.

Los recursos humanos: Durante la entrevista realizada a la asistente de proyectos Mirza Colindres, indicó cada uno de los puestos que ejecuta el personal de La Nana. Siendo estos, monitores de medios escritos, periodistas, editores, y *web* máster. El trabajo conjunto de los expertos en la temática, acompañado de la planificación de actividades garantiza el éxito de la ejecución de la estrategia de comunicación.

La Nana cuenta con **recursos físicos, tecnológicos y materiales** que serán utilizados para la ejecución de la estrategia de comunicación. Según datos obtenidos de la entrevista con Sandra Ticum, los recursos con los que cuenta son:

Físicos: Las instalaciones de la oficina de la institución donde se lleva a cabo la investigación.

Tecnológicos: Éstos son imprescindibles para ejecutar la estrategia de comunicación, tales como: computadora con acceso a *Internet*, impresora, teléfono de planta, cámara fotográfica y de video, grabadora de voz.

Materiales: insumos de oficina y papelería.

Recursos Financieros: En cuanto a lo económico La Nana es la facilitadora de los recursos necesarios para realizar el trabajo de investigación. Aunque si la estrategia excede a los recursos humanos y materiales que posee, se ve en la necesidad de realizar una alianza con otra organización para sufragar la inversión que impliquen los materiales comunicacionales para esta investigación.

3.6 Necesidades de Comunicación:

Uno de los problemas encontrados es la falta de actualización en la tecnología *Internet* en cuanto al uso de las herramientas que posee como: página *Web*, *blog* y redes sociales. Por lo cual la institución se ve en la necesidad de actualizarse en este tipo de tecnología en *Internet* con el fin de proyectar su trabajo y hacer conexión con otras instituciones de su misma temática, así como periodistas y comunicadores sociales.

La falta de organización en las distintas actividades que se realizan dentro de la institución y la delegación de las mismas, dan origen necesidad de una mejor comunicación interna, mediante el manejo de un planificador de actividades.

Posicionar en la mente del grupo objetivo, a la agencia como medio facilitador de información sobre niñez y adolescencia para lograr mayores espacios en los medios de comunicación. Por medio de un boletín electrónico que brinde la información relevante en cuanto a temas de niñez y adolescencia.

4. Proyecto a Desarrollar

“Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación institucional de: La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y la Adolescencia. “La Nana”, a través de las nuevas tecnologías vinculadas a la Internet”.

4.1 Descripción Técnica de la Estrategia del Proyecto:

La Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación institucional de La Agencia de Noticias a favor de la Niñez y Adolescencia. “La Nana”, a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet. Ha tomado en cuenta el objetivo general, los objetivos específicos, los recursos materiales, económicos e institucionales. Además de los datos obtenidos durante el diagnóstico de esta investigación.

Para el fortalecimiento de la comunicación institucional como objetivo principal, se pretende divulgar las funciones de La Nana a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet; *blog* y página *Web*. En donde se publicará información actualizada sobre el trabajo realizado. La estrategia de comunicación será realizada por medio de Internet debido a la falta de presupuesto para realizar otro tipo de publicidad en que se pueda dar a conocer la institución.

Otro de los objetivos es crear una conexión con organizaciones que trabajan el tema de niñez y adolescencia, además de periodistas y comunicadores sociales, por medio de la implementación de las redes sociales, para realizar este objetivo se cuenta con la base de datos de la institución de donde serán seleccionadas las personas del área de la ciudad capital.

Además se pretende realizar notas periodísticas de forma quincenal, sobre temas de niñez y adolescencia que no son abordados dentro de la agenda que manejan los distintos medios de comunicación. Estas notas periodísticas serán publicadas en el boletín electrónico, por medio de la página *Web* y redes sociales.

Se pretende diseñar un boletín electrónico con un resumen de las notas relevantes durante el monitoreo de medios, el boletín será de forma quincenal, además incluirá notas periodísticas por parte de La Nana sobre temas que no son abordados en los medios escritos. Este boletín será publicado en la página *Web*, redes sociales y correo electrónico.

Estas actividades estarán previamente planificadas en conjunto con: la directora de La Nana, personal de monitoreo y el investigador, con el fin de dar a conocer a La Nana como fuente de información el temas de niñez y adolescencia.

4.2 Objetivo General:

Divulgar las funciones institucionales de La Nana a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet, para establecer un vínculo comunicacional con instituciones del mismo género y periodistas de la ciudad capital, efectuado en el plazo de un mes, de agosto a septiembre de 2011.

4.3 Objetivos específicos:

- A. Establecer un vínculo comunicacional de doble vía por medio de las redes sociales (Facebook), entre organizaciones a favor de la niñez y adolescencia y comunicadores de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Guatemala, para la divulgación de los servicios comunicacionales que la agencia provee.
- B. Facilitar la información generada de los diferentes servicios de la Nana, por medio de la actualización de la página *Web*, *blog* y un boletín electrónico quincenal.
- C. Implementar un calendario electrónico y físico, con las distintas actividades mensuales como parte de la comunicación interna.

4.4 Actividades que Operativizan la Estrategia:

Para llevar a cabo la estrategia de comunicación es necesario planificar actividades para saber el rumbo a seguir durante la ejecución. Uno de los objetivos es la actualización de la página *web* y *blog* de La Nana, para cumplir este objetivo se realizará una selección de materiales informativos sobre los proyectos y servicios que presta la agencia en la actualidad, esta actividad se realizará en coordinación con la directora de La Nana y los monitores de medios.

La elaboración del boletín electrónico, implica la recolección información del monitoreo de medios para la elección de notas periodísticas a publicar. Así también implica la búsqueda de fuentes de información para realizar una nota periodística sobre temas no abordados en las agendas de los medios

impresos. La nota periodística se dará a conocer en la publicación del boletín electrónico. Se debe tomar en cuenta el diseño del mismo y la publicación en los distintos canales de comunicación.

También se realizará el diseño de un trifoliar para la institución, con información actualizada, pero solamente de forma digital por la falta de presupuesto.

Para establecer un vínculo comunicacional de doble vía por medio de las redes sociales, se extraerá la información necesaria de la base de datos interna que maneja La Nana, para contactar a su público objetivo de la ciudad de Guatemala, a partir de esto, se divulgarán los servicios comunicacionales que la agencia provee, entre otros.

Por último se implementará un calendario electrónico y físico, interno, donde se mostrarán las distintas actividades mensuales.

4.5 Financiamiento:

En relación a la situación económica de la institución, según la entrevista realizada a Sandra Ticum, administradora de La Nana, la institución solamente dispone de los recursos internos. Es decir recursos humanos, físicos, tecnológicos y materiales, para la implementación de la estrategia de comunicación.

Por tal razón la estrategia de comunicación, se centra en productos comunicacionales por medio de la tecnología *Internet*. Ya que este es un canal con el que se pueden elaborar materiales comunicacionales con bajo presupuesto e impactar al grupo objetivo de forma directa.

4.6 Presupuesto

RECURSOS FINANCIEROS

CANTIDAD	TIEMPO / MESES	CONCEPTO	VALOR	TOTAL PARCIAL
1	12	Web máster	Q. 3,500	Q. 42,000
1	12	Diseñador y periodista	Q. 3,500	Q. 42,000
1	12	Hosting	Q. 250	Q. 250
1	12	Internet	Q. 550	Q. 6,600
1	12	Mobiliario y equipo tecnológico	Q. 8,700	Q. 8,700
1	Cada 3 meses por 1 año	Papelería y útiles	Q. 1,000	Q. 4,000
		TOTAL		Q. 103,550

4.7 Beneficiarios:

Durante la implementación de la estrategia de comunicación, los beneficiarios serán en primer lugar:

- La Nana como emisor de mensajes comunicacionales.
- El público objetivo: organizaciones que trabajan a favor de la niñez y adolescencia, periodistas y comunicadores sociales de los medios de comunicación masivos quienes son receptores de información. De tal forma que pueda haber una retroalimentación de la información.

En cuanto a la cantidad de personas beneficiadas parcialmente serán 500, quienes figuran dentro de la base de datos de La Nana.

EL resultado de las personas beneficiadas se podrá obtener al finalizar el primer mes de ejecución. En la página y blog se colocará un contador de visitas, en redes sociales se podrá medir de acuerdo a la cantidad de amistades con que se cuente hasta el período señalado anteriormente.

Además se habilitará un espacio para preguntas y sugerencias con la finalidad de brindar un mejor enfoque en los temas y servicios publicados por La Nana. Para mantener la constante retroalimentación de la comunicación.

4.8 Recursos Humanos:

Web máster:

La página *web* de La Nana será diseñada de manera auto administrable, para que ésta pueda ser alimentada por una persona en específico que sea parte del equipo, ya que se contratará a una persona para desarrollar este puesto de trabajo.

Su responsabilidad será mantener actualizados y al día los diferentes sitios *web* pertenecientes a la organización con el fin de que los usuarios puedan tener la información de manera reciente y esta pueda cumplir el rol que se desea, que en este caso sería el divulgar los sucesos más recientes e importantes que atañen a la temática de niñez y adolescencia tanto en el ámbito noticioso como social.

Diseñador y periodista, voluntario:

Esta persona será quién se encargue de las actualizaciones en red, blog y elaboración de notas periodísticas. Como parte de sus términos de referencia tendrá a su cargo que los sitios estén al día de que el formato sea sencillo de manejar y llamativo, para que las audiencias a abarcar sean tanto adultos como jóvenes y personas que no tengan un grado de escolaridad alto. Es decir el contenido de los sitios será adecuado de manera popularizada para que personas de diferentes niveles educativos y puedan hacer uso de la información sin enfrentar mayores dificultades, los informes serán anexados en formatos pdf y listos para descarga.

