

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

Tema:

**“FORTALECIMIENTO Y REGLAMENTACIÓN DEL
USO DE LAS REDES SOCIALES DE SIGLO 21”**

**MARCIA LISSETH ZAVALA ESTRADA
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, noviembre de 2014

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

Tema:

**“Fortalecimiento y Reglamentación del Uso de las
Redes Sociales de Siglo 21”**

Informe final de EPS

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:
MARCIA LISSETH ZAVALA ESTRADA**

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

Asesor:

M.Sc. Sergio Morataya

Guatemala, noviembre de 2014

Director

Licenciado Julio Estuardo Moreno Chilín

Secretaria

M.Sc. Claudia Xiomara Molina

Representantes de Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Los Egresados

Lic. Michael González

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Terna Examinadora

Presidente Lic. Luis Pedroza

Examinadoras Lic. Floralba Pérez Folgar
y Licda. Carmen Sierra

Coordinador EPS

M.Sc. Sergio Morataya

Guatemala, octubre de 2014

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

Respetable M.A. Morataya:

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

Por este medio le informo que **Marcia Lisseth Zavala Estrada**, con número de carné: **200614029**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en: **Siglo.21 Corporación de Noticias S.A.**, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del **05 de mayo al 08 de agosto**. Realizando el proyecto de comunicación **Fortalecimiento y Reglamentación del Uso de Redes Sociales en Siglo 21**.

Sin otro particular me suscribo de usted.



Atentamente,

Licda. Evelyn Ruano
Jefe de sección Multimedia Siglo.21



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





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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
Marcia Lisseth Zavala Estrada
Carné. **200614029**
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: "**Fortalecimiento y Reglamentación del Uso de las Redes Sociales en Siglo.21**".

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lídda. Floralba Pérez-Forgar
Supervisora de EPS


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



**Para efectos legales, únicamente
la autora es responsable del
contenido de este trabajo.**

DEDICATORIA

A Dios por darme la sabiduría, habilidades y la fuerza para llegar al final de esta meta.

A **mis padres** por su amor, apoyo moral, económico y por enseñarme a no rendirme ante las adversidades.

A mis hermanas, mis **gemelas fantásticas**, por su cariño, amistad, ideas, palabras de ánimo y por darme ese respiro cuando estaba estresada.

A **mis abuelos** por su apoyo y valores. En especial, a quien me obligó a no dejar pasar este año sin concluir esta carrera y a ese ángel que sé que desde el cielo, se sentirá orgulloso.

A mis amigos y compañeros en esta carrera, a todo **“el zoo”**. Les debo en gran parte esta pequeña victoria, no solo por ser el mejor equipo que pude haber encontrado, sino por darme ese jalón de orejas cuando quería acomodarme, sobre todo a nuestra coordinadora.

RESUMEN

TÍTULO	FORTALECIMIENTO Y REGLAMENTACIÓN DEL USO DE LAS REDES SOCIALES DE SIGLO 21.
AUTORA	Marcia Lisseth Zavala Estrada
UNIVERSIDAD	Universidad de San Carlos de Guatemala
UNIDAD ACADÉMICA	Escuela de Ciencias de la Comunicación
PROBLEMA INVESTIGADO	¿Cómo puede mejorar Siglo 21 el uso de sus redes sociales y sacarles el máximo provecho?
METODOLOGÍA	Observación y recolección de documentos en Siglo 21. Así como entrevistas a los jefes de área.
RESULTADOS Y CONCLUSIONES	La implementación de una estrategia definida en las redes sociales permite el mejor aprovechamiento de las mismas.

INTRODUCCIÓN

La reglamentación de las redes sociales en un periódico permite mejor control del uso que le dan los reporteros a estas.

El presente proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) se llevó a cabo en Corporación de Noticias, S. A., específicamente en Siglo 21, uno de los diarios de la casa editora.

Al inicio del ejercicio se observó un estancamiento en las redes sociales de la Corporación, lo que dio lugar al proyecto.

La estrategia inició con la reglamentación de la publicación en las redes, situación que permitió corregir los errores detectados, así como la mejoría de la presencia de Siglo 21 en las mismas y finalmente, un giro al uso de los medios electrónicos en la empresa.

A través del envío de más mensajes durante un lapso más extenso, de la variación de la temática de las publicaciones, de la reglamentación y posteriormente, la capacitación del personal para la adaptación de las nuevas prácticas, con el fin de conseguir que las redes de Siglo.21 proyecten una imagen de variedad, inmediatez e interacción para sus lectores.

ÍNDICE

CAPITULO 1

DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	14
CORPORACIÓN DE NOTICIAS S.A.	14
1.1 Objetivos	14
La Institución	15
2.1 Antecedentes o historia	15
2.2 Marco Filosófico (Misión y Visión)	17
2.3 Organigrama	19
Ficha descriptiva de la empresa	20
3.1 Situación de la Comunicación Interna y Externa	24
Metodología	25
4.1 Método científico.	25
4.2 Descripción del Método	26
4.3 Instrumentos	26
4.4 Cronograma	28
Recopilación de datos	29
5.2. Resultados de las entrevistas	31
5.3 Tabla comparativa puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.	32
Radiografía de la Institución	33
6.1. Descripción de la Comunicación Interna	33
6.1.2 De la infraestructura	35
6.1.3 Canales de Comunicación Interna	36

6.1.4 Rumores	37
6.2 Descripción de Comunicación Externa	38
6.3 El POA del Año	38
6.3.1 Presupuesto de Comunicación Interna	38
6.3.2 Presupuesto de Comunicación Externa	42

CAPÍTULO 2

Antecedentes	45
1.2 Los medios de Comunicación en las redes	46
1.2 Estudio de mercado	50
Objetivos	51
2.1 General:	51
2.2 Específicos:	51
Público objetivo	51
Mensaje	52
Estrategia	52
Los planes de comunicación	53
Calendario	54
Presupuesto	56
8.1 Proyección de costo de proyecto	56
8.2 Presupuesto real	57
Control y seguimiento (Evaluación)	57

CAPÍTULO 3

Ejecución	59
1.2 Actividades efectuadas:	60
1.3 Reuniones	66
1.3.1 Para dar a conocer lineamientos a reporteros	66
1.3.2 Para dar a conocer manual de procesos web	68

CAPÍTULO 4

Evaluación	71
1.1 Crecimiento en las redes	71

Conclusiones	73
---------------------	-----------

Recomendaciones	74
------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA	75
---------------------	-----------

Libros:	75
---------	----

e-Grafía:	76
-----------	----

Transcripción completa de las entrevistas	77
---	----

Fotografías	77
-------------	----

Anexos	78
---------------	-----------

Transcripción completa de las entrevistas:	78
--	----

Fotografías	100
-------------	-----

---CAPÍTULO 1---

Objetivos
La Institución
Antecedentes o historia
Marco Filosófico (Misión y Visión)
Organigrama
Ficha descriptiva de la empresa
Situación de la Comunicación
Metodología
Descripción del Método
Instrumentos
Cronograma
Recopilación de datos
Ficha de las entrevistas
Resultados de las entrevistas
Tabla comparativa de entrevistados
Radiografía de la Institución
Descripción de la Comunicación Interna
Descripción de Comunicación Externa
El POA del Año

DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

CORPORACIÓN DE NOTICIAS S.A.

1. Objetivos

1.1 Objetivos Generales

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

1.2 Objetivos Específicos

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

- Proponer un producto que ayude a mejorar la comunicación interna o externa, en caso de encontrar debilidades en las mismas.

2. La Institución

2.1 Antecedentes o historia

Corporación de Noticias S.A. casa editora de los diarios Siglo21 y Al Día, sale a la luz el 1 de marzo de 1990, fundada por Fraterno Vila, Álvaro Castillo Monge, Juan Luis Bosh Gutiérrez, Enrique Novella Alvarado y Ramón Campollo. A ellos se unieron Lionel Toriello Nájera, Carlos Rivera Sandoval, Mario Fuentes Destarac y José Rubén Zamora¹.

