

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

“Manual de Procedimientos en la elaboración de notas periodísticas, para reporteros del Noticiero TN23”



Informe final de EPS presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Luis Rolando García Mendoza

Previo a optar al título de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor Ma. Marco Julio Ochoa

Guatemala, noviembre de 2015

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

Director

Lic. Julio Esteban Sebastián Chilín

Consejo Directivo

Representante de Docentes

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Estudiantes

Joseph Mena

Carlos de León

Representante de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Secretaria Académica y Administrativa

M.Sc Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M.Sc Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Julio Ochoa España

Supervisora

Licda. Brenda Yanira Chacón

Supervisora

Licda. Evelin Maritza Morazán Gaitán

Acto que dedico:

- A Dios:** Por darme la vida y permitirme ver como cumples tus pactos; sé que siempre tu presencia está conmigo. Para ti es la honra y la gloria Padre Celestial.
- A mis padres:** Clemen de García, la madre que Dios puso en mi vida; mi maestra en casa, gracias por todo el cariño, cuidado y enseñanzas.
- Luis Arturo García Samayoa, mi papá. Nunca tendré como agradecerle todo lo que ha hecho por mí, siempre ha sido, es y será mi ejemplo. Este logro es suyo papá.
- A mis hermanos:** Fredy, Alex y Ángel, su apoyo incondicional, en las buenas y en las malas, ha sido de gran valor para mi, gracias y a cada compañera de vida de mis hermanos.
- A mis hijos:** Antes que nacieran sabía que serían el motor para culminar las metas propuestas. Verlos reír ha sido mi motivación desde el primer momento, gracias mis amores.
- Familia Zabala:** En estos años de conocerles, me han confirmado que hay bondad en el mundo, inmensamente gracias por lo que me han apoyado.
- A la Academia:** Hoy más que nunca, la Universidad de San Carlos de Guatemala y en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, las considero mi casa, gracias por todos los conocimientos y experiencias.

- A mi asesor:** M.A. Julio Ochoa, gracias por toda enseñanza, apoyo y frases de aliento.
- A mis amigos:** Aquí no cabría el nombre de todos aquellos seres que han aportado a mi vida, en la Universidad, en el trabajo y mi querida colonia Bethania. A mis amigos y amigas saben que los aprecio.
- A TN23:** Gracias por la oportunidad, y formar parte del gran equipo.
- A mi Guatemala:** La razón de estudiar comunicación, es mi intento de aportar un grano de arena para mejorar las condiciones de este bendito país.

“Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del presente trabajo investigativo.”

Índice

Capítulo I.	1
1.1 Diagnostico	1
1.2 Diagnostico Comunicacional	1
1.3 Comunicación	2
1.4 Tipos de Comunicación	5
1.5 Observación	8
1.6 Conclusiones de lo observado.	9
1.7 Objetivos del Diagnostico	11
1.8 Nombre de la Institución	13
1.9 Historia	13
1.10 Misión de la institución	18
1.11 Visión de la Institución	18
1.12 Organigrama de la Institución	18
1.13 FODA	20
Capítulo II	23
2.1 Metodología	23
2.2 Descripción del tipo de comunicación utilizada	24
2.3 Tipo de Investigación	28
2.4 Instrumento	35
2.4.1 Observación Utilizada	35
2.4.2 La Entrevista	36

2.4.3 La Encuesta	44
2.4.4 Formula Aplicada a la población	51
2.4.5 Descripción de la Formula	51
2.4.6 Cronograma	51
2.5 Presentación de resultados	52
2.6 Conclusiones de la Investigación	62
Capítulo III	64
3.1 Plan de Comunicación	64
3.2 Objetivos de la Propuesta	66
3.2.1 Objetivo General	66
3.2.2 Objetivo Especifico	67
3.3 Descripción de la Propuesta	67
3.4 Justificación de la Propuesta	69
3.5 Estrategia para su implementación	71
3.6 Cronograma de ejecución	71
3.7 Conclusiones finales	72
3.8 Recomendaciones finales	72
Capítulo IV	74
4.1 Ejecución de Propuestas	74
4.1.1 Manual de Procedimientos	74
4.1.2 Pizarra Bitácora	75
4.1.3 Reunión Semanal	75
4.2 Descripción del material utilizado	76