Editor de notas periodísticas:

La persona encargada de editar las notas periodísticas realizadas por la periodista será Mirza Colindres, Asistente de proyectos, para revisar que las notas cumplan con todos los requisitos necesarios para su publicación.

Administrador:

El encargado o encargada de esta plaza deberá de llevar el control financiero, girando cheques y realizando las liquidaciones debidas por cada cheque girado y por cada rubro independiente, deberá presentar informes financieros mensuales, proyecciones de gastos y estados de resultados a final de cada mes y al final de la ejecución, todo gasto deberá llevar el respaldo legal correspondiente (facturas o comprobantes, en caso no existan facturas que respalden los gastos se deberán de otorgar facturas especiales, tomando en cuenta que solo se pueden girar tres facturas especiales al año por persona).

4.9 Áreas Geográficas de Acción:

Por el momento la audiencia meta para la información girada por La Nana son los periodistas, comunicadores sociales y organizaciones de la ciudad capital, no obstante los talleres con periodistas del interior se han incrementado a partir del año 2010 y dado a que la información se encontrará en el sitio *web*, se espera tener una audiencia receptora diversa, ya que podrán acceder desde cualquier parte de éste país u otro. Por lo cual se expuso que la información será redactada de manera popularizada para la utilización de la misma.

Cuadro Operativo de la Estrategia:

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
<ul style="list-style-type: none"> Administración de la página <i>web</i>. colocar el boletín electrónico en la página <i>web</i>. 	Facilitar la información generada de los diferentes servicios de La Nana. Por medio de la página <i>web</i> , <i>blog</i> y un boletín electrónico	Q51,900	Web master	Ciudad capital Guatemala	Periodistas, comunicadores sociales y organizaciones a favor de niñez y adolescencia. La Nana	12 agosto 2011
<ul style="list-style-type: none"> Recolección de datos para nota periodística de boletín electrónico. Selección de contactos para las redes sociales. Creación de <i>blog</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar la información generada de los diferentes servicios de La Nana. Por medio de la página <i>web</i>, <i>blog</i> y un boletín electrónico Establecer un vínculo comunicacional de doble vía por medio de las redes sociales, entre organizaciones a favor de la niñez y adolescencia y comunicadores de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Guatemala, para la divulgación de los servicios comunicacionales que la agencia provee. 	Q51,650	Voluntario EPS	Ciudad capital Guatemala	Periodistas, comunicadores sociales y organizaciones a favor de niñez y adolescencia. La Nana	12 Agosto 2011 08 Agosto 10 Agosto
<ul style="list-style-type: none"> Calendario físico y electrónico 	Implementar un calendario electrónico y físico con las distintas actividades mensuales como parte de la comunicación interna.		Voluntario EPS	Ciudad capital Guatemala	La Nana	17 Agosto

Total: Q103,550.00 Ciento tres mil quinientos cincuenta Quetzales.

5. Informe de Ejecución

5.1 Creación de usuario en red social Facebook

5.1.1 Objetivo de la actividad específica

Establecer un vínculo comunicacional de doble vía por medio de las redes sociales, entre organizaciones a favor de la niñez y adolescencia y comunicadores de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Guatemala, para la divulgación de los servicios comunicacionales que la agencia provee.

5.1.2 Público Objetivo

Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan a favor de la niñez y adolescencia, periodistas y comunicadores sociales de los medios de comunicación masivos quienes son receptores de información. De tal forma que pueda haber una retroalimentación de la información.

5.1.3 Medio utilizado

Este usuario de la red social facebook, fue creado por medio de *Internet*. Ya que este es un canal con el que se pueden elaborar materiales comunicacionales con bajo presupuesto e impactar al grupo objetivo de forma directa.

5.1.4 Áreas Geográficas de impacto

Dado a que la información se encontrará en Internet, se espera tener una audiencia receptora diversa, ya que podrán acceder desde cualquier parte de éste país u otro.

5.1.5 Presupuesto invertido en esta acción

CANTIDAD	TIEMPO / MESES	CONCEPTO	VALOR	TOTAL PARCIAL
1	12	Web máster	Q. 1,167.00	Q. 14,004.00
1	12	Diseñador y periodista	Q. 1,167.00	Q. 14,004.00
1	12	Hosting	Q. 83.35	Q. 83.35
1	12	Internet	Q. 183.35	Q. 2,200.00
1	12	Mobiliario y equipo tecnológico	Q. 8,700	Q. 2,900.00
1	Cada 3 meses por 1 año	Papelería y útiles	Q. 333.35	Q. 1,333.40
		TOTAL		Q. 34,524.75

5.2 Creación de blog, actualización de página Web, boletín electrónico.

5.2.1 Objetivo de la actividad específica

Facilitar la información generada de los diferentes servicios de La Nana, por medio de la actualización de la página *Web, blog* y un boletín electrónico quincenal.

5.2.2 Público Objetivo

Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan a favor de la niñez y adolescencia, periodistas y comunicadores sociales de los medios de comunicación masivos quienes son receptores de información. De tal forma que pueda haber una retroalimentación de la información.

5.2.3 Medio utilizado

El usuario del blog de La Nana y boletín electrónico habilitados por medio de *Internet*. Este es un canal alternativo y efectivo donde se da a conocer la institución y sus productos como agencia de noticias.

5.2.4 Áreas Geográficas de impacto

Dado a que la información se encontrará en Internet, se espera tener una audiencia receptora diversa, ya que podrán acceder desde cualquier parte de éste país u otro.

5.2.5 Presupuesto invertido en esta acción

CANTIDAD	TIEMPO / MESES	CONCEPTO	VALOR	TOTAL PARCIAL
1	12	Web máster	Q. 1,167.00	Q. 14,004.00
1	12	Diseñador y periodista	Q. 1,167.00	Q. 14,004.00
1	12	Hosting	Q. 83.35	Q. 83.35
1	12	Internet	Q. 183.35	Q. 2,200.00
1	12	Mobiliario y equipo tecnológico	Q. 8,700	Q. 2,900.00
1	Cada 3 meses por 1 año	Papelería y útiles	Q. 333.35	Q. 1,333.40
		TOTAL		Q. 34,524.75

5.3 Calendario electrónico

5.3.1 Objetivo de la actividad específica

Implementar un calendario electrónico y físico, con las distintas actividades mensuales como parte de la comunicación interna donde se mostrarán las distintas actividades mensuales.

5.3.2 Público Objetivo

Equipo de trabajo de La Nana

5.3.3 Medio utilizado

El Calendario enviado por medio de *Internet*. Asimismo se colocó una copia en la cartelera de La Nana para facilitar la visualización.

5.3.4 Áreas Geográficas de impacto

Dado a que la información se encontrará en Internet, el personal de La Nana puede acceder desde cualquier parte de éste país u otro.

5.3.5 Presupuesto invertido en esta acción

CANTIDAD	TIEMPO / MESES	CONCEPTO	VALOR	TOTAL PARCIAL
1	12	Web máster	Q. 1,167.00	Q. 14,004.00
1	12	Diseñador y periodista	Q. 1,167.00	Q. 14,004.00
1	12	Hosting	Q. 83.35	Q. 83.35
1	12	Internet	Q. 183.35	Q. 2,200.00
1	12	Mobiliario y equipo tecnológico	Q. 8,700	Q. 2,900.00
1	Cada 3 meses por 1 año	Papelería y útiles	Q. 333.35	Q. 1,333.40
		TOTAL		Q. 34,524.75

5.4 Trifoliar

5.4.1 Objetivo de la actividad específica

También se realizará el diseño de un trifoliar para la institución, con información actualizada, pero solamente de forma digital por la falta de presupuesto.

5.4.2 Público Objetivo

Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan a favor de la niñez y adolescencia, periodistas y comunicadores sociales de los medios de comunicación masivos quienes son receptores de información.

5.4.3. Medio utilizado

El trifoliar será presentado de forma digital en un CD (disco compacto) y correo electrónico, para facilidad de manejo se realizará en Microsoft Publisher.

5.4.4. Áreas Geográficas de impacto

Dado a que la información se encontrará en formato digital, el impacto geográfico será a nivel nacional e internacional. Además podrá ser publicado en Internet o bien el personal de La Nana lo podrá facilitar vía correo electrónico.

5.4.5. Presupuesto invertido en esta acción

CANTIDAD	TIEMPO / MESES	CONCEPTO	VALOR	TOTAL PARCIAL
1	12	Diseñador y periodista	Q. 0.00	Q. 0.00
1	12	Hosting	Q. 0.00	Q. 0.00
1	12	Internet	Q. 0.00	Q. 0.00
1	12	Mobiliario y equipo tecnológico	Q. 0.00	Q. 0.00
1	Cada 3 meses por 1 año	Papelería y útiles	Q. 0.00	Q. 0.00
		TOTAL		Q. 0.00

5.5 PROGRAMACIÓN Y CALENDARIZACIÓN ACTIVIDADES DIAGNÓSTICO		MARZO				ABRIL				MAYO			
		PERÍODO POR SEMANA				PERÍODO POR SEMANA				PERÍODO POR SEMANA			
No.	Descripción	07-11	14-18	21-25	28-01	04-08	11-15	18-22	25-29	02-06	09-13	16-20	23-27
1	Compilación de documento para conocer la institución.	X											
2	Redacción antecedentes de La Nana.		X										
3	Entrevista a profundidad con el personal de La Nana.		X										
4	Redacción de misión, visión y objetivos institucionales.			X									
5	Institución, ubicación geográfica			X									
6	Integración y alianzas			X									
7	Historia de La Nana			X									
8	Servicios			X									
9	Departamentos o dependencias.				X								
10	Público objetivo de La Nana				X								
11	Redacción de encuesta				X								
12	Entrevista a profundidad					X							
13	Organigrama de la Institución					X							
14	Revisión completa de informe					X							
15	Entrevista						X						
16	Documentación						X						
17	Grupo Focal						X						
18	Validación de preguntas para encuesta						X						
19	Técnicas de recolección de datos, observación							X					
20	Encuesta a personas							X					
21	Tabulación de encuestas							X	X				
22	Análisis de encuestas								X				
23	Redacción de FODA								X	X			
24	Indicadores de éxito									X			
25	Necesidades de comunicación									X			
26	Proyecto a Desarrollar									X	X		
27	Redacción de problema comunicacional y documentación.										X		
28	Bibliografía										X	X	
29	Introducción										X	X	
30	Justificación										X	X	X
31	Selección de fotografías												X
32	Impresión y entrega de primera fase: Diagnóstico												X