Corporación de Noticias S.A. se ubicó en 7^a. Avenida 11-63 de la zona 9. Edificio Galerías España, nivel 6, ciudad de Guatemala, el primer producto que salió de la corporación fue el matutino Siglo Veintiuno con el eslogan “La Noticia en Blanco y Negro” y con

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

el costo de Q0.40 en la capital y Q0.45 y eran grabado en la Imprenta Piedrasanta, cuya rotativa y área de compaginación y distribución se ubicaba en la zona 12.

“Siglo Veintiuno nace en 1990 con el único propósito de servir a Guatemala como un medio de comunicación escrito, que informe y oriente a la sociedad”, reseña Ernesto Hurtarte Herrera².

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

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

³ Manual de Inducción. 1996. 1ª. Edición.

Hacia marzo de 1992, se da el cambio en el eslogan de Siglo Veintiuno que pasa a ser “Por una nación digna, justa y solidaria”.

En la actualidad, la mayor parte de acciones están distribuidas entre Federación de Cooperativas de las Verapaces (Fedecovera), Federación de Cooperativas Agrícolas de Guatemala (Fedecoag), Instituto de Investigación y Desarrollo Maya (Iidemaya) y el Consejo de Investigaciones para el Desarrollo (Cideca), a quienes luego se unieron Inversiones y Proyectos Profesionales Marbella, y Arrendamientos, Servicios y Proyectos.⁴

2.2 Marco Filosófico (Misión y Visión)

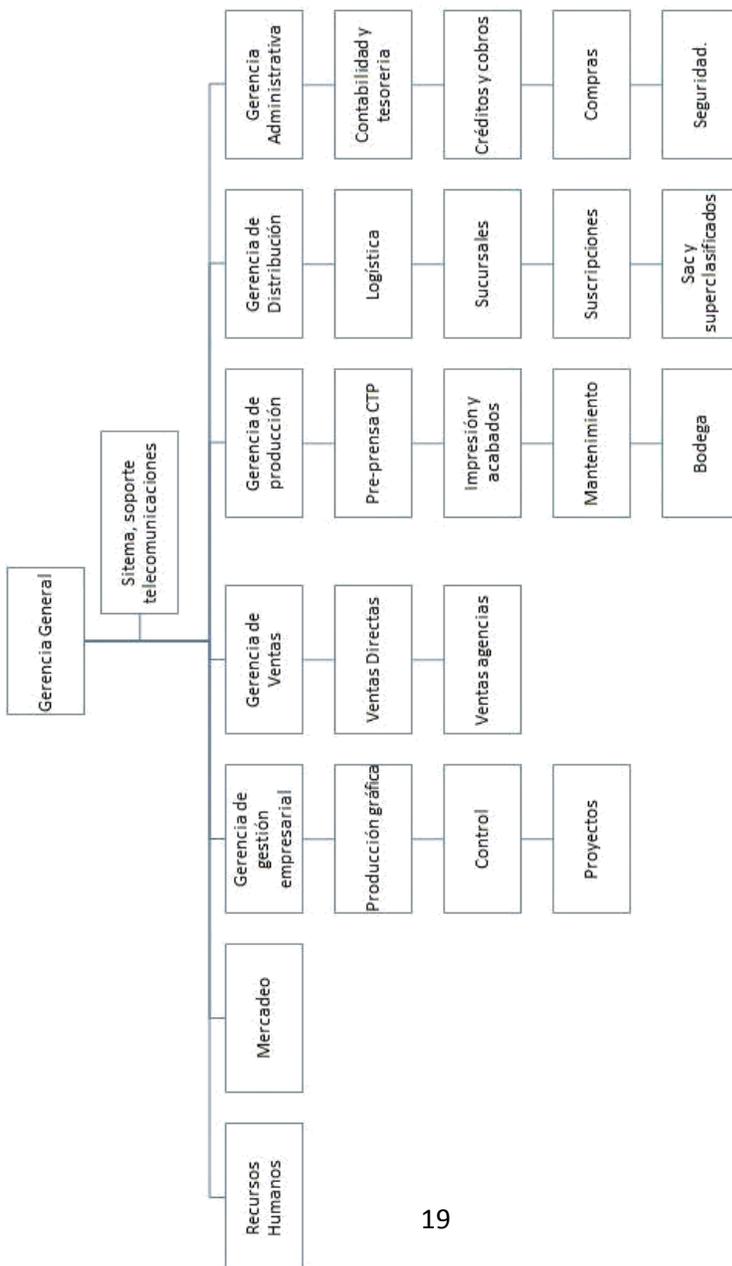
La Misión de Siglo21 es “Contribuir a formar una nación más digna, justa y solidaria, divulgando responsablemente toda información de interés público”.

La Visión incluye cuatro puntos:

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

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

2.3 Organigrama



3 Ficha descriptiva de la empresa

3.1 Las Fortalezas de Corporación de Noticias:

- La corporación cuenta con medios de comunicación para darse a conocer a la población y mantener su posición dentro de la misma
- El posicionamiento del periódico a nivel nacional, principalmente en el área rural al buscar estrategias con radios comunitarias para dar a conocer el producto.
- Se maneja un sistema interno que agiliza los procesos mediante el monitoreo constante de las necesidades del lector al que va dirigido el contenido, por medio de temas de interés y según sus las características étnicas y etéreas.
- Se dispone de contenidos especiales para dar a conocer los proyectos de las comunidades y también las necesidades que existen en varios sectores del país.
- En la esfera gubernamental y política, Siglo21 es considerado un referente de investigación y temas especiales, por lo que su contenido muchas veces es motivo de referencia para varios casos de corrupción y transparencia.
- Los espacios creados para recibir la retroalimentación del lector son bien vistos entre

quienes han participado y se reconoce el respeto a la libertad de opinión e ideas en ese segmento.

3.2 Oportunidades

- En la era del internet y redes sociales se puede explotar de una mejor manera ese recurso para que lleguen los contenidos hacia otros sectores, por ejemplo, los migrantes y la juventud.
- Hay un asidero de lectores necesitados de temas sobre justicia social, derechos humanos y pueblos indígenas que pueden ser explorados de una mejor manera por la Corporación.
- El desarrollo de historias y periodismo ciudadano es uno de los factores que actualmente se está desarrollando de manera que se pueda responder a las necesidades y requerimientos del lector que ya cuenta con todos los medios para enterarse de las noticias coyunturales en los medios de comunicación tradicionales.
- Implementación de nuevos proyectos comunicativos para posicionar y mantener la marca, principalmente en el área rural.
- Se busca aprovechar la red de distribución de las cooperativas existente en el país para alcanzar más lectores e incrementar el alcance de las publicaciones.

3.3 Debilidades

- La marca Siglo21 decayó en la década del 2000 debido a los constantes cambios de línea editorial y ahora, en la población en general, no se ha logrado recobrar el posicionamiento de marca.
- No hay presupuesto o recursos para relanzar el producto a nivel macro de manera que el lector promedio pueda enterarse de que hay una opción diferente para conocer o reconocer luego del decaimiento de la marca.
- Escaso personal para desarrollar proyectos en la página de internet.
- Se carece de tecnología de punta para mejorar la comunicación y envío de información que permita agilizar la entrega de información por vía electrónica o impresa.
- Las secciones carecen de un procedimiento institucional o diagrama de flujo para llevar a cabo sus asignaciones.
- No hay una línea definida respecto a la cobertura de temas políticos y por lo tanto, el segmento interesado en esos temas migra hacia otros medios de comunicación.
- Mala redacción y ortografía en la página web y edición impresa, por lo tanto, el producto pierde

interés por parte del segmento estricto de contenidos.

- Escasa capacitación al personal, lo cual deriva en la falta de actualización de los reporteros y por lo tanto, incide en el producto final y contenidos que se presentan por parte del medio de comunicación.