4.3 Presentación de Resultados	77
4.4 Conclusiones Finales	79
4.5 Recomendaciones Generales	80
4.6 Bibliografía	81
4.7 Anexos	83

Capítulo 1

1.1 Diagnóstico

Diagnosticar derivado de diagnóstico, significa según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el hecho de recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza o determinar el carácter de una enfermedad mediante el examen de sus signos. (1)

Ambos conceptos se adecuan al trabajo con el cual se inicia este proyecto cuyo fin es entender, establecer la calidad y falencias en el proceso de comunicación interna entre los reporteros de TN23, y la formulación de una estrategia que conlleve a mejorar y facilitar la labor informativa.

Hancock considera que la elaboración de objetivos, a través de estrategias alternativas, tomando decisiones sobre el proyecto, al recuperar experiencia para utilizarla en mejorar la metodología a futuro por medio de un diagnóstico asertivo, puede dejar buenos resultados. (2)

1.2 Diagnóstico Comunicacional

Según Rivera(2) el Diagnóstico de comunicación o Comunicacional es el procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa. Además constituye el método que analiza canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización.

(1) Diccionario de la Real Academia de la lengua Española

(2) Planificación para el desarrollo Alan Hancock primera edición español 1981 co edición CIESPAL UNESCO

Dentro del concepto que corresponde a Diagnóstico de Comunicación, se derivan por lo menos dos tipos de diagnóstico de comunicación:

- a) Los diagnósticos que privilegian la comunicación interna de una institución.
- b) Los diagnósticos que analizan las relaciones de comunicación externa, entendiéndose por institucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización.

1.3 Comunicación

Gran parte de nuestro tiempo, la mayoría de seres humanos pasamos interactuando con otras personas. “La calidad y la naturaleza de estas interacciones determinarán en gran medida nuestro bienestar y ajuste personal”.⁽⁴⁾

Definir comunicación o su proceso no es fácil según algunos autores, marcando que desde la psicología hasta el teatro, desde la antropología a la lingüística, desde las ciencias de la información hasta la moderna tecnología en la era del Internet, todos buscan definir a cabalidad que es comunicación.

Para la mayoría de autores se resalta más lo que corresponde al proceso de transmisión de información de una parte hacia otra, de ideas, de emociones, sentimientos y demás, por medio de la utilización de signos, señales o símbolos, como lo son palabras, dibujos, figuras, gráficos, gestos, etc.

(3) Alemany, Carlos;2013.