5.5 PROGRAMACIÓN Y CALENDARIZACIÓN ACTIVIDADES DIAGNÓSTICO		JUNIO				JULIO				AGOSTO				
		PERÍODO POR SEMANA				PERÍODO POR SEMANA				PERÍODO POR SEMANA				
No.	Descripción	06-10	13-17	20-24	27-01	04-08	11-15	18-22	25-29	01-05	08-12	15-19	22-26	29-02
33	Entrega de diagnóstico corregido.	X												
34	Correcciones en el diagnóstico.		X	X	X	X								
35	Proyecto a desarrollar.						X							
36	Descripción técnica de de la estrategia del proyecto.						X							
37	Reacción de objetivo general y específicos.						X	X						
38	Actividades que operativizan la estrategia.							X						
39	Financiamiento							X						
40	Presupuesto							X						
41	Beneficiarios								X					
42	Recursos humanos								X					
43	Áreas geográficas de acción .								X					
44	Cuadro operativo de la estrategia.									X				
45	Árbol del problema.									X				
46	Revisión general de diagnóstico y estrategia.									X				
47	Cronograma de acuerdo a la estrategia.									X	X			
48	Impresión y entrega de estrategia de comunicación.										X			
49	Creación de correo electrónico para blog, creación de blog y redes										X			
50	Preparación de tema para nota periodística del boletín electrónico.										X			
51	Selección de contactos para redes sociales.										X			
52	Diseño de boletín electrónico										X	X	X	
53	Visita a la fuente de información para nota periodística											X		
54	Redacción de nota periodística y edición.											X		
55	Publicación de notas periodísticas sobre niñez en los medios en redes sociales y <i>blog</i> .											X		
56	Redacción de nota periodística y edición.												X	X
57	Publicación de notas periodísticas sobre niñez en los medios en redes sociales, <i>blog</i> .												X	X
58	Actualización de información en la página <i>web</i> y <i>blog</i> . Monitoreo de medios para redes sociales y publicación de notas periodísticas.													X
59	Redacción de nota periodística y edición.													X
60	Lanzamiento de boletín electrónico.													X

5.5 PROGRAMACIÓN Y CALENDARIZACIÓN ACTIVIDADES DIAGNÓSTICO		SEPTIEMBRE			
		PERÍODO POR SEMANA			
No.	Descripción	05-09	12-16	19-23	26-30
61	Entrega de diagnóstico y estrategia corregidos.	X			
62	Correcciones en el diagnóstico y estrategia de comunicación.	X	X		
63	Informe de ejecución	X	X		
64	Actividades a realizar	X	X		
65	Objetivo de la actividad específica.	X	X		
66	Público objetivo.		X		
67	Medio utilizado, áreas geográficas de impacto.		X		
68	Presupuesto invertido en esta acción.		X	X	
69	Programación y calendarización de todas las actividades.		X	X	
70	Revisión general de diagnóstico, estrategia y ejecución.		X	X	
71	Conclusiones			X	
72	Recomendaciones			X	
73	Ejemplos de materiales ejecutados.			X	
74	Revisión general de diagnóstico y estrategia.			X	
75	Impresión y entrega de informe final				X

6. Análisis de resultados

Al momento iniciar esta investigación, durante la etapa de diagnóstico La Nana carecía de algunos documentos que son parte de la presentación de toda institución, por lo cual fueron redactados para la inclusión dentro de la investigación. También para tener una perspectiva del trabajo de La Nana en cuanto al monitoreo de medios escritos, se me asignó esta área para la realización de dicha actividad. Durante este tiempo se pudo notar que el sistema para ingresar los datos no era el más adecuado, por lo tanto al tener la intención de generar un reporte global este ocasionaba pérdida de tiempo.

Para solventar este problema se procedió a realizar una plantilla para ingresar los datos obtenidos del monitoreo, lo cual además de facilitar el ingreso de datos, al generar un reporte global permitía obtener los datos de forma detallada de acuerdo a las variables de búsqueda.

En cuanto al problema comunicacional encontrado en la institución, la dificultad en los procesos de comunicación en La Nana y su efecto en la comunicación externa, éste se logró concretar luego de haber realizado el trabajo de encuestas, entrevistas, grupo focal. Por lo cual se planteó la Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación institucional de: La Nana, a través de las nuevas tecnologías vinculadas a Internet. La cual se ejecutó en la tercera fase de esta investigación al realizar productos comunicacionales por medios alternativos.

Como resultado de la ejecución de esta estrategia se ha podido contactar con otras instituciones y periodistas uno de los objetivos que se buscaba cumplir en la comunicación externa, asimismo en cuanto a la comunicación interna se ha logrado implementar el calendario electrónico y físico lo cual ha ayudado a programar actividades de manera que no se traslapen en horario y día.

A lo largo de esta investigación se ha ido cerrando la brecha que separa a La Nana de su grupo objetivo, para cumplir así con los objetivos institucionales y estratégicos planteados en esta investigación.

7. Conclusiones

- De acuerdo a datos obtenidos de la encuesta realizada al personal de La Nana, periodistas y organizaciones a favor de la infancia. Se concluye que La Nana, se encuentra en la necesidad de mejorar la comunicación interna y externa de la institución.
- En la actualidad el Internet, por medio de herramientas útiles como; correo electrónico, redes sociales, y blog, se ha convertido en un canal de comunicación rápido. Lo cual permite que personas y entidades puedan responder en tiempo real a la comunicación emitida, utilizando para la retroalimentación, el mismo canal que se utilizó para promover.
- Durante la encuesta realizada, en cuanto a Internet como canal de comunicación el 88% de personas encuestadas piensa que es un canal de comunicación funcional para La Nana, para conectar a otras instituciones del su mismo género y periodistas.
- La implementación de las herramientas vinculadas a Internet como; boletín informativo por medio de correo electrónico, redes sociales y blog. Se logrará la difusión de información institucional lo cual garantiza el fortalecimiento de la comunicación institucional de La Nana.
- Por último cabe mencionar que para realizar una estrategia de comunicación de bajo presupuesto por medio de productos comunicacionales alternos como el Internet, ésta puede ser igual de efectiva y directa al crear una retroalimentación en los mensajes emitidos, que el hecho de utilizar los medios convencionales.

8. Recomendaciones

En base al proyecto de investigación realizado y para futuras consultas de este material se presentan las siguientes recomendaciones en cuanto a la implementación de las herramientas que ofrece el Internet.

- La información institucional y administrativa generada de los distintos servicios de La Nana, debe ser difundida constantemente de forma interna y/o externa según sea su público objetivo.
- Mantener la interacción y retroalimentación de información con los usuarios de los distintos sitios de Internet (redes sociales, blog) de tal forma que se pueda crear un vínculo fuerte entre la entidad y los usuarios.
- Delegar a una persona para ocuparse de la comunicación institucional interna y externa de La Nana para que se cumplan los objetivos propuestos en esta investigación.
- Lograr que el personal de La Nana se establezca en ser generador y multiplicador de cada producto comunicacional que la entidad promueva.

Descripción de actividades ejecutadas

Creación de usuario de e-mail

Se creó una cuenta de correo electrónico en Yahoo.com la cual es utilizada para varias funciones tales como: manejo interno de la agenda Yahoo, con las distintas actividades a realizarse mensualmente, esta agenda puede compartir de forma específica con los contactos a quienes se quiere dar permiso para ver o modificar tu agenda.

En el caso tendrá acceso a esta agenda el personal de La Nana, pero no podrá hacer cambios solamente la persona delegada para dicha actividad, por lo cual se hará notificaciones para cambios en la agenda. Y por último cada contacto recibirá un mensaje de correo electrónico con instrucciones sobre cómo ver su agenda y/o lista de tareas.

e-mail masivo: el cual servirá para el envío del boletín electrónico, actualmente se tiene un listado de aproximadamente 150 cuentas, donde se ha colocado a las personas en distintos grupos para facilidad de envío según sea el grupo objetivo.

Red social facebook y blog

Este usuario ya se encuentra activado bajo el nombre de “La Nana Guatemala” puede ser localizado por medio de la dirección de correo electrónico: lananaguatemala@yahoo.com, esta cuenta servirá para enlazar a la institución con periodistas, comunicadores sociales e instituciones gubernamentales y no gubernamentales. A fin de informar sobre temas de actualidad vinculados con niñez y adolescencia.

Boletín electrónico:

Se realizó para informar de las actividades a realizar durante septiembre, aunque no se ha implementado hasta la fecha. Por ello se propuso sistematizar este medio haciéndolo periódico (mensual).

Trifoliar

Este material es de uso interno, y se ha realizado con la finalidad de dar a conocer la institución, aunque por falta de fondos por el momento se hace solamente de forma digital para su posterior impresión.