3.4 Amenazas

- El auge que están cobrando otros medios de comunicación con contenidos innovadores, derivado en muchos casos por contar con más personal y mejor remunerado, genera que la edición impresa pierda suscriptores.
- De no fortalecer e incrementar el personal a cargo de la página web la sostenibilidad de la empresa incrementará su declive ya que la mayoría de lectores se da por medio de los post en redes sociales.
- Se especula sobre la próxima desaparición de los medios impresos para dar lugar a espacios virtuales y en la versión digital de los productos de Corporación de Noticias S.A. no hay publicidad significativa que logre la sostenibilidad del producto.
- Cambio de gustos y necesidades de comunicación de los lectores.

3.5 Observación de los canales de comunicación

- Las secciones carecen de un procedimiento institucional o diagrama de flujo para llevar a cabo sus asignaciones.
- Falta de personal en todas las áreas y secciones del diario.
- Mala redacción y ortografía en la página web.
- Control de calidad y falta de contexto informativo (información local).
- Implementación de mejor equipo de cómputo.
- Falta de manuales sobre los procedimientos que cada equipo de trabajo debe realizar a diario.
- Mal servicio de Internet el cual retrasa el cumplimiento de las tareas.
- No se cuenta con un organigrama actualizado.
- Escasa capacitación al personal.
- No existe hardware de relevo.
- No se utilizan las carteleras informativas.
- Escasez de pilotos y vehículos para el traslado a las diferentes coberturas de todas las secciones.

3.6 Situación de la Comunicación Interna y Externa

- El personal carece de una actitud de trabajo en equipo.

- El presupuesto es muy importante, pero no determinante. Se subestima la necesidad de invertir en el mejoramiento de las secciones en cuanto a mobiliario y equipo.
- Algunos procesos son rudimentarios. Los *softwares* no son originales y cada cierto tiempo dan conflicto. Se tienen que volver a instalar y no son de última generación.
- Los trabajos de la competencia son más elaborados e innovadores.
- No existe motivación en el personal.
- Poco mantenimiento al equipo de computo existente.
- Rotación de personal por mejores condiciones de trabajo
- Existen pocos dirigentes a cargo de los equipos de trabajo.
- Falta un departamento encargado de realizar la comunicación interna entre los trabajadores.

4. Metodología

4.1. Método científico.

Técnicas utilizadas.

Observación

Recolección de documentos
Entrevista
Cuestionario

4.2 Descripción del Método

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

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

4.3 Instrumentos

Cuestionario

Entrevista Entrevistamos a los principales jefes de área por medio de correo electrónico debido a que su horario laboral, no les cedía un tiempo para

conceder una entrevista.

Cuestionario Instrumento utilizado para obtener las experiencias y conocimientos de los trabajadores en cada área administrativa. El mismo fue enviado por correo electrónico.

Análisis de los medios de comunicación Se logró obtener el manual de inducción en el cual se detalla los diferentes medios de comunicación interna. Dicho manual fue elaborado en 2006 y fue hecho en una única edición. El manual no ha sido actualizado y en él se detallaban 5 formas de comunicación interna de las cuales actualmente funcionan solamente 2.

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

4.4. Cronograma

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

5. Recopilación de datos

5.1. Ficha de las entrevistas:

NOMBRE	PUESTO	FECHA DE LA ENTREVISTA	HORA	OBJETIVO
Carlos Castañaza	Director Editorial	21 de febrero	17:00	Conocer los procesos que impulsa la dirección editorial de Corporación de Noticias S.A.
Carlos Ajanel	Editor Pulso Económico	24 de febrero	11.28	Establecer qué metodología y estrategias utiliza la sección económica de Siglo21.
Evelyn Ruano	Editora Página Web	28 de febrero	10:11	Determinar qué mecanismos y flujo de trabajo se utiliza en la redacción web de la empresa.
Thelma	Editora de	25 de febrero	20.30	Conocer qué

Chamalé	Internacional			objetivos y estrategias se manejan en la sección de internacionales.
Luis Hemández	Editor de Diagramación	27 de febrero	22:00	Evaluar los proyectos y mecanismos que se siguen en el departamento de diagramación de Siglo21 y Al Día.
Byron Barillas	Jefe de Información	26 de febrero	18:40	Iniciar un sondeo de las nuevas proyecciones establecidas en la recién nombrada jefatura de información.
Gabriel Arana	Editor Vida	21 de febrero	10:00	Determinar qué lineamientos y planes existen en la sección Vida de Siglo21.

5.2. Resultados de las entrevistas

Siete de ocho jefes en la Redacción de Siglo21 contestaron la entrevista efectuada. Se encontró bastante apertura y espontaneidad en la resolución de las inquietudes de los epecistas y los editores consultados reconocieron y plantearon sus propuestas, inquietudes y necesidades respecto a sus funciones.

Uno de los puntos de convergencia entre los entrevistados es una clara falta de organización, que aunque algunos lo enmarcaron en sus logros, es repetitiva al consultarse respecto a las áreas a mejorar; situación que se ve reflejada en los procesos comunicacionales.

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

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

Los procesos existentes para elaborar las distintas tareas que requiere el medio, son señalados como funcionales, más no como eficientes. Situación que no se ve reflejada, del todo, en las respuestas del director,

por lo que dan la pauta de que este tipo de inquietudes planteadas por los jefes de área, no han sido trasladadas a sus superiores.

5.3 Tabla comparativa puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.

Áreas	Puntos de encuentro	Desacuerdos
Director Editorial	No cuenta con manual para sus asignaciones diarias.	El tiempo que lleva cada uno en su área.
Jefe de Información		El tipo de logros alcanzado por cada uno.
Jefa de Internacionales	La empresa necesita invertir en equipo tecnológico eficiente.	La cantidad de personal que cada uno tiene a su cargo.
Jefe de Diagramación		
Jefe sección	No hay suficiente personal en cada área de trabajo.	Algunos tienen sus tareas cotidianas organizadas,
Vida		
Jefa Página Web		

Editor Pulso Económico	<p>El servicio de internet es lento y deficiente, por lo que atrasa e trabajo en todas las secciones.</p> <p>Existe poca motivación para los trabajadores</p>	<p>gracias a un esfuerzo individual.</p>
-------------------------------	---	--

6. Radiografía de la Institución

6.1. Descripción de la Comunicación Interna

Tobi: Internamente, el Tobi son las siglas de Todos Bien Informados, boletín que se creó con el objetivo de identificar en carteleras o vía electrónica los avisos importantes de Recursos Humanos, información general o específica de todas nuestras áreas de trabajo, datos relevantes de lo que está sucediendo en la organización, invitaciones a eventos corporativos o cualquier aspecto importante relacionado con la empresa.

Solo en el departamento de Recursos Humanos se autoriza, administra y coordina el envío de la información oficial vía electrónica o en carteleras.

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

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

Teléfonos internos y celulares: Los empleados se pueden comunicar por medio de las plantas telefónicas y las extensiones individuales. Además, se les otorga un celular exclusivo para la comunicación gratuita entre colegas y con tiempo de aire adicional para los contactos externos.

Carteleras: Existe una cartelera en la cafetería, otra en recursos humanos y en la recepción, pero no contienen

la información adecuada o de interés para los trabajadores.

6.1.2 De la infraestructura

Mobiliario y Equipo

Cada trabajador está ubicado en un cubículo individual. Este está equipado de una computadora de escritorio, un teléfono fijo, archivos de metal, conexiones eléctricas y recipientes para basura. Algunos equipos son recientes pero, en su mayoría son un poco antiguos. Algunas sillas están en mal estado y algunos archivos no tienen su propia llave. A pesar de tener una buena ventilación con los ventanales, a veces sería necesario tener aire acondicionado.

Todos los trabajadores tienen acceso a las impresoras. La mitad de los fotógrafos deben trabajar con su propio equipo y a ellos se les paga un bono de depreciación por el uso del mismo. Asimismo, la otra mitad trabaja con equipo de la empresa.