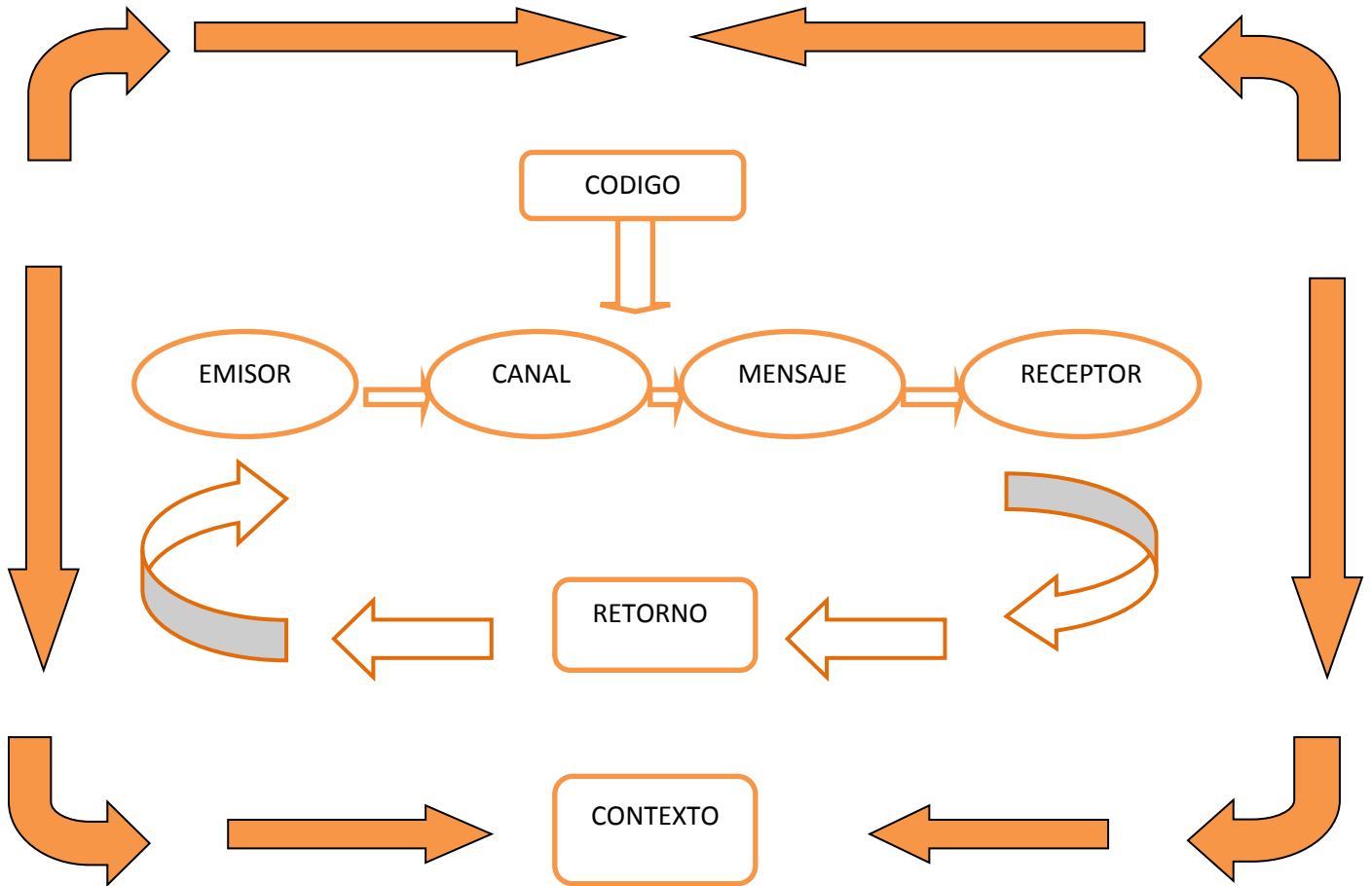
Según Alemany en su obra la Comunicación Humana: una ventana abierta, define que comunicar es “influir”, “todo aquello por lo cual una mente afecta a otra”, comunicar es poder, y es ejercerlo sobre otros.(3)

Para otro grupo de autores la comunicación humana se refiere a la capacidad de compartir significados, lo que a su vez implica crearlos, transmitirlos, recibirlos, de tal forma que el ideal de toda comunicación contribuye a poder lograr que el receptor sea capaz de percibir un significado semejante al que existe en la mente del emisor.

Este proyecto gira en torno a la Comunicación y a su adecuado proceso, por lo que es vital definirlo. En una definición, este proceso se interpreta como “el intercambio de ideas, sentimientos, emociones, entre un comunicador y un receptor” (4) El abc de este trabajo será entonces la adecuada interpretación del proceso de la comunicación.

(4) Interiano, Carlos Semiología y Comunicación

Esquema del proceso de comunicación



Emisor: es quien envía el mensaje. De él depende en un alto porcentaje que los mensajes sean decodificados, por los receptores. Si el emisor o comunicador envía un mensaje desordenado, este llegara de forma inadecuada o imprecisa.

Receptor: “es quien recibe el mensaje. Puede ser individual o grupal. El receptor capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta, a los mensajes que recibe” (C. Interiano Semiología y comunicación)

Mensaje: “es la información que deseamos transmitir, el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos, que el emisor o comunicador, envía al receptor” (C. Interiano, Semiología y Comunicación)

Canal: (también denominado medio) Es el medio por el cual se transmiten los mensajes.

Código: Es el conjunto estructurado de Signos, con base a ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes. (C. Interiano Semiología y comunicación). Un claro ejemplo de código, son los diversos lenguajes y modismos adoptados en las diferentes países o regiones. Ejemplo: Las señales de tránsito también son códigos.