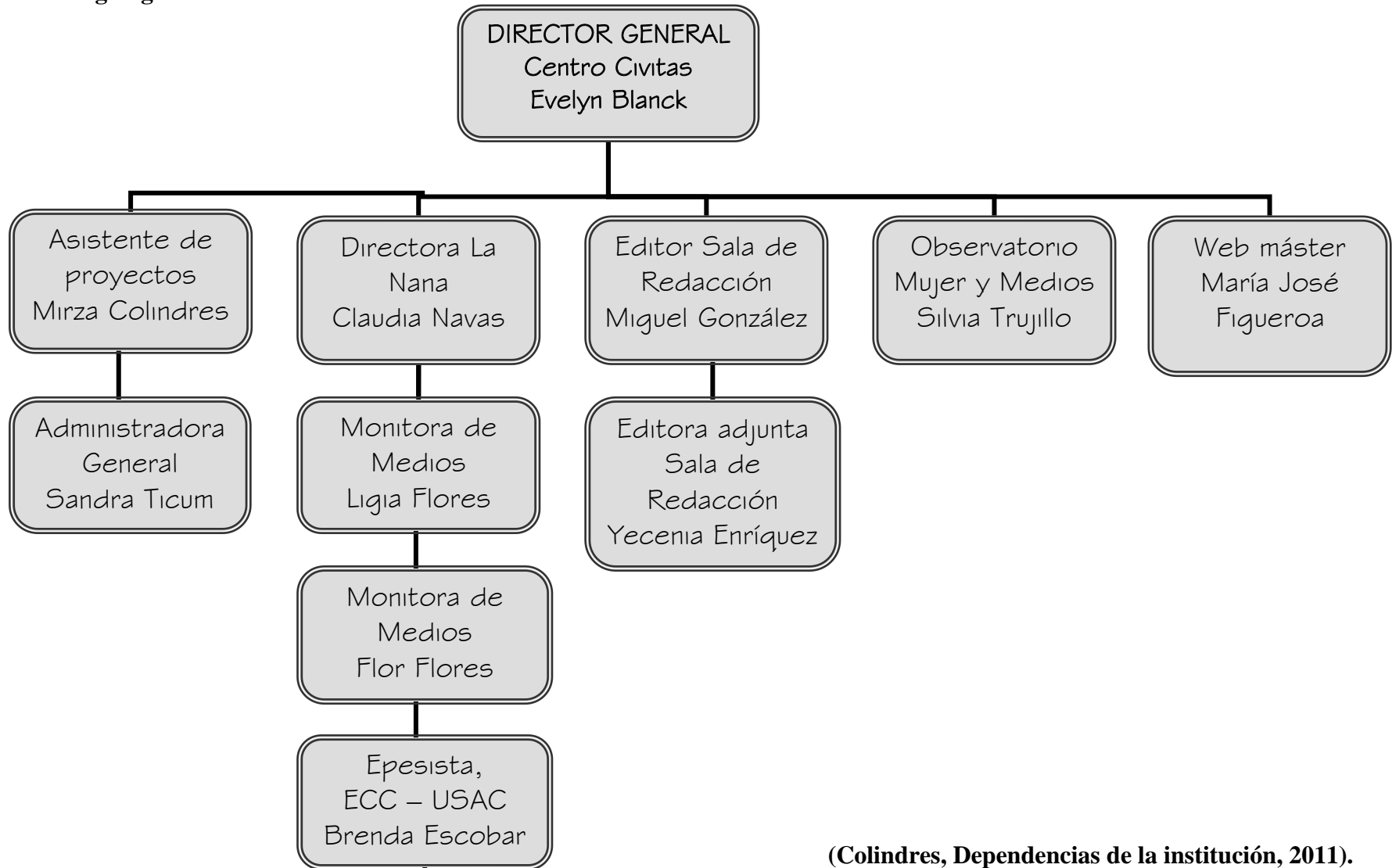
9. Bibliografía

1. Álvarez Calvillo, J. A. (1999). *Biblioteca USAC*. Recuperado el 5 de Mayo de 2011, de Biblioteca USAC: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0194.pdf
2. Brenes Bonilla, L. (12 de Julio de 2011). *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. Recuperado el 12 de Julio de 2011, de <http://books.google.com.gt/books>: <http://books.google.com.gt/books>
3. Calvo Muñoz, M. (2009). *Networking: uso práctico de las redes sociales*. Barcelona: ESIC Editorial.
4. Cañabate Molina, J. P. *Introducción a la comunicación institucional a través de internet*. Madrid: Grupo 5.
5. Civitas, C. (8 de Abril de 2011). *Sobre Centro Civitas*. Recuperado el 8 de Abril de 2011, de Sobre Centro Civitas: http://centrocivitas.org/sitio/?page_id=2
6. Colindres, M. (12 de Mayo de 2011). Dependencia de la institución. (B. Escobar, Entrevistador)
7. Colindres, M. (Martes 29 de Marzo de 2011). Medios utilizados para dar a conocer LA NANA. (B. Escobar, Entrevistador)
8. Colindres, M. (11 de Mayo de 2011). Situación de La Nana. (B. Escobar, Entrevistador)
9. Dangel, C. N. (15 de Marzo de 2011). Institución. (B. Escobar, Entrevistador)
10. Diez Frejeiro, S. (2006). *Técnicas de comunicación*. S.L.: Ideas Propias.
11. DOSES, Asociación. (2005). Periodismo y niñez. En A. DOSES, *Periodismo y niñez* (pág. 43). Guatemala: Centro Impreso IGUALITO.
12. Escobar, B. (4 de Abril de 2011). Grupo focal. *Comunicación interna LA NANA* . Guatemala, Guatemala, Guatemala.

13. Flores, F. (15 de Junio de 2011). Situación comunicacional de LA NANA. (B. Escobar, Entrevistador)
14. Gestión 2000. (2009). *Visibilidad*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
15. Lobos Vivar, M. A. (arzo de 2002). *Biblioteca USAC*. Recuperado el 20 de Abril de 2011, de Biblioteca USAC: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0276.pdf
16. NANA, (2004). “*Guatemala: Los rostros de la niñez y la adolescencia en los medios impresos*”. Guatemala: Magda Terra Editores.
17. NANA, L. (2 de Mayo de 2011). *Cómo*. Recuperado el 2 de Mayo de 2011, de Cómo: <http://www.lanana.net/como.html>
18. NANA, L. (12 de Mayo de 2011). *Quienes*. Recuperado el 12 de Mayo de 2011, de Quienes: <http://www.lanana.net/quienes.html>
19. NANA, L. (2 de Mayo de 2011). *Quienes*. Recuperado el 2 de Mayo de 2011, de Quienes: <http://www.lanana.net/quienes.html>
20. Sotelo Enríquez, C. (2008). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel, S.A.
21. Ticum, S. (5 de Mayo de 2011). Situación económica de La Nana. (B. Escobar, Entrevistador)