El piso de redacción cuenta con cinco televisiones con cable para monitorear otros canales de noticias, eventos culturales y deportivos, entre otros acontecimientos.

En cada piso del edificio hay uno o dos dispensadores de agua pura. El piso de redacción cuenta con su propia refrigeradora, microondas y cafetera.

Como medida de seguridad, cada piso cuenta con dos extinguidores cercanos a las salidas.

Cartelera: Aparte de las carteleras generales, existe una en redacción, para la sección de Vida. En ella, los reporteros deben apuntar la hora del evento o entrevista a la que el fotógrafo deberá acudir para realizar su trabajo. Esta cartelera si se utiliza a cabalidad, pues de ella depende el cumplimiento del trabajo fotográfico.

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

Todas las máquinas de la Corporación están conectadas a la línea de 10 megabytes, mientras que la otra línea es utilizada como backup al momento de que la primera falle.

6.1.3 Canales de Comunicación Interna

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

6.1.4 Rumores

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

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

Lo anterior provocó reacción en redes sociales y en los círculos de la esfera política, sin embargo, es hasta el 24 de enero 2014 que los personeros de Corporación de Noticias S.A. se adelantan a aclarar los rumores en

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

mención y consignan cuáles son los financistas de la empresa en mención.⁶

6.2 Descripción de Comunicación Externa

Página Web

Redes Sociales

Tarjeta Club.21

Titulares publicados en radios comunitarias

Suplementos especiales

6.3 El POA del Año

6.3.1 Presupuesto de Comunicación Interna

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

El sistema Todos Bien Informados –Tobi– es el principal medio de difusión de las actividades y consiste en un correo electrónico que llega a todo el

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

personal con datos sobre convocatorias, detalle de las nuevas incorporaciones laborales e incluso el menú del día en la cafetería. Además de eso, se elabora la impresión de afiches y boletines.

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

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

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

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

Día de la Madre

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

Día del Tipógrafo

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

Día del Periodista

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

Aniversario

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

Convivio navideño

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

Otras actividades

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

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

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

PRESUPUESTO POR ACTIVIDAD	
Día de la Madre	Q5,000.00
Día del Tipógrafo	Q5,000.00
Día del Periodista	Q15,000.00
Aniversario Siglo21 y Aldía	Q30,000.00

Convivio	Q50,000.00
Otras actividades	Q10,000.00
TOTAL	Q115,000.00

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

6.3.2 Presupuesto de Comunicación Externa

El manejo de la publicidad y promoción de los medios de comunicación de Corporación de Noticias S.A. se hace en la mayoría de casos por medio de canjes.

Juliana Menegazzo, gerente de Mercadeo refiere que el valor de la inversión se debe medir según el precio del espacio que se da a cambio de la publicidad y esto aplica para vallas, anuncios en radio y en otros medios de comunicación.

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

Por lo regular, los espacios que no se llenan con pauta se llenan con canjes o promoción del producto. Mensualmente hay cuatro anuncios fijos de la tarjeta Club21 a página completa y seis medias páginas. Esos anuncios salen los lunes.

Anuncios sobre el contenido y valor de la empresa son publicados doce cada mes y se estima en igual cantidad los rellenos.

Respecto a los anuncios en radio los spots tienen un valor de Q420 los treinta segundos en las emisoras donde pauta Corporación de Noticias S. A. pero esto también se maneja por medio de la modalidad de canje.

---CAPÍTULO 2---

Antecedentes

Los medios de Comunicación en las redes

Estudio de mercado

Objetivos

Público objetivo

Mensaje

Estrategia

Los planes de comunicación

Calendario

Presupuesto

Control y seguimiento (Evaluación)

1. Antecedentes

El creciente nivel de penetración del Internet en la sociedad hace cada día más grande la necesidad de que todas las actividades humanas se trasladen a la web para subsistir.

Guatemala cuenta con una cifra de 2 millones 180 mil de usuarios de Internet, de acuerdo a la estadística hecha por el sitio web especializado Internet World Stats (www.internetworldstats.com) que data del segundo semestre del 2010; sin embargo, un análisis de Williams Melgar, asesor de Tecnologías de la Información fechado en septiembre de 2012 (ilifebelt.com), eleva la estimación a 3 millones 883 mil 124 usuarios.

De cualquier manera, ambos datos sitúan al país como el primero en la lista respecto a esa medición en Centroamérica.

Lo anterior demuestra la importancia del traslado de las distintas actividades a la red en Guatemala, y es que de acuerdo a una de las conclusiones alcanzada en la tesis de la Escuela de Historia, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, titulada “Ciberantropología en Guatemala: Socialización y organización de los

jóvenes a través de la red social Facebook” (Cohn, 2011); las personas “evalúan lo que ven el ciberespacio en relación con lo que ya conocen, empleando códigos de interpretación que trasladan desde ‘su mundo físico’ a la red –y viceversa-“.

De los usuarios de Internet en Guatemala, Facebook acapara a 2 millones 175 mil 60; Twitter, 275 mil 890; y Google+, 107 mil 896, esto hasta 2012, según Williams Melgar, asesor en Tecnologías de la Información (IT) (ilifebelt.com).

1.2 Los medios de Comunicación en las redes

Como una respuesta a una ola mundial, los medios de comunicación guatemaltecos también se han integrado a las redes sociales en búsqueda de herramientas gratuitas para ganar lectores o bien, obtener cierta retroalimentación de sus seguidores.

La adecuada administración de estas herramientas ha permitido que los medios nacionales incrementen su audiencia. Entre los que manejan las cifras más altas de seguidores en las redes sociales, sobresalen (datos hasta el 24 de abril de 2014):

Medio	Facebook 	Twitter 
Prensa Libre	865,102	394,67
Noti7	412,141	396,048
Emisoras Unidas	317,143	357,895
Nuestro Diario	418,375	215,464
El Periódico	147,568	150,934
Siglo.21	130,052	90,273
Telediario	117,212	302,226
Soy 502	83,378	4,355

Respecto al uso y las ventajas de las redes sociales, en Guatemala no existe algún tipo de manual o libros en el país que hablen sobre el tema; sin embargo, muchas de las ventajas que la red ofrece se encuentran en el Manual de Periodismo Digital para Periodistas Guatemaltecos “Twitter News” (Morataya, 2012).

De esta cuenta, únicamente Prensa Libre, entrega un manual, en este caso “Twitter News”, a sus periodistas y a las personas que se encargan de la actualización de las redes. El resto de medios, usa reglamentos, la mayoría, compartidos de manera oral.

En el Manual (Morataya, 2012) se detallan las siguientes ventajas del uso Twitter:

- La inmediatez, en cualquier momento las personas tienen acceso a un “transmisor” (computadora, tableta, laptop, netbook, Smartphone, etc.) u otro medio desde donde pueden transmitir.
- La masividad que ha alcanzado la Social Media. La página gt.globedia.com calcula que hay 200 millones de usuarios y de ellos por lo menos 56 millones escriben un Tweet diariamente.
- Los receptores pasan al papel de emisores. La Social Media ha permitido que potencialmente cualquier persona sea susceptible de convertirse en cualquier momento de un difusor de una noticia.
- La reducción de los costos. Cada vez el acceso a Twitter es más fácil debido a que los Smartphone han bajado de precio, permitiendo el acceso a la red sin

necesidad de tener un servicio de Internet fijo o pagando un plan continuo, se puede acceder incluso en teléfonos prepago.

- La accesibilidad. Prácticamente todas las plataformas, Windows, Apple, Android, permiten el acceso a esta red social.

En el caso de Siglo.21 no se ha socializado un reglamento, pese a intentos para la formulación de los mismos que han tenido las personas que han estado a cargo de la página web y las redes sociales.