Contexto: es el resultado del conjunto de circunstancias o elementos que intervienen directamente en un hecho, lugar, espacio, tiempo, protagonistas y tema a tratar. (5)

1.4 Tipos de Comunicación

Para el efecto requerido en el presente proyecto, se toman en cuenta dos tipos de comunicación dentro de una institución, la interna y la externa. La primera de ellas conlleva lo relacionado al proceso que se da entre colaboradores de una institución, mientras la externa trata sobre la imagen y lo que la institución busca trasladar a un público a fuera de la institución. (6)

(5)http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0875.pdf

(6)<http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional>

Comunicación interna:

El concepto de comunicación interna, esta no es más que la comunicación que se dirige al cliente interno, dicho en otras palabras al trabajador o entre trabajadores.

Profundizando un poco más en esta clasificación de comunicación, surge de la necesidad en las compañías de mantener constante motivación del recurso humano y retener a aquellos colaboradores que se caracterizan por tener los mejores resultados, en un entorno o contexto laboral cada vez más rápido, dinámico y exigente. (7)

Cabe resaltar que el propósito de estas implementaciones, se originan al identificar plenamente que las empresas son, lo que son, su colaboradores o equipos humanos, es por ello que se torna vital la motivación con el fin de obtener mejores resultados. (8)

Este tipo de comunicación es la que va dirigida al cliente interno, en otras palabras al colaborador o trabajador de la institución a diagnosticar. Esta se origina como respuesta a la nueva necesidad de las compañías.

Este tipo de diagnóstico inicia con la evaluación del estado de la comunicación, los distintos grupos que la conforman y cuyo fin será determinar la eficacia de los sistemas de comunicación y sus resultados.

Para el auxilio en el proceso de evaluación, se pueden utilizar diversas técnicas, con las cuales se puede recolectar información que coadyuve a determinar la capacidad que los miembros de la institución tiene de transmitir sus ideas, sugerencias, pensamientos y necesidades.

(7)<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

(8) <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Comunicación externa:

Según la consultora especializada en Marketing y Comunicación Institucional, Comunicación Global en su portal de internet, la comunicación externa se define como un conjunto de operaciones y actividades de comunicación que pretenden llegar a públicos externos de una entidad, empresa, organización o institución.

Para el efecto quien o quienes estén a cargo de la comunicación externa, se podrán valer del auxilio de periodistas, proveedores, accionistas, relacionistas, poderes públicos y relacionistas.

Los tiempos han cambiado y en el proceso de establecer y posicionar una imagen institucional, la publicidad ha dejado de ser el único mecanismo válido para introducir un mensaje en el mercado, dando paso a una etapa más como lo es la comunicación integral.

Las ferias, convenciones, redes sociales, son muestra de opciones para complementar una adecuada imagen de la institución, las cuales pueden ser utilizadas como importantes herramientas. Aprovechar estas importantes ventajas, puede brindar un camino hacia la adecuada comunicación externa.

Una adecuada estrategia de comunicación externa no es necesariamente la clave del éxito empresarial, pero se debe considerar como parte de él, y de hecho a través de ella se lleva al mercado la imagen que queremos posicionar para ser más competitivos.

1.5 Observación

Con el fin de obtener un concepto objetivo sobre observación, se considera adecuado citar el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, que define observación como Acción y efecto de observar. Según la enciclopedia libre en internet denominada Wikipedia ⁽⁹⁾ observación es la adquisición activa de información a partir del sentido de la vista.

Esta definición es una actividad de los seres vivos, que puede realizarse por seres humanos y animales, detectando y asimilando rasgos de un elemento, utilizando los sentidos como principales instrumentos. La observación es el primer paso dentro del método empírico, requisito de la investigación científica. “Observar supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos en base a los cuales de poder formular o verificar hipótesis” ⁽¹⁰⁾

Se puede considerar que la observación es un método de recolección de información, pero esto representa más que el levantamiento de datos. Observar en el sentido científico significa un riguroso proceso de investigación, por medio del cual se permite la descripción de situaciones comparándolas con hipótesis relacionadas.

Buscando que la observación pierda el carácter estrictamente instrumental y sea por sí mismo un procedimiento científico de investigación, son necesarios algunos requisitos, tales como delimitar el problema o situación a observar, recoger datos, analizar los datos e interpretar los resultados.

El proceso de observación deberá estar orientado a un objeto concreto de la investigación y para que esta tenga verdadera validez debe estar debidamente controlada. En otras palabras esta deberá someterse a reglas que legitimasen su valor.