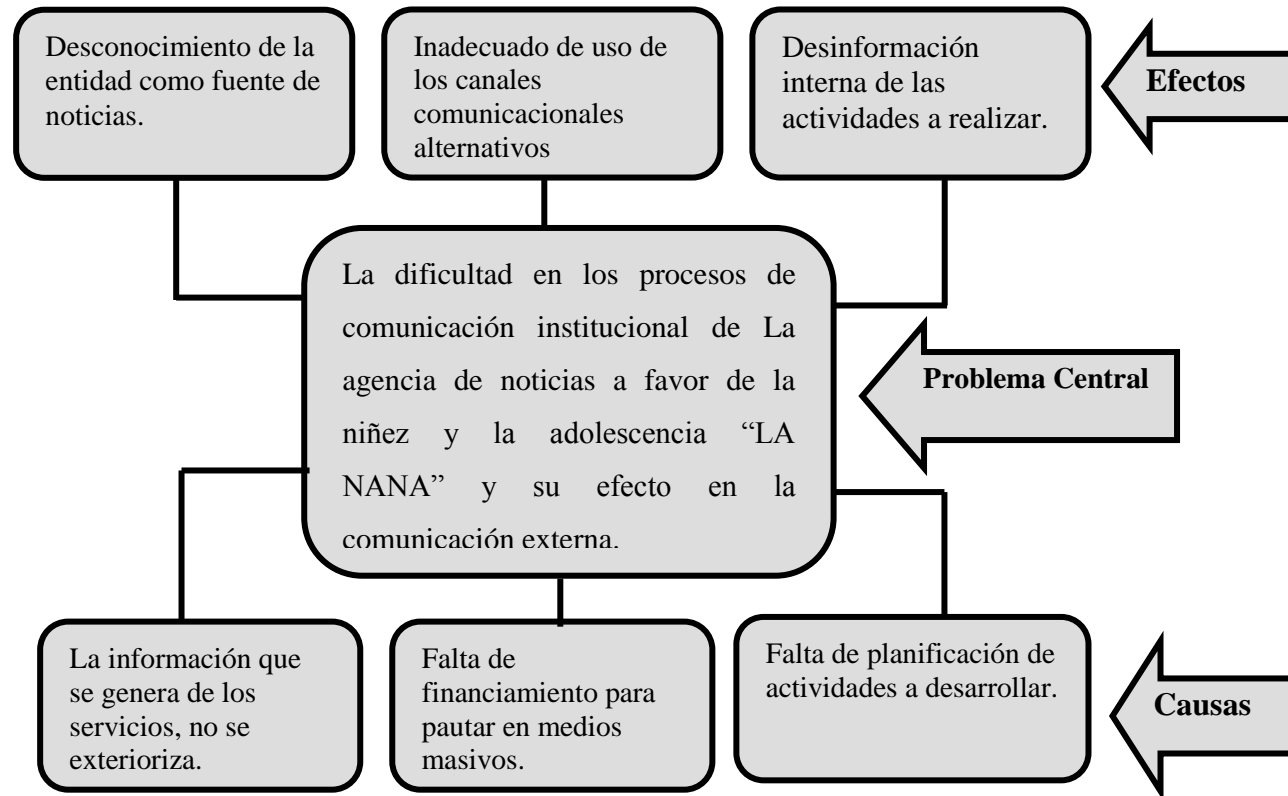
10. Anexos

a. Organigrama Centro Civitas

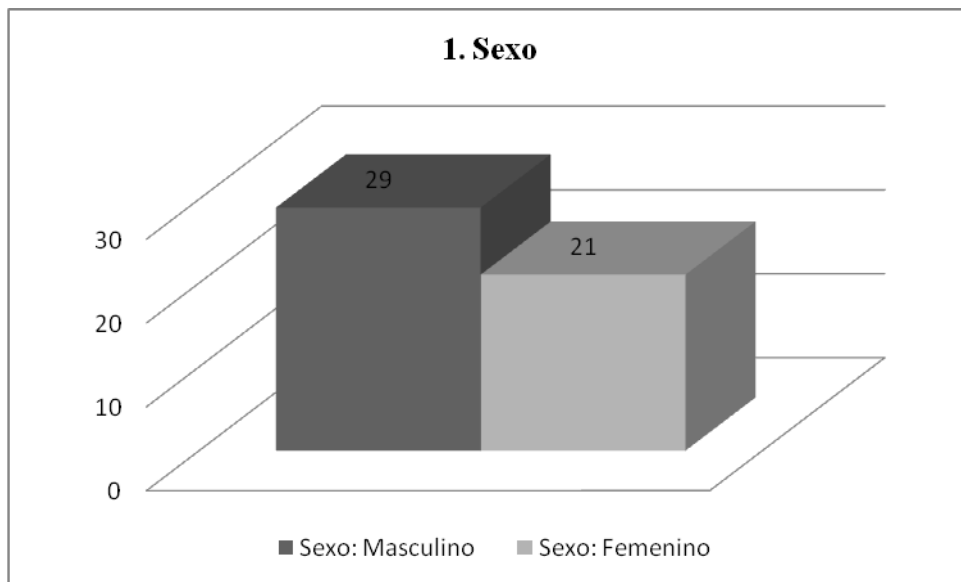


(Colindres, Dependencias de la institución, 2011).

b. Árbol del problema



c. Gráficas

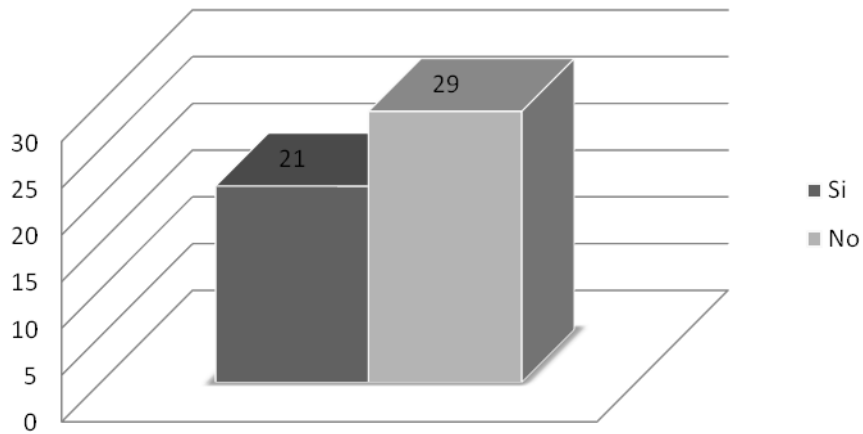


El 58% de encuestados era de sexo masculino y el 42% de sexo femenino.



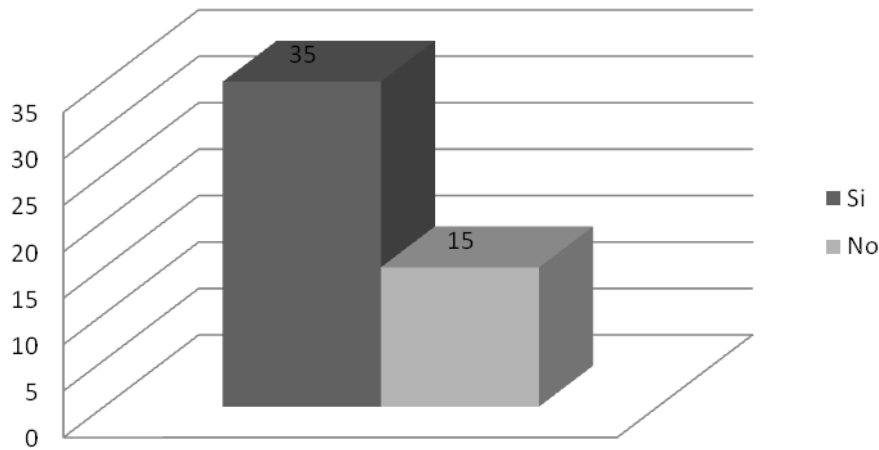
El 80% de los encuestados participa en proyectos relacionados con niñez y adolescencia., por el contrario el 20% no participa en este tipo de proyectos.

3. ¿Al consultar una fuente de información sobre niñez y adolescencia, recurre a LA NANA?

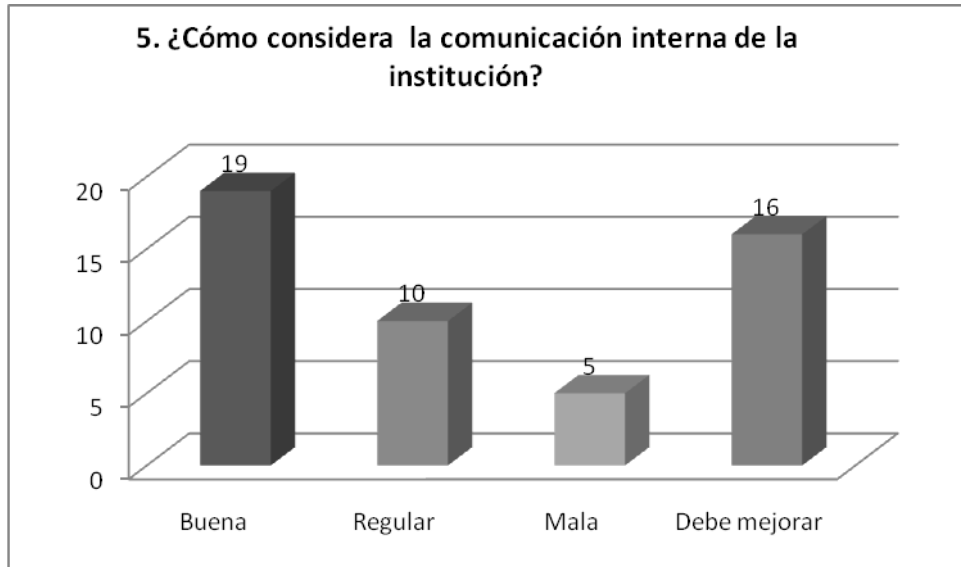


Esta gráfica representa un dato negativo para La Nana pues el 68% de los encuestados no cita a La Nana como fuente de información. y en un 42% contestaron que si.

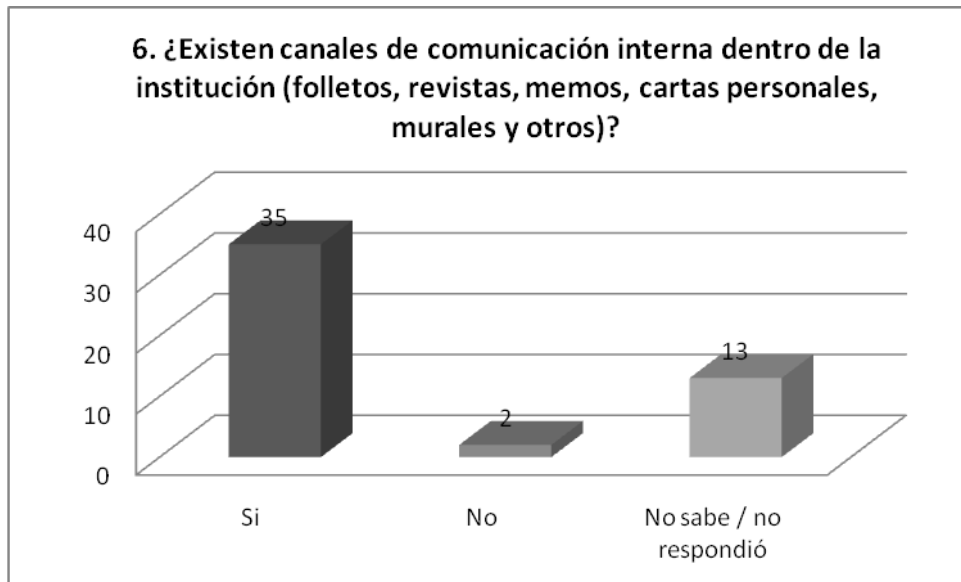
4. ¿Ha asistido a alguno de los diversos talleres impartidos por LA NANA?