1.2 Estudio de mercado

Radiografía de los flujos de comunicación



Comunicación interna

- Tobi (Todos bien Informados)
Boletín de avisos de Recursos humanos
- Reuniones
Se utilizan para dar a conocer datos y asuntos de importancia de la empresa, así como planes y logros.
- Celebraciones
Buscan promover un ambiente de armonía en la empresa y reconocer a los empleados.
- Correos internos
Utilizados para dejar constancia de la comunicación entre el personal.



Comunicación externa

- Página web
En la página www.s21.com.gt se ofrece un espacio para que los lectores comenten.
- Redes sociales
Permite recibir observaciones, comentarios y denuncias de los seguidores (FB, Twitter)
- Tarjeta Club.21
Ofrece promociones para socializar los productos y línea editorial de la empresa.
- Titulares de radio
Promociona el contenido editorial de las ediciones del día en las radios comunitarias.
- Suplementos comerciales
Un espacio para dar a conocer productos de los clientes y lectores.
- Anuncios en radios locales
Spots de 30 segundos que promocionan los productos de la Corporación (Siglo.21 y AIDía)



Canales

- Celulares y líneas fijas.
- Internet.
- Carteleras.
- Agencias.

2. Objetivos

2.1 General:

Formular una estrategia que permita un mejor uso de las redes sociales y herramientas electrónicas de Siglo.21

2.2 Específicos:

- Crear un manual con lineamientos para el uso adecuado de las redes sociales y para reporteros.
- Establecer estrategias para la actualización de las redes sociales institucionales.
- Implementar el uso de otras redes sociales.
- Formular mecanismos que permitan una retroalimentación de los lectores a través de las redes sociales.

3. Público objetivo

En base a estadísticas sobre los usuarios de las principales redes sociales, en este caso Facebook,

Twitter, Google+ e Instragram; conjugado con los intereses del diario; el público objetivo del proyecto es: hombres y mujeres, guatemaltecos que oscilen entre las edades de 18 a 40 años, de niveles socioeconómicos A, B, C1, C2 y C3.

4. Mensaje

Las redes de Siglo.21 ofrecen variedad, inmediatez e interacción para sus lectores.

5. Estrategia

Para alcanzar los objetivos propuestos, anteriormente, se proponen las siguientes actividades:

- Incrementar la presencia: A través del envío de más mensajes y durante un lapso más extenso.
- Variar oferta: Publicar, además del contenido periodístico que ofrece la versión impresa, temas de interés para los usuarios de las redes sociales.

- Aumentar redes sociales: Se crearán perfiles en Google+, Instagram y Pinterest.
- Reglamentar: Se redactará una serie de lineamientos (manual), breves y sencillos, que tanto reporteros, como personas encargadas de la actualización de las redes sociales deberán utilizar.

(Tabla de contenido del manual)

Introducción

Las redes sociales de Siglo.21
(descripción de las redes utilizadas)

+ Facebook (normativa)

+ Twitter (normativa)

+ Google+ (normativa)

- Socializar: Se convocará a reuniones para dar a conocer normas.

6. Los planes de comunicación

Con la mejora del uso de las redes sociales y de las herramientas electrónicas que posee Siglo.21 se busca reforzar la marca.

Se pretende que los usuarios de las redes sociales tengan los distintos perfiles de Siglo.21, por medios de consulta para enterarse de las últimas noticias.

Así también que se logre constituirse como un espacio para que los guatemaltecos expresen sus distintas inquietudes y denuncien los problemas que hay en su comunidad.

A través del *linkeo* de las distintas notas elaboradas por el diario, se aumentará el tráfico en la página electrónica, mejorando así, el posicionamiento en el ranquin de sitios web. Esta situación, finalmente, podría incrementar el interés de la población para adquirir una suscripción de la versión impresa y acrecentar el valor de los espacios publicitarios en la red.

7 Calendario

MAYO													
Domingo		Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado	
								1		2		3	
4		5	A	6	B	7	B	8	B	9	B	10	
11		12	C	13	C	14	C	15	C	16	C	17	
18		19	D	20	E	21	E	22	E	23	E	24	
25		26	E	27	E	28	E	29	E	30	E	31	

JUNIO													
Domingo		Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado	
1		2	F	3	G	4	G	5	G	6	G	7	
8		9	G	10	G	11	G	12	G	13	H	14	
15		16	I	17	J	18	J	19	J	20	J	21	
22		23	J	24	J	25	J	26	J	27	J	28	
29		30	Asu eto										

JULIO													
Domingo		Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado	
				1	K	2	K	3	K	4	K	5	
6		7	K	8	K	9	K	10	K	11	K	12	
13		14	L	15	L	16	L	17	L	18	L	19	
20		21	M	22	M	23	M	24	N	25	N	26	
27		28		29		30		31					

NOTAS:

- A. Creación de perfiles en Instagram y Google+
- B. Definición de estrategia, en base a objetivos.
- C. Formulación de reglamento para redes sociales
- D. Reunión con equipo de la página web para socializar propuesta.
- E. Implementación de estrategia y normas definidas.

- F. Reunión con reporteros para socializar normas para uso del Twitter.
- G. Implementación de uso de normas por parte de reporteros de Nacionales.
- H. Creación de perfiles específicos para secciones de Siglo.
- I. Socialización de estrategia con reporteros y editores de otras secciones.
- J. Implementación de uso de estrategia en otras secciones.
- K. Verificación de cumplimiento de normas y estrategias establecidas.
- L. Evaluación de resultados, en general.
- M. Elaboración de informe de resultados obtenidos
- N. Entrega a director y editores de informe de resultados.

8. Presupuesto

8.1 Proyección de costo de proyecto

Descripción	Costo
Asesoría	Q 25,000.00
Elaboración de manual	Q 5,000.00
Impresión de manual	Q 2,000.00
Community manager	Q 5,000.00
	Q 37,000.00

8.2 Presupuesto real

Descripción	Costo
Asesoría	Sin costo
Elaboración de manual	Sin costo
Impresión de manual	Q 2,000.00
Community manager	Sin costo
	Q 2,000.00

9. Control y seguimiento (Evaluación)

Se llevará un control del incremento de seguidores en las redes sociales de Siglo. 21, así como del tráfico de la página web, con apoyo de la herramienta de Google Analytics, para determinar qué contenido atrae a los lectores en los medios electrónicos.

Día					Observaciones
Lunes					
Martes					
Miércoles					
Jueves					
Viernes					
TOTAL					

---CAPÍTULO 3---

Ejecución

Actividades efectuadas

Reuniones

1. Ejecución

En base a los objetivos planteados, el proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado que se llevó a cabo consistió, en síntesis, en la implementación de medidas que permitieron un mejor uso de las redes sociales y herramientas electrónicas de Siglo.21

Tras la elaboración del diagnóstico de la institución, se determinó que una de las estrategias que permitía el crecimiento de las redes sociales de Siglo.21 era la publicación constante de contenido. Así como, la interacción con los seguidores, que también converge en la generación de un debate que puede usarse en el espacio en la página 2 del diario impreso, que se ofrece al contenido web.

Se buscó un mecanismo que permitiera a los editores determinar, no solo qué le interesa más a los lectores, sino también qué tipo de dudas surgen en la población tras la publicación de las noticias.

1.2 Actividades efectuadas:

Publicación de más mensajes, durante un lapso más extenso, en las redes sociales.



Variación de temática de las notas compartidas. Se buscaron temas de interés para los usuarios de las redes sociales.

Siglo.21
Publicada por Aruma Lee 171 · Hace 2 horas

#Internacional Nacen los primeros trillizos de panda gigante en Cantón

La hembra de oso panda gigante del zoológico de Cantón (sur de China) dio a luz recientemente a tres crías que se encuentran sanas y en buen estado, algo inédito en esta especie debido a su alta tasa de mortalidad al nacer. Siga leyendo en <http://goo.gl/oxaqhe> Fotos:EFE



#GuatemalaImágenes
" El lago de Atitlán" fotografía compartida por Douglas Pop



Robin Williams en el cine (34 fotos)
Algunos de los personajes por los que el actor Robin Williams, quien fue encontrado muerto este lunes en su hogar en California, siempre será recordado en el cine.