⁽⁹⁾<https://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n>

⁽¹⁰⁾Fernandez-Ballesteros, 1980, Pag. 135

La observación debe planificarse con el fin de recoger elementos de validez y confiables, además que la observación científica ha de ser sometida a comprobación.

1.6 Conclusiones de lo observado

Durante espacio de un mes, luego de recibir el aval de la dirección de TN23, el 12 de febrero de 2015, para realizar un diagnóstico de comunicación, segmentándolo a reporteros, se dio inicio a la fase de observación como primer paso de un proyecto científico.

A partir de la fecha se observó y levantó, información relacionada al trabajo que los diversos equipos de conformados por reportero y camarógrafo de TN23, realizan en las diversas fuentes.

Antes que los equipos de reporteros salgan de la oficina del medio, con destino a sus diversas actividades periodísticas, la dirección del medio tiene establecida una breve reunión, que en teoría debe tener el fin de socializar las actividades que cada reportero realizara durante la jornada y el coordinador o jefe de información le asigne. Sin embargo está en la mayoría de casos se pasa por alto o simplemente es una recolección por parte de la coordinación de algunas convocatorias de prensa, sin dejar por sentado cuáles serán los temas y que todo el equipo de periodístico del medio conozca a cabalidad que cobertura se dará durante el día.

Torre de tribunales ubicada en el centro cívico de la ciudad de Guatemala, donde se ventilan procedimientos judiciales de diversa índole, es una de las fuentes donde el equipo de TN23, tiene completa cobertura, dado que la persona que colabora con el medio cuenta con más de 5 años de experiencia en dicha fuente, situación que luego de observar el trabajo que desempeña, es de beneficio para la

entidad, dado que se ha especializado en temáticas de tipo judicial, adquiriendo amplio conocimiento del contexto en relación a procesos legales.

Luego de observar detenidamente la labor que el reportero asignado a la fuente judicial realiza, se llega a concluir que el trabajo que efectúa, posibilita dar cobertura a los temas de coyuntura, sin perder detalle y sobre todo tener la iniciativa de trabajar temas.

Sin embargo, la aptitud y técnicas adquiridas por el comunicador han sido de forma empírica, debido a que la capacitación que recibe por parte del medio ha sido escasa. Tomando en cuenta la capacidad del periodista en la fuente, da lugar a considerar que sin una constante capacitación o una guía es sumamente complicado realizar un trabajo periodístico a la altura que TN23 requiere.

Existen dos equipos de reportero y camarógrafo denominados “volantes”, grupos que se dedican a dar cobertura con amplio espectro de actividades. Estos dos grupos se delimitan por medio de zonas en la ciudad de Guatemala. Uno de ellos efectúa la labor periodística en zonas 14,13, 10, 9 y 4, mientras que el segundo da cobertura periodística a eventos que se desarrollan en zona 1.

En ambos casos los equipos realizan su labor de forma autónoma, sin tener un lineamiento especial al momento de plantear interrogantes, temas o enfoque sobre la información que se presentara. De igual forma que en el primer caso, la aptitud en campo es empírica, sin capacitación y sin una guía de cómo realizar su labor.

En el último de los equipos está a cargo de brindar cobertura a la denominada “Nota Roja” que corresponde a información relacionada con asesinatos, accidentes de tránsito, capturas de delincuentes por parte de las fuerzas de seguridad, decomisos de droga, etc.

En el caso de nota roja, el comunicador, está a cargo de trasladar al receptor (televidente) información sensible, dado que este tipo de información en muchos casos está relacionado con estructuras del crimen organizado, tornándose imperante una constante capacitación y reserva en el manejo de la información.

Pese a lo observado, el periodista a cargo de nota roja, adquiere su estilo y forma de trabajo de forma empírica, sin ningún lineamiento, ni guía en el desempeño de su labor.

Finalmente los periodistas de TN23, logran una labor informativa, desarrollada con base a su experiencia y teoría adquirida en la academia, sin embargo dista de un proceso profesionalmente establecido con lineamientos y normas. En muchos casos se improvisa, situación que se refleja en algunos errores y contratiempos al momento de la presentación del material para su edición.