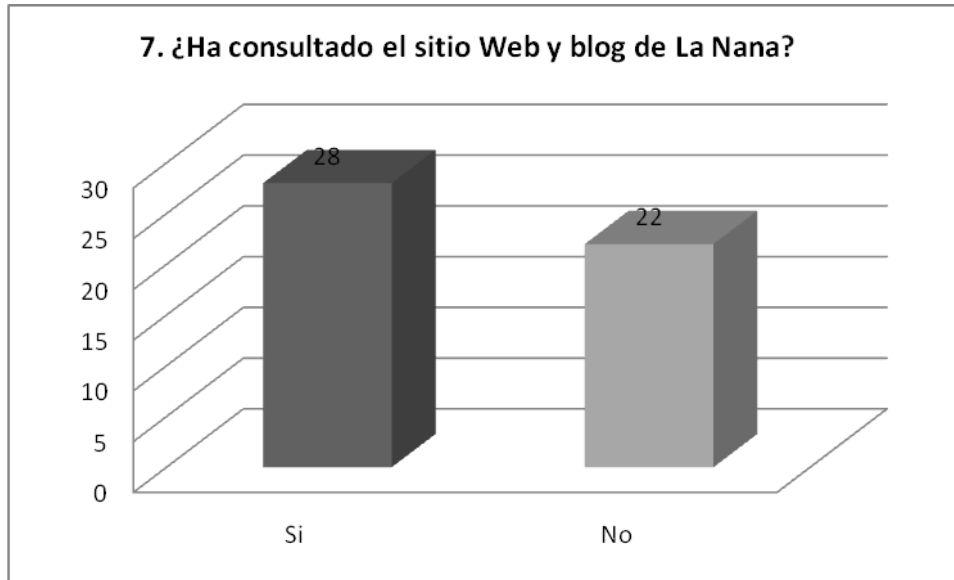
En cuanto a esta pregunta el 70% afirma haber asistido a talleres organizados por La Nana, y tan solo el 20% no ha asistido.



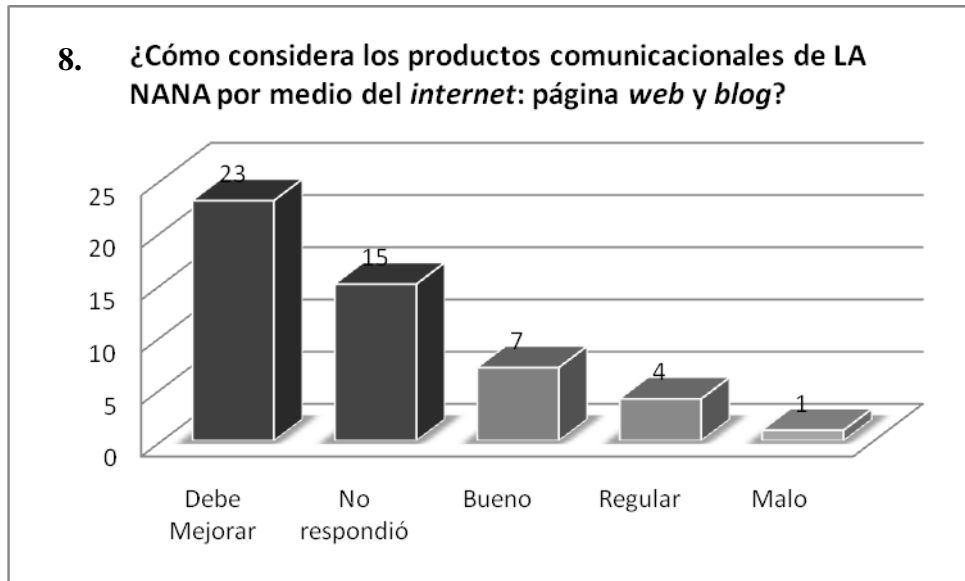
En esta gráfica el 38% considera que La Nana maneja una buena comunicación interna, seguido del 32% que opina debe mejorar, el 20% cree que la comunicación es regular y tan solo el 10% respondió que s mala.



En este caso el 70% respondió que La Nana si cuenta con canales de comunicación interna. El 4% dice que no tiene canales de comunicación interna y el 26% lo desconoce o no respondió.

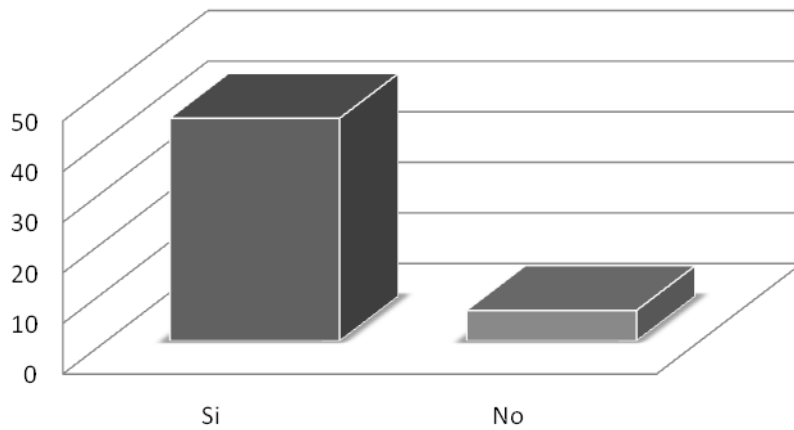


El 56% ha visitado el blog de La Nana y por el contrario el 44% no lo ha hecho.



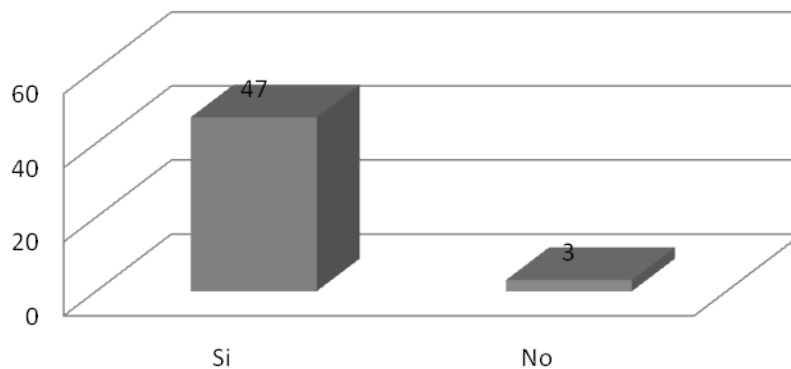
En cuanto a los productos comunicacionales de La Nana el 46% considera que deben mejorar, seguido por el 30% que no respondió a esta pregunta. Luego al 14% le parece buenos, el 8% cree que son regular y tal solo el 2% piensa que son malos.

9. ¿Considera usted que el internet es un buen canal de comunicación para LANANA?



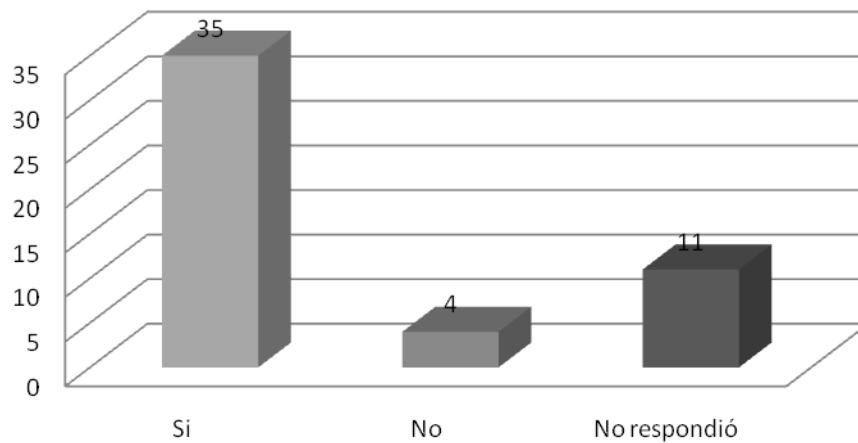
Para el 88% de personas encuestas el Internet es un buen canal de comunicación para La Nana y tan solo el 12% piensa de forma negativa.

10. ¿Considera usted que las redes sociales (facebook y Twitter) pueden ser canal para conectar a LANANA con instituciones a favor de la niñez y adolescencia y periodistas de los medios escritos?



En cuanto a las redes sociales 94% piensa que si es un canal para conectar a otras instituciones del mismo género de La Nana y periodistas. Y tan solo el 6% considera que no.

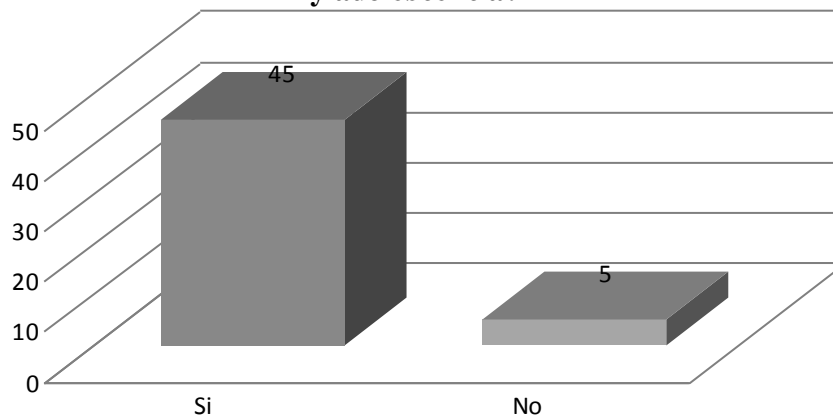
11. ¿Citaría a LA NANA como fuente confiable de información en temas de niñez y adolescencia?



En este caso el 70% de las personas esta de acuerdo en que La Nana es un fuente de información confiable en cuanto a temas de niñez y adolescencia.

El 22% no respondió ó desconoce el trabajo de La Nana y tan solo el 8% piensa que no es una fuente confiable.

12. ¿Considera usted que en los medios escritos, existe suficiente cobertura en temas relacionados con la niñez y adolescencia?

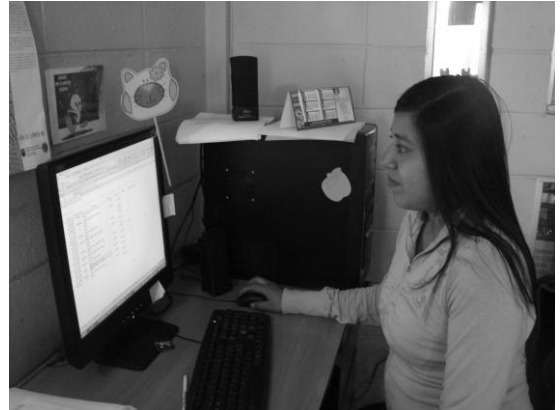


En este caso el 90% de personas coinciden en que los medios escritos no le dan suficiente cobertura a temas de niñez y adolescencia. Por el contrario tan solo el 10% señala que si.

d. Fotografías del trabajo de investigación en La Nana.