Creación y alimentación de perfil en Google+



Comparte tus novedades...

Texto Fotos Enlace Vídeo Evento

Siglo.21
Se ha compartido públicamente · #DialInternacionalDeLaJuventud

Guatemala cuenta con una población mayor a los 15 millones 806 mil habitantes, según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INEC), de esos años, unos 4 millones 800 mil están comprendidos entre los 14 y 29 años de edad.
#DialInternacionalDeLaJuventud

Llamen a reforzar política de la juventud | s21.com.gt

+1 Añade un comentario...

Siglo.21
Se ha compartido públicamente · - 8:53 #Internacional

#Internacional Nacen los primeros trillizos de panda gigante en Dantón

La hembra de oso panda gigante del zoológico de Dantón (sur de China) dio a luz recientemente a tres crías que se encuentran sanas y en buen estado, algo inédito en este especie debido a su alta tasa de mortalidad al nacer. Siga leyendo en <http://goo.gl/vevqhE>

2014.08.12
4 fotos

+1 Añade un comentario...

En tus círculos

No has añadido a nadie o esta sección está oculta.

Te tienen en círculos 103 personas

El panel de control de tu negocio

Con tu panel de control de Google My Business puedes saber cómo va tu negocio y conectar con clientes.

Siglo.21
Se ha compartido públicamente · - 8:48

Le invitamos a que lea nuestras columnas de Opinión en <http://www.s21.com.gt/opinion/opinion>

Opinión

Editorial Siglo.21 Comentarios (0)	Agencia de cambio Juan Fernando Carrero Comentarios (0)
Un secretario asesorador para la juventud?	¿Y para qué soy bueno?
Venida de Vicico Ste Comentarios (0)	Política pública Marti A. Cecilia Lara Comentarios (0)
Dumping fiscal	Los admirables migrantes guatemaltecos
Guía Cinta Adams Mireles Comentarios (0)	Buena 21 Compartimiento errático por nosotros lectores a www.siglo21.com.gt

Siglo.21
Se ha compartido públicamente · - 10:40 #Columna

#Nacional No se interesan en frenar transfuguismo

La propuesta de reformas a la Ley Orgánica del Congreso, anunciada como la principal apuesta de las autoridades, aún no avanza en el Parlamento, pese a que los jefes de bloques recibieron un documento para analizar su contenido durante el mes legislativo que finalizó el 1 de agosto. <http://goo.gl/2ruZ0>

Redacción de lineamientos (manual), breves y sencillos, para el uso de cuentas institucionales de Twitter de Reporteros

REGLAMENTO PARA USO DE TWITTER

- 1) Utilizar cuenta de Siglo.21 únicamente para fines periodísticos.**
- 2) Tuitear en vivo.** (Es una forma ideal para ganar seguidores).
Compartir videos o imágenes. (Aquellos mensajes que tienen imágenes reciben un promedio de 1.5 más veces RT y dos veces más favoritos).
- 3) Citar fuentes** (Las @menciones aumentan el número de seguidores en 20%).
Esto se puede hacer dentro del mismo texto. Ejemplo: Según el @mingobguate (Si se hace referencia al Ministerio de Gobernación)
En caso no se mencione a la fuente en el mensaje, se puede dar el crédito al final. Ejemplo:
...información... Via @mingobguate
- 4) Cuidar ortografía**
- 5) Sintetizar**
La información debe ser reducida a 140 caracteres. En caso, se cuente con más detalles, use un tuit por idea o dato.
Si fuese necesario, se puede dividir un mensaje colocando la primera parte en un tuit y al final colocar "1/2", continuar en la siguiente publicación y concluirlo con "2/2"
- 6) Limitar uso de abreviaturas.**
Debido a que Twitter solo ofrece 140 caracteres se suele recurrir al uso de abreviaturas, lo cual está permitido, una vez y estas sean de dominio público o estén autorizadas por la RAE.
Ejemplo:
Correcto: Dr. (doctor) o CSJ (Corte Suprema de Justicia)
Incorrecto: "Q" en lugar de "que".
- 7) Usar #hashtags.** (Además de ganar seguidores, permite que en cualquier parte del mundo en la que se hable de determinado tema, se encuentre el mensaje publicado).
El uso de hashtags, puede ser de uso general. Ejemplo: #Trafiogot (cuando se habla de sucesos que impacten el tránsito en Guatemala).
Puede referirse al lugar en el que se da la noticia. Ejemplo: #Guatemala #Congreso #LaTerminal.
Un suceso para no tener que explicar en cada tuit de qué se habla. Ejemplo:
#IncendioLaTerminal #CasoRiosMontt
Una conmemoración. Ejemplo: #DieladelaTierra #DieladelLibro
Nota: Al momento de crear un hashtag es importante utilizar una frase o palabra sencilla que sintetice la idea.
- 8) No borrar tuits.**
En caso de cometer un error al tuitear, lo mejor es aceptarlo y escribir una aclaración.
- 9) Cuidar retuits.**
No retuitear cuentas ajenas a Siglo.21.
- 10) Interactuar.** (Expertos señalan que la interacción genera más seguidores)
Si alguien hace una consulta o señala un error no se debe dejar sin respuesta. Se debe responder con argumentos y bases sólidas.

Formulación de esquema para informe del contenido más leído y comentado en redes sociales.

Nota	Las más atractivas en la WEB					05 de junio 2014
	Vistas	Likes	Compartidos	Comentarios en FB	Comentarios en página	Preguntas de lectores
Se infiltra entre jugadores de Inglaterra para ir al Mundial (Internacional)	22,136	126	2	10	0	
Florentino Pérez: Jugadores llegan muy cansados al Mundial (Deportes)	21,752	109	35	58	1	
Brujo asegura que es responsable de lesiones de Ronaldo (Deportes)	21,040	71	31	66	0	
Declaran inocentes a cuatro perros de la muerte de una niña (Internacional)	18,192	162	19	18	1	
España, Alemania y Brasil ocupan podio de clasificación FIFA (Deportes)	17,504	52	2	24	1	
Chinautía recibe la contaminación	11,388	111	20	22	1	
Basura agobia a la capital y convierte ríos en desagües	10,904	94	12	24	2	-Japón ofreció industrializar la basura en tiempos de Fritz y no le aceptaron. -¿Y la famosa promesa de campaña del Arzú de la planta de tratamiento y reciclaje? -¿Por qué la municipalidad no implementa basureros para clasificar la basura en toda la ciudad?

Creación de manual de procesos de la página web.

RESPONSABILIDADES DE ENCARGADO WEB (fin de semana)

Envío de mensajes de texto
El encargado de la página web (a quien se llamará editor) deberá enviar, el fin de semana, mensajes de texto en la categoría de "Elias" en los horarios:

8:30	12:30
09:30	14:30
10:30	15:30
11:30	16:30

Los 8 mensajes serán enviados cada viernes por los editores de Vida al correo electrónico del encargado.

Proceso de envío:
Paso 1. Ingresar a <http://000.35.192.25/siglo21/boon.php>
Paso 2. Colocar usuario y contraseña otorgados y entrar





Paso 3. Dar click en Envío y seleccionar categoría "Elias".





Paso 4. Escribir mensaje de 150 caracteres en el área de mensaje y presionar "Enviar".



Paso 5. Confirmar envío de mensaje.

Actualización de notas web
La tarea principal del editor es la actualización del sitio www.s21.com.gt con notas provistas por agencias, reporteros o elaboradas en base a boletines.

Proceso de actualización
Paso 1. Ingresar a www.s21.com.gt y dar click en Ingresar.



Paso 2. Ingresar usuario y contraseña proporcionada.



Paso 3. En la columna derecha del sitio se desplegará un menú y para crear una nota deberá ingresar en "Crear Notas Principales".