Basado en lo observado, se considera necesaria una guía para cada periodista, por medio de un manual de procedimientos y el establecimiento de reuniones semanales para evaluar y proyectar el trabajo periodístico del medio.

1.7 Objetivos del Diagnostico

Objetivo Especifico

Agilizar el procedimiento de recolección de información, por medio de estrategias que conlleven a facilitar el trabajo periodístico en TN23, brindando apoyo e información necesaria sobre insumos, tiempo, técnicas y tiempos en el trabajo de periodistas en Canal TN23, por medio de un manual de procedimientos.

Objetivos Generales

Establecer una guía y referencia del personal a cargo de recolectar la información con el fin de agilizar el proceso, con la garantía de calidad informativa acorde a la línea editorial del medio.

Mantener un elevado nivel de calidad en la preparación de la nota informativa. Así como apoyar en el proceso de inducción de personal de nuevo ingreso, para obtener información básica respecto a procedimientos en Canal TN23.

Reducir al mínimo los errores durante la preparación de la nota informativa.

Problema comunicacional

El equipo de periodistas en TN23, luego de recolectar información por medio de una encuesta y entrevistas, confirma que actualmente la comunicación respecto al trabajo que cada colaborador desempeña, se adquiere de forma autodidacta, no existe capacitación formal del personal.

Según los resultados obtenidos, delimitando las asignaciones de cada trabajador, se podría automatizar y organizar de mejor manera las funciones, con el fin de obtener mejores resultados. Muestra de ello es que no existe un manual de procedimientos en ninguna de las actividades que en TN23 se desarrollan.

1.8 Nombre de la Institución:

Canal TN23, se ubica en la 30 avenida 3-40, zona 11, Teletenango 4to. Nivel.

1.9 Historia

El Canal TN23, es el nombre del primer Canal de noticias por Televisión que se transmite en Guatemala las 24 horas los 365 días del año.

Se puede considerar un medio joven, dada la trayectoria de Canal TN23. Este medio inicia sus emisiones a partir del 1 de marzo de 2012, como parte de la organización denominada Grupo Albavision. La dinámica de los espacios de noticias y diversos géneros que en él se exponen ha evolucionado, según indica su actual director Byron Chinchilla.

No existe precedente en el medio periodístico guatemalteco. TN23 es el primer y único medio de información las 24. Han surgido diversos medios informativos radiales que informan la mayor parte de su programación pero no cumplen con el estándar de 24, horas, sin embargo en televisión TN23 surge sin antecedentes.

La demanda del público guatemalteco, dado que existen segmentos de la población quienes obedecen a diversos horarios por compromisos laborales, académicos o de otra índole, que les dificulta apegarse a un horario establecido de los noticieros convencionales. Situación que complica mantener seguimiento de la información a miles de personas.

Con el propósito de adaptar al medio al televidente y no el televidente al medio surge TN23, con un promedio de 10 emisiones diarias, durante las cuales se actualiza la información, con el apoyo de redes sociales.

TN23 llega a los 22 departamentos del país por medio del sistema de cable y en el departamento de Guatemala por el sistema VHF por medio de canal 23.

La versatilidad que permite la pantalla chica, da lugar a que, contando con un espacio de transmisión de 24 horas, en este medio se incluyen noticieros de información actual de 60 y 30 minutos. Asimismo cuenta con un espacio de análisis de diversas temáticas, denominado “El Rostro de la Noticia”, según Victor Bolaños conductor del espacio y sub director de TN23.

Con el fin de atender demandas de diversos matices que se incluyen en el periodismo tales como informar, entretener y opinar, el canal presenta segmentos independientes, religiosos, de salud, tecnología, deporte y arte, así como documentales.

Alianzas con cadenas internacionales, al canal mantener actualizada la información internacional. Para el proceso de preparación de segmentos el equipo de producción se encarga de copiar y editar el material.

Cinco equipos de reporteros y camarógrafos están a cargo de alimentar la información para la transmisión diaria y de fin de semana de los noticieros, mismos que son transmitidos en los siguientes horarios.