Ingresando datos de la investigación.



Revisando la base de datos de periodistas e instituciones para la selección de personas que estarán en las cuentas de las redes sociales de La Nana.



Monitoreo de medios para la publicación de las notas periodísticas en la *web*.



Durante el acompañamiento de talleres sobre periodismo a niños y niñas escuelas públicas.



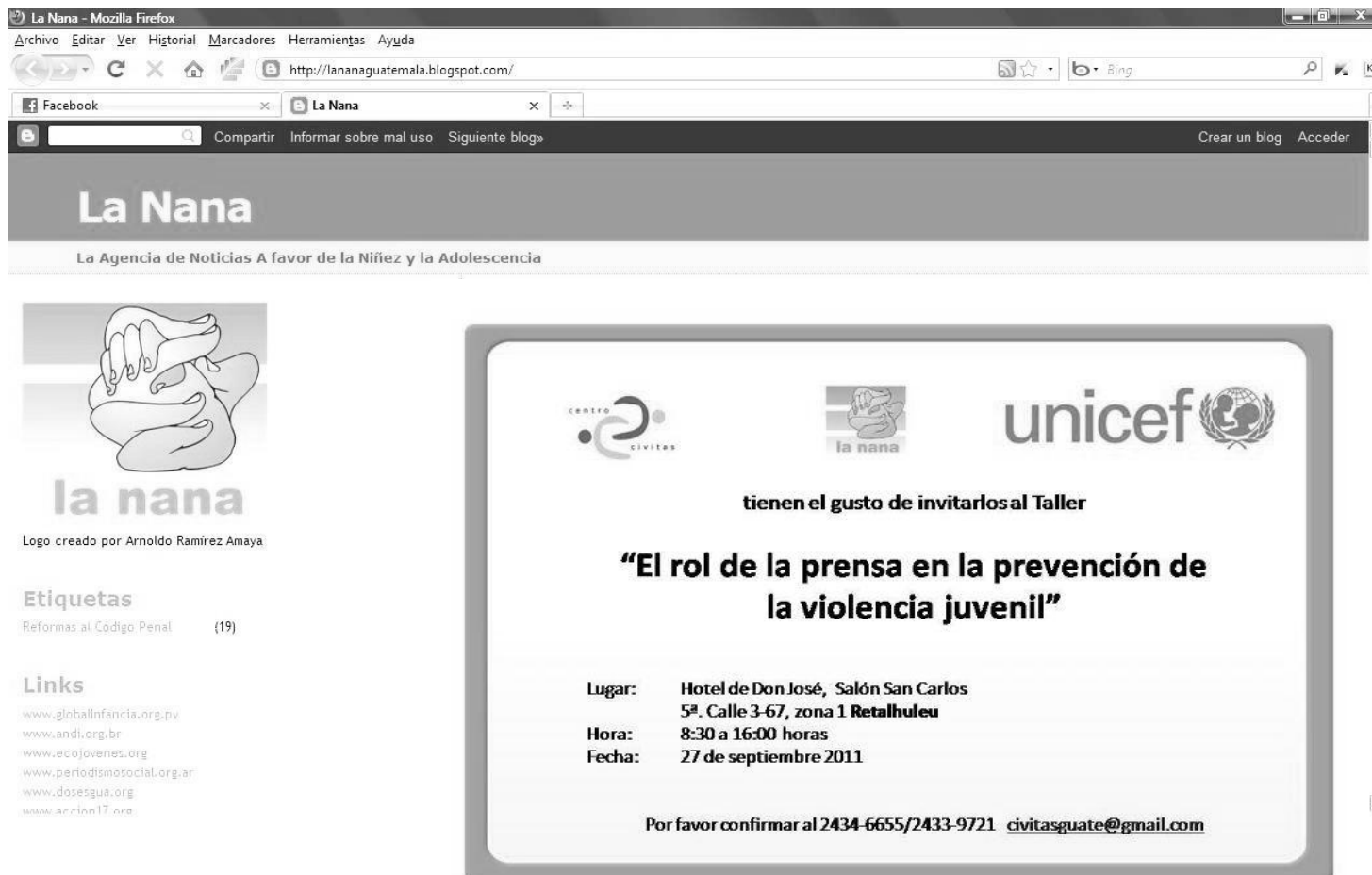
Registro de personas asistentes al Taller sobre “Trabajo infantil en Guatemala: Dialoguemos”.

e. Cronograma de actividades para la estrategia de comunicación.

ACTIVIDADES		RESPONSABLE	PERÍODO DE TIEMPO EN SEMANAS				
No.	Descripción		1	2	3	4	5
1	Selección del material para página <i>web</i> y publicación de la misma.	Directora / Investigador	X				
2	Creación de correo electrónico para blog, creación de blog y redes sociales, publicación de información.		X				
3	Preparación de tema para nota periodística del boletín electrónico.	Investigador / Monitor	X				
4	Selección de contactos para redes sociales.	Director / Investigador	X				
5	Diseño de boletín electrónico	Investigador		X			
6	Visita a la fuente de información para nota periodística			X			
7	Redacción de nota periodística y edición.	Directora / Investigador		X			
8	Publicación de notas periodísticas sobre niñez en los medios en redes sociales, página <i>web</i> y <i>blog</i> .	Investigador		X			
9	Lanzamiento de boletín electrónico / monitoreo de medios				X		
10	Publicación de notas periodísticas sobre niñez en los medios en redes sociales, página <i>web</i> y <i>blog</i> . Monitoreo de medios escritos y publicación				X		
11	Búsqueda de tema para próxima nota periodística a publicar en el boletín electrónico y visita a fuentes de información.	Monitor / Investigador			X		
12	Diseño de boletín electrónico	Investigador				X	
13	Redacción de nota periodística y edición.	Director / Investigador				X	
14	Publicación de notas periodísticas sobre niñez en los medios en redes sociales, página <i>web</i> y <i>blog</i> .	Investigador				X	
15	Actualización de información en la página <i>web</i> y <i>blog</i> . Monitoreo de medios para redes sociales y publicación de notas periodísticas.	Director / Investigador					X
16	Redacción de nota periodística y edición.						X
17	Lanzamiento de boletín electrónico.	Investigador					X

f. Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto.

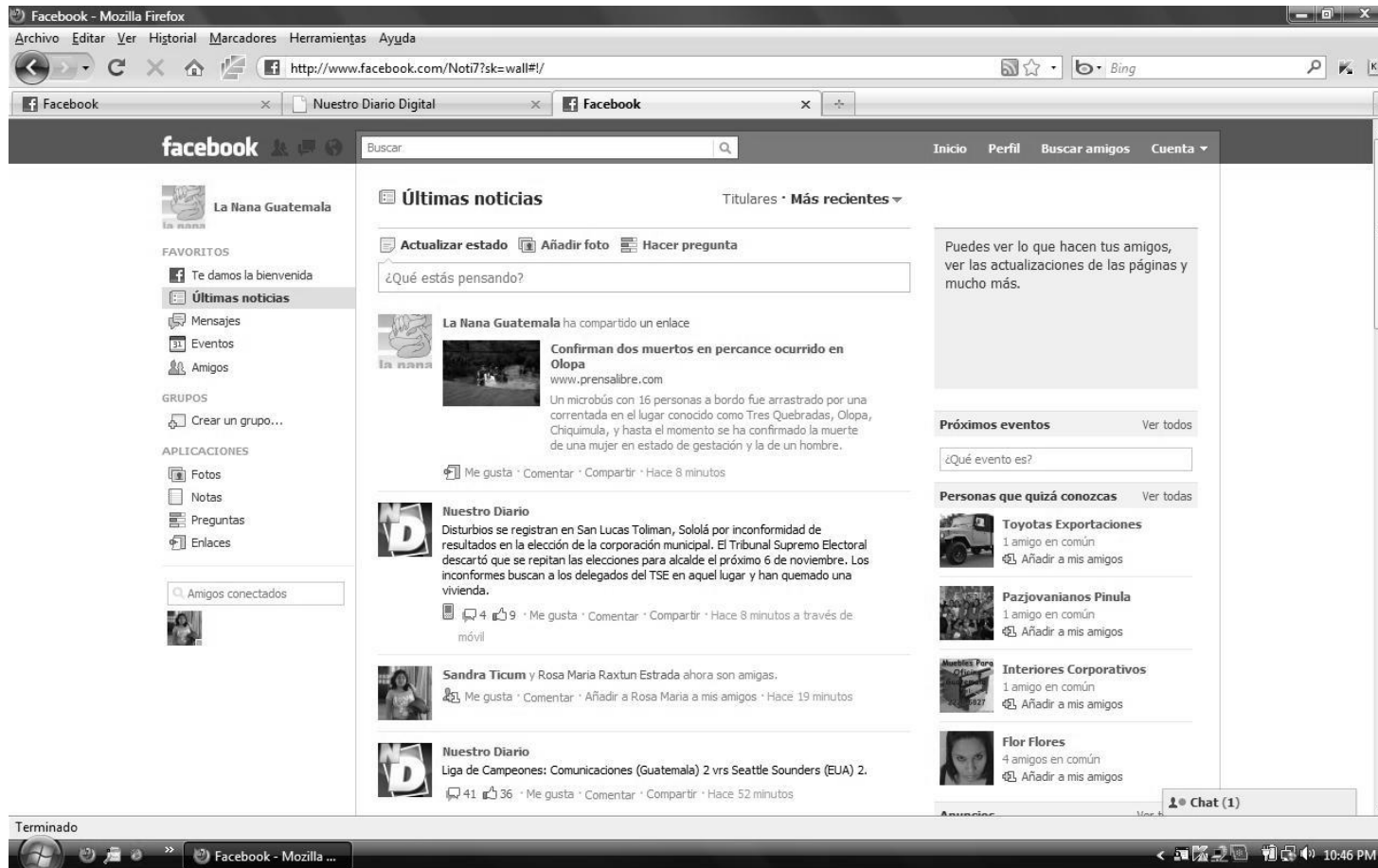
- Blog de La Nana



The image shows a screenshot of a Mozilla Firefox browser displaying the La Nana blog. The browser's address bar shows the URL <http://lanaguatemala.blogspot.com/>. The page header includes the text "La Nana" and "La Agencia de Noticias A favor de la Niñez y la Adolescencia". Below the header, there is a logo for "la nana" featuring a stylized hand holding a child, with the text "Logo creado por Arnoldo Ramirez Amaya" underneath. To the left of the main content, there are sections for "Etiquetas" (tags) with the text "Reformas al Código Penal (19)" and "Links" with a list of website URLs: www.globalinfancia.org.py, www.andi.org.br, www.ecojovenes.org, www.periodismosocial.org.ar, www.dosesgua.org, and www.accion17.org.