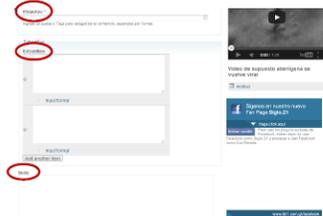


Paso 4. Colocar r de la nota y seleccionar categoría



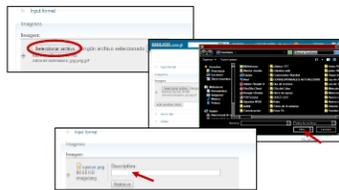
Paso 5. Escribir etiquetas, lead (entradilla) y texto (Body) de la nota.

Nota: Las etiquetas serán el nombre del país donde se origina la noticia y las principales palabras del titular, así como personajes.



Paso 6. En caso de la nota lleve fotografía, seleccionar la fotografía (seleccionar archivo) y subir (upload). Al cargar la imagen colocar pie de foto que consiste en una descripción no mayor de 100 caracteres, el autor y /s21.

Nota: El nombre del archivo de la imagen, que deberá ser .jpg, .png o .gif, no deberá llevar tildes, signos o #. En caso de que la fotografía sea de archivo, en lugar del autor se escribe Archivo21.

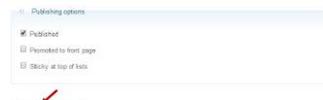


Paso 7. Colocar nombre del autor (Autoread by) que podrá ser un reportero, las agencias o Siglo XXI.



Paso 8. Elegir las opciones de publicación.

Si se selecciona "Published" aparecerá únicamente en la sección.
 Si se selecciona "Published" y "Promoted to front page" aparecerá en la portada entre las noticias destacada con fotografía.
 Si se selecciona "Published", "Promoted to front page" y "Sticky at top of lists", aparecerá como portada del sitio.
 Finalmente dar click en "Guardar" y la nota se publicará de inmediato.



Nota: Para colocar las notas en la portada sin fotografía, esta se deberá guardar solo con "Published" seleccionado.

Luego dar click en "NoDequeue"



Seleccionar Add to queue en Portadas Secundarias y guardar.



Actualización de redes Siglo 21

El editor deberá publicar en FB, Twitter y Google+ las notas que aparecen en el sitio de Siglo 21.

Facebook

Ingresar a <https://www.facebook.com/s21gr> donde, previamente, estará suscrito como editor de contenido.



Para publicar en FB se debe copiar la dirección URL de la nota



Pegar en el estado, esperar que cargue el link y verificar que se trate de la fotografía de la noticia, en caso no sea la imagen correcta se deberá subir de forma manual en «Subir imagen».



Tras verificar la imagen se deberá colocar el lead de la nota en lugar de la URL y publicar.



Al momento de publicar álbum en FB las fotografías, que no serán más de 30, deberán tener la medida estándar de 640 x 480 píxeles y este deberá contar con una descripción general, lo con país de foto.
Las publicaciones deben ser espaciadas para no saturar a los seguidores. Se deberán dejar al menos 5 minutos entre una y otra nota, en caso de que la misma sea más atractiva, se podrá dejar un tiempo muerto de hasta media hora.

Para clasificar las publicaciones, según sea el caso, se podrán utilizar los siguientes hashtags:

#Internacional
#Pulso
#Deportes
#Columna
#Editorial
#Urgente
En las notas nacionales no son necesarios.

Twitter

Ingresar a <https://twitter.com/siglo21gt>

Usuario: siglo21gt

Contraseña: 7JkXSp3Zp



Para alimentar la cuenta de Twitter se deberán colocar titulares con la URL acortada de la nota, para esto se puede utilizar la siguiente página para reducirlos <http://goo.gl>.

Search engines: Use the Site Site Labels Tabular Site

Google url shortener



1.3 Reuniones

1.3.1 Para dar a conocer lineamientos a reporteros

Esta se llevó a cabo el 23 de junio de 2014 en una sala de la redacción de Siglo.21, ubicada en el cuarto nivel del edificio de Corporación de Noticias, S.A. y contó con la participación de editores y reporteros de las secciones Nacionales, Pulso y Web. El foro fue de 17 personas.



Explicación de lineamientos de Twitter a reporteros, el 23 de junio de 2014 en el edificio de Corporación de Noticias, S.A.



Charla del uso de Twitter a reporteros, el 23 de junio de 2014 en el edificio de Corporación de Noticias, S.A.

1.3.2 Para dar a conocer manual de procesos web

Esta reunión se realizó el 4 de julio de 2014 en una sala de la redacción de Siglo.21 y contó con la participación de las 4 personas que se dedican a la actualización de la página electrónica, tanto entre semana, como el fin de semana, con la editora y las otras 2 compañeras de EPS que también expusieron sus productos.



Entrega de manual de procesos web a administradoras de medios electrónicos, el 4 de julio de 2014 en el edificio de Corporación de Noticias, S.A.



Entrega de manual de procesos web a administradoras de medios electrónicos, el 4 de julio de 2014 en el edificio de la Corporación.



Entrega simbólica de la versión preliminar del proyecto al Jefe de Información, Byron Barillas (i) y Jefa de Redacción, Lesly Véliz (d)

---CAPÍTULO 4---

**Evaluación
Crecimiento en las redes
Promedio diario de crecimiento**

1. Evaluación

1.1 Crecimiento en las redes

Las cifras con las que se recibieron las redes sociales de Siglo.21 son las siguientes:

- FB (creado el 24 de marzo de 2011) 107,091
- Twitter (creado en marzo de 2011) 79,320
- Google+ No existía

Hasta el 11 de julio de 2014, 150 días después de retomar las redes, los datos son:

- FB 171,730 fans
- Twitter 104,882 seguidores
- Google+ 96 + (creado en abril 2014)

Estos números dan cuenta de que el crecimiento obtenido en 150 días es el siguiente.

- FB 64,639 (equivale al 60.36% de lo recibido)
- Twitter 25,562 (equivale al 32.23% de lo recibido)
- Google+ 96 (equivale al 100% de crecimiento)

De los datos presentados también se puede obtener la siguiente comparación

4.1.2 Promedio diario de crecimiento

Red	Antes	Durante EPS
FB	103	431
Twitter	75	170
Google+	0	1 + *

* Debido al poco público con el que cuenta Google+ en Guatemala, la importancia de la actualización de la red consiste en que todo lo divulgado en la misma será priorizado al momento de efectuar búsquedas en Google.

Conclusiones

La definición e implementación de una estrategia para las redes sociales permite el mejor aprovechamiento de las mismas.

El incremento de presencia y la variación del contenido en las redes sociales aumentan la cifra de seguidores, en especial en Twitter.

La respuesta oportuna de las consultas efectuadas por los seguidores en las redes sociales mejora la interacción entre el medio y sus lectores, generando así identidad.

La reglamentación de las redes sociales en un periódico permite mejor control del uso que le dan los reporteros a estas.

En el caso del Ejercicio Profesional Supervisado, la implementación de un grupo de Facebook mejora la comunicación entre coordinadores y estudiantes.

Recomendaciones

La estrategia utilizada para las redes sociales debe revisarse, en promedio, cada seis meses para adaptarla a los cambios, tanto en tecnología de la información, como de público.

La presencia en las redes sociales debe ser constante, aún en asuetos, feriados o fines de semana.

Debe buscarse la manera de utilizar el contenido y la información proporcionada por los seguidores para que se sientan parte del medio de comunicación.

En el caso del Ejercicio Profesional Supervisado, se debe cuidar que los medios de comunicación electrónicos que se implementen, únicamente sean utilizados para fines académicos, para evitar confusiones.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Aceituno Castro, G. K. (2011) Caracterización de Internet como canal, medio o herramienta de comunicación/información. Guatemala. USAC: Dr. Wangner Díaz

Aguilar Pacheco, A. E. (2009) Formas de hacer publicidad en internet: características, ventajas y desventajas. Guatemala. USAC.