The main content area features a large invitation flyer with a grey border. At the top of the flyer are the logos for "CENTRO CIVITAS", "la nana", and "unicef". The text on the flyer reads: "tienen el gusto de invitarlos al Taller", followed by the title "“El rol de la prensa en la prevención de la violencia juvenil”". Below the title, the details are listed: "Lugar: Hotel de Don José, Salón San Carlos, 5ª. Calle 3-67, zona 1 Retalhuleu", "Hora: 8:30 a 16:00 horas", and "Fecha: 27 de septiembre 2011". At the bottom of the flyer, it says "Por favor confirmar al 2434-6655/2433-9721 civitasguate@gmail.com".

- **Usuario en Facebook**



- Agenda electrónica

The screenshot displays the Yahoo! Agenda interface for September 2011. The calendar grid shows the following events:

lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
29	30	31	1 09 a.m. Monitoreo de m... 9 a.m. Monitoreo IDEA	2 09 a.m. Monitoreo de m... 10 a.m. Reunión con m...	3 09 a.m. Monitoreo de m...	4 09 a.m. Monitoreo de m...
5 09 a.m. Monitoreo de m... 7 p.m. Entrevista de niñ...	6 09 a.m. Monitoreo de m... 7 p.m. Entrevista de niñ...	7 09 a.m. Monitoreo de m... 7 p.m. Entrevista de niñ...	8 09 a.m. Monitoreo de m... 7 p.m. Entrevista de niñ...	9 09 a.m. Monitoreo de m... 8 p.m. Entrevista de niñ...	10 09 a.m. Monitoreo de m...	11 09 a.m. Monitoreo de m...
12 09 a.m. Monitoreo de m...	13 09 a.m. Monitoreo de m...	14 09 a.m. Monitoreo de m...	15 09 a.m. Monitoreo de m...	16 09 a.m. Monitoreo de m... 10 a.m. Reunión con m...	17 09 a.m. Monitoreo de m...	18 09 a.m. Monitoreo de m...
19 09 a.m. Monitoreo de m...	20 09 a.m. Monitoreo de m...	21 09 a.m. Monitoreo de m...	22 09 a.m. Monitoreo de m...	23 09 a.m. Monitoreo de m... 9 a.m. Convocatoria par... 10 a.m. Reunión de mor...	24 09 a.m. Monitoreo de m...	25 09 a.m. Monitoreo de m...
26 Hoy 09 a.m. Monitoreo de m... 9:30 a.m. Taller el rol de...	27 09 a.m. Monitoreo de m... 9:30 a.m. Taller el rol de...	28 09 a.m. Monitoreo de m...	29 09 a.m. Monitoreo de m...	30 09 a.m. Monitoreo de m...	1 09 a.m. Monitoreo de m...	2 09 a.m. Monitoreo de m...

The right sidebar shows a task list for 'Agencia_La_nana' with '0 pendientes, Añadir tarea'. The bottom of the screen shows the Windows taskbar with the system clock at 11:42 AM.



HUELLAS

para seguir los temas de la Niñez y la Adolescencia

VOLUMEN I, N° I SEPTIEMBRE 2011

Proyecto Nuestro Diario en la escuela



Mirza Colindres, directora de La Nana. Impartiendo el taller sobre periodismo.

Durante junio y julio, La Nana impartió el taller sobre periodismo a escolares de cuarto y quinto primaria. Con la ayuda de los patrocinadores de dicha actividad.

Siendo estos: Piedra Santa, Ministerio de Educación, Nuestro Diario. Quienes han desarrollado este proyecto por cuatro años consecutivos incrementado la cantidad de escuelas participantes cada año.

Durante esta experiencia se pudo apreciar la calidad de formación impartida por los maestros, la cual se vio reflejada en la realización de notas periodísticas de los niños.

El periódico está formado por las secciones: Editorial, familia, cultura, breves noticiosos, Noticias de impacto, ecología, nuestra comunidad y deportes.

Escuelas con mención especial
Nuestro Diario premió a tres escuelas con los mejores notas redactadas.
Siendo estas:

Primer Lugar:
Escuela República de Ecuador y José Joaquín Palma.

Segundo Lugar:
Franklin D. Roosevelt y Raymond H. Rignall.

Tercer lugar:
Escuela San Cristóbal

Taller niñez "Pido la Palabra"



Este taller se llevó a cabo con la colaboración del Fondo Unido y La Nana, beneficiando a niños de escuelas de Sacatepequez.

Actividades durante Septiembre:

- Taller el rol de la prensa en la prevención de la violencia juvenil.
- Entrevistas a los distintos candidatos a presidente de Guatemala.
Será transmitido por Guatevisión, del día 5 al 9 de Septiembre a las 8:00 PM
- Ahora puedes seguirnos a través de la red social facebook. Por medio de lananguatemala@yahoo.com

tienen el gusto de invitarlos al Taller

"El rol de la prensa en la prevención de la violencia juvenil"





Lugar: Hotel de Don José, Salón San Carlos
5A. Calle 3-67, zona 1 Retalhuleu

Hora: 8:30 a 16:00 horas

Fecha: 27 de septiembre 2011

Por favor confirmar al 2434-6655/2433-9721 civitanguate@gmail.com

- Trifoliar parte exterior

<p>Proyecto Nuestro Diario en la escuela 2011.</p>  <p>Imagen</p>	 <p>la nana</p> <p>0 Calle "A" 30-05 zona 7 Utatlán I, Ciudad de Guatemala, Centroamérica.</p> <p>Teléfono: 2434-6655 Correo: lananaguatemala@yahoo.com lananaguatemala.blogspot.com</p> <p> Encuétranos en Facebook</p> <p>lananaguatemala@yahoo.com</p>	<p>CENTRO CIVITAS</p>  <p>la nana</p> <p>La agencia de noticias a favor de la niñez y la adolescencia.</p>
---	---	--

- **Trifoliar parte interior**

NUESTRA HISTORIA

En agosto de 2003, uno de los directores de ANDI (Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia), Marcus Fuchs, se entrevistó con varios representantes de organizaciones guatemaltecas y encontró eco a sus inquietudes en la Asociación para el Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales – DOSES-.

Un mes después, en septiembre de 2003, durante una reunión en Brasilia convocada por ANDI, Asociación DOSES y otras ocho ONG provenientes del mismo número de países latinoamericanos, decidieron unir esfuerzos para conformar las organizaciones que integran actualmente la Red ANDI América Latina.

Desde el 26 de abril del año 2004, cobró vida en Guatemala el trabajo de La Red ANDI. El primer paso fue buscar el nombre para nuestra agencia. La Nana, La Agencia de Noticias A favor de la Niñez y la Adolescencia, nombre con el cual se bautizó a la oficina guatemalteca. La Nana en Guatemala, es la imagen de la mujer que cuida y ve crecer a los niños, es figura que da confianza e inspira protección.

Misión

La asociación se traza como objetivos principales de estudio científico de los medios de comunicación social, el desarrollo de proyectos encaminados a elevar la calidad del ejercicio periodístico, así como de proyectos encaminados al estudio de la cultura en general.

Visión

La asociación considera que no es posible abordar los temas de la profundización democrática, del fortalecimiento institucional, de la equidad de género, de la multi a la interculturalidad, del avance en el cumplimiento de los Acuerdos de Paz, del desarrollo integral y descentralización del país, sin antes analizar el papel de los medios de comunicación social, con el fin de que dicho análisis contribuya a la propuesta de acción en este campo para el logro del desarrollo social.

Productos o servicios de La Nana.

Reseña Diaria: Este es un boletín electrónico diario compuesto por breves que resumen las principales noticias y/o artículos publicitarios sobre temas de interés de la niñez y adolescencia en los periódicos y revistas acompañados por el monitoreo de la Agencia.

El Premio Periodista Amigo de la Infancia: se entrega una vez al año y sirve como estímulo a las y los comunicadores que han desarrollado con calidad y responsabilidad los derechos de la niñez y adolescencia en sus publicaciones.

Clipping periodístico

Es el proceso de captura de noticias y artículos producidos por medios de comunicación sobre temas de interés (en el caso de la Red ANDI América Latina, relacionados con la infancia y la adolescencia). Puede ser utilizado por los medios impresos o electrónicos. La metodología adoptada en este momento por la Red ANDI América Latina sirve para el *clipping* de medios impresos (periódicos).