Banzhaf, Chris, Christensen. (1993) La Mujer, el Sida y el Activismo. Estados Unidos. Boston, Mass. : South End Press. 252 páginas

Carrera, Filipe. (2011). Redes Sociales y Networking. Guía de supervivencia profesional para mejorar la comunicación y las redes de contactos con la web 2.0. España. Profit Editorial. 177 páginas.

Gil Mendieta, Schimidt. (2002). Análisis de redes. Aplicaciones en ciencias sociales. México. Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas de la Universidad Nacional Autónoma de México. 121 páginas.

Morataya, Sergio (2012). Twitter News, Manual de Periodismo Digital para Periodistas Guatemaltecos. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Mayagrafica.

Moreno López, C. (2011) Twitter y Facebook: Uso en la campaña política en las elecciones generales Guatemala, 2011. Guatemala. USAC: M.A. Carlos Augusto Velázquez.

Sagastume Pineda, E. C. (2011) Estudio comparativo de los efectos de comunicación que provoca Internet en preadolescentes entre 10 y 12 años, de dos establecimientos educativos: un público y un privado. Guatemala. USAC: Lic. Sergio Morataya.

e-Grafía:

Boyd, Danah. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication.

Internet World Stats. Estadísticas de usuarios de Internet a nivel mundial y de Guatemala. <http://www.internetworldstats.com/>

NotiActual. (2010). La historia de Facebook (Expansión). Venezuela. <http://www.notiactual.com/>

---ANEXOS---

Transcripción completa de las entrevistas

Fotografías

Anexos

Transcripción completa de las entrevistas:

Carlos Castañaza
Director Editorial

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

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

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

En muchos casos sí, en otros se van elaborando.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?

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

Carlos Ajanel

Editor de Pulso Económico

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Las funciones principales del cargo ya están establecidas, lo cual es correcto, aunque se han aportado ideas en cuanto al camino para lograr las responsabilidades que implican el cargo. Existe un plan de trabajo muy claro, el cual busca alcanzar los objetivos que demanda la sección: contar con una agenda noticias que nos permita: exclusivas, ser competitivos y creativos con las coberturas, y aprovechar de la mejor manera el recurso humano del

cual se dispone (no trabajar de más y tener claras las prioridades noticiosas).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Desde el punto de vista humano, creo que tenemos las mismas competencias, destrezas y cualidades. En ese punto, que es crucial, todos partimos del mismo punto. En cuanto a asuntos materiales, imagino que hay equipos que tienen más o menos recursos que nosotros. Insisto y aclaro, no es que no necesitemos

mejorar nuestros equipos, sí lo necesitamos y cuanto antes mejor, pero eso nos dará estatus, no ideas ni buenos trabajos. Los estímulos urgentes, creo yo, pasan por otros caminos y están más ligados a satisfacer cuestiones personales del equipo de trabajo.

¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?

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

Thelma Chamalé

Editora de Internacionales

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

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

se suben notas, pero si se tiene e contacto con los articulistas).

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

No

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

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

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

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

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

Solo somos dos personas para atender las demandas de ambas secciones y adicional a eso mi compañera

de equipo también se encarga del archivo físico de la hemeroteca interna de Siglo 21.

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

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

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

Sin duda alguna

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

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

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

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

¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?

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

Evelyn Ruano

Editora Página Web

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

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

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

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

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

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

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

Está en proceso.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Inmediatez, coordinación y enfoque.

¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?

Versatilidad, emprendimiento, interés, dedicación.

Byron Barillas

Jefe de Información

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

El puesto de Jefe de Información en Siglo.21 requiere básicamente de tener el control de la agenda

periodística diaria, así como asegurar que la planificación se cumpla de manera eficaz a lo largo de la jornada. La meta es que las notas que lleguen a las páginas del diario cumplan con las demandas de un periodismo serio y profesional.

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

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

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

Afortunadamente no tengo mucho que explicar. Llevo dos días.

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

Vuelvo a la respuesta de la pregunta 2.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Especialmente en uno de los competidores se nota su solidez, pero a la vez esto puede verse como su rigidez, por lo que creo que el periodismo que debemos

seguir es una mezcla de información y presentación atractiva.

¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?

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

Luis Alfredo Hernández

Editor de Diagramación

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

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

Esta son algunas de las responsabilidades del puesto:

Coordinar, planificar, ordenar y distribuir las páginas. Elaborar la portada. Elaborar y enviar

reportes. Participar en las reuniones de planificación mañana y tarde.

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

Participación en todas las reuniones de planificación de Redacción de Siglo.21. Reuniones de planificación de producción y ejecución con área comercial, producción y ventas.

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

Elaborar calendarios vacacionales y presupuesto anual.

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

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

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

Coordinar el turno de fin de semana y asuetos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

¿Qué cualidades observa en el equipo a su cargo?

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

Gabriel Arana

Editor Vida

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Fotografías



Cartelera del cuarto nivel del edificio, ubicada en el área de redacción. Muestra un mapa de las vías de evacuación, un listado de reglas internas, un afiche de uno de los proyectos sociales que apoya la Corporación y un cartel del mecanismo Tobi que trasmite, vía correo electrónico, avisos a los empleados.

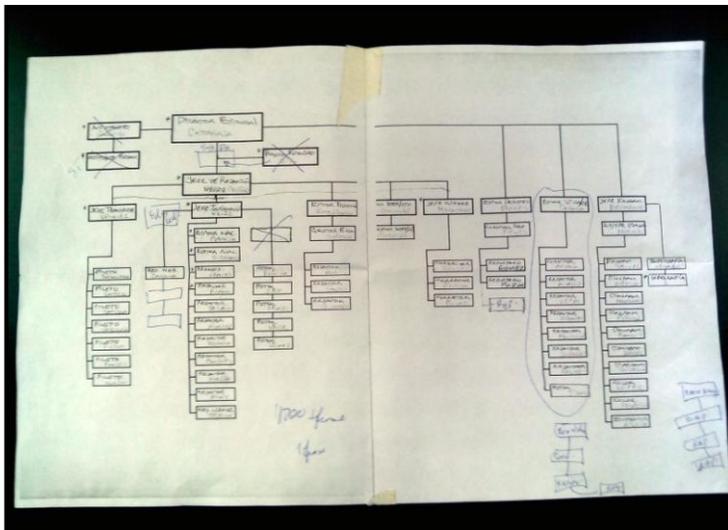


Cartelera ubicada en la cafetería, en el tercer nivel. Además de evidenciar la falta de mantenimiento que se les da a estos medios, incluye un listado de los cumpleaños del mes y un reglamento.



Cartelera del primer nivel del edificio. Se ubica en un área poco transitada por el personal de la Corporación y únicamente, contiene un listado de los cumpleaños del mes.

Organigrama de la Redacción de Siglo.21

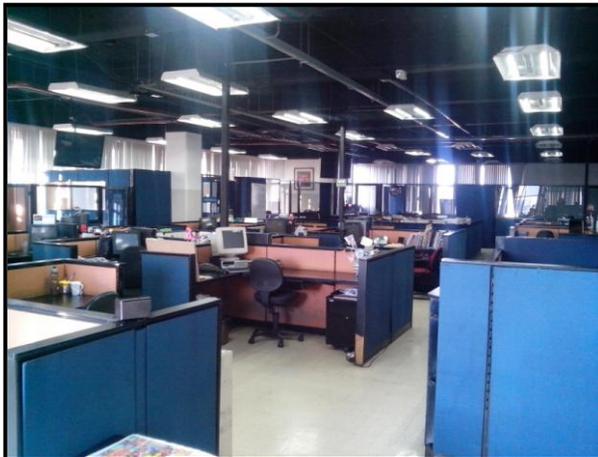


El organigrama de la redacción no se encuentra en una versión impresa y no es visible para el personal que lo conforma.

Redacción Siglo.21



Vista del sector de diagramación de Siglo.21.



Vista del área de redacción de Siglo.21.