Horario de transmisión de noticieros durante la semana

09:00 am a 10:00 am	de lunes a viernes
11:00 am a 12:00 am	de lunes a viernes
15:00 pm a 15:30 am	de lunes a viernes
16:30 pm a 17:00 pm	de lunes a viernes
18:00 pm a 19:00 pm	de lunes a viernes
20:00 pm a 21:00 pm	de lunes a viernes
15:00 pm a 15:30 pm	sábado
16:30 pm a 17:00 pm	sábado
18:00 pm a 19:00 pm	sábado
15:00 pm a 15:30 pm	domingo
16:00 pm a 16:30 pm	domingo
18:00 pm a 19:00 pm	domingo

Dependencias

Gerencia de noticieros grupo Albavision, es la instancia de mando sobre los noticieros que conforman el grupo, integrado por Canal TN23, Notisiete, Telediario, T13 noticias y Radio cadena Sonora.

La dirección general de Canal TN23, a cargo de Byron Chinchilla, director, es quien designa la línea editorial del medio. Desde acá se giran las instrucciones respecto a las coberturas informativas, enfoque y tiempos sobre el levantamiento de la información en la fuente.

Está a cargo de la corrección y cambios que se puedan dar en la redacción de la nota informativa, intervenciones de entrevistados y tiempos de duración de cada tema.

Autorización de contrataciones, coberturas, viáticos, viajes, insumos, equipo y análisis en la producción de transmisiones en vivo, están a cargo de esta dependencia.

Sub dirección, a cargo de Víctor Bolaños, tiene a cargo de la conducción y producción del espacio El Rostro de la Noticia y apoyo directo a la dirección.

Coordinación, de equipos reporteriles, se encuentra conformada por dos personas quienes se encargan de consensuar la agenda diaria de cada equipo de reporteros.

En reunión diaria programada a las 7:30 am de lunes a viernes, se definen las coberturas periodísticas de cada equipo, mismas que están sujetas a cambios obedeciendo la coyuntura mediática.

La coordinación tiene a cargo de la programación de Canal TN23, el ordenamiento de los bloques de noticias de cada emisión. Así como la redacción de leads de cada nota, misma que es leída por el presentador como contextualización de la nota informativa.

Sobre esta dependencia recae la responsabilidad de coordinar y autorizar la salida de vehículos para el transporte de equipos reporteriles, vacaciones, descansos y ausencias del personal.

Producción, está conformada por un presentador y reportero a la vez, así como un camarógrafo, quienes se encargan de dar vida al espacio “Rincones de Mi Patria” y apoyo al segmento “El Rostro de la Noticia”.

Edición, está conformada por cuatro personas quienes están a cargo de las imágenes, que recaban los equipos reporteriles, para su adecuada presentación, acorde a la información presentada.

Presentadores, Canal TN23, cuenta con un equipo de 6 presentadores, quienes se distribuyen la locución en cámara de leads, sobre el contexto de la nota informativa.

Reporteros, este es el grupo sobre el cual gira el presente proyecto. Los reporteros, en total 5 equipos, están a cargo de recabar información, manteniendo relaciones publicas con las diferentes fuentes desde donde emana la información. Los datos deben ser recabados, analizados, interpretados, y luego redactados y locutados, para dar a conocer el hecho relevante y de interés. Esta información luego se une con la intervención del entrevistado y se complementa con imágenes acorde al tema.

Camarógrafos, están a cargo de obtener un elemento básico en la televisión: La Imagen. Tienen bajo su responsabilidad equipo de cámara, trípode y fundas para el cuidado del mismo.

Objetivo Institucional

Posicionarse como el más importante medio informativo en televisión con transmisiones las 24 horas. Mantener su posición como la mejor opción para quienes necesitan conocer la coyuntura nacional de forma, objetiva, oportuna y veraz.

Grupo Objetivo

Toda la población guatemalteca que requiera información sobre el acontecer nacional. Tomando en cuenta que Canal TN23 traslada información en el

momento que esta ocurre por medio de redes sociales, Twitter y Facebook, cumpliendo con sus eslóganes, “TN23 todo noticias las 24 horas” y “porque cuando la información se produce TN23 se la comunica”.

1.10 Misión Institucional

Mantener informado al guatemalteco de todo estrato social las 24 horas.

1.11 Visión Institucional

Ser el primero y mejor canal de noticias las 24 horas a nivel regional.

1.12 Organigrama Institucional

¿Por qué una empresa formal debe definir por medio de un organigrama sus cargos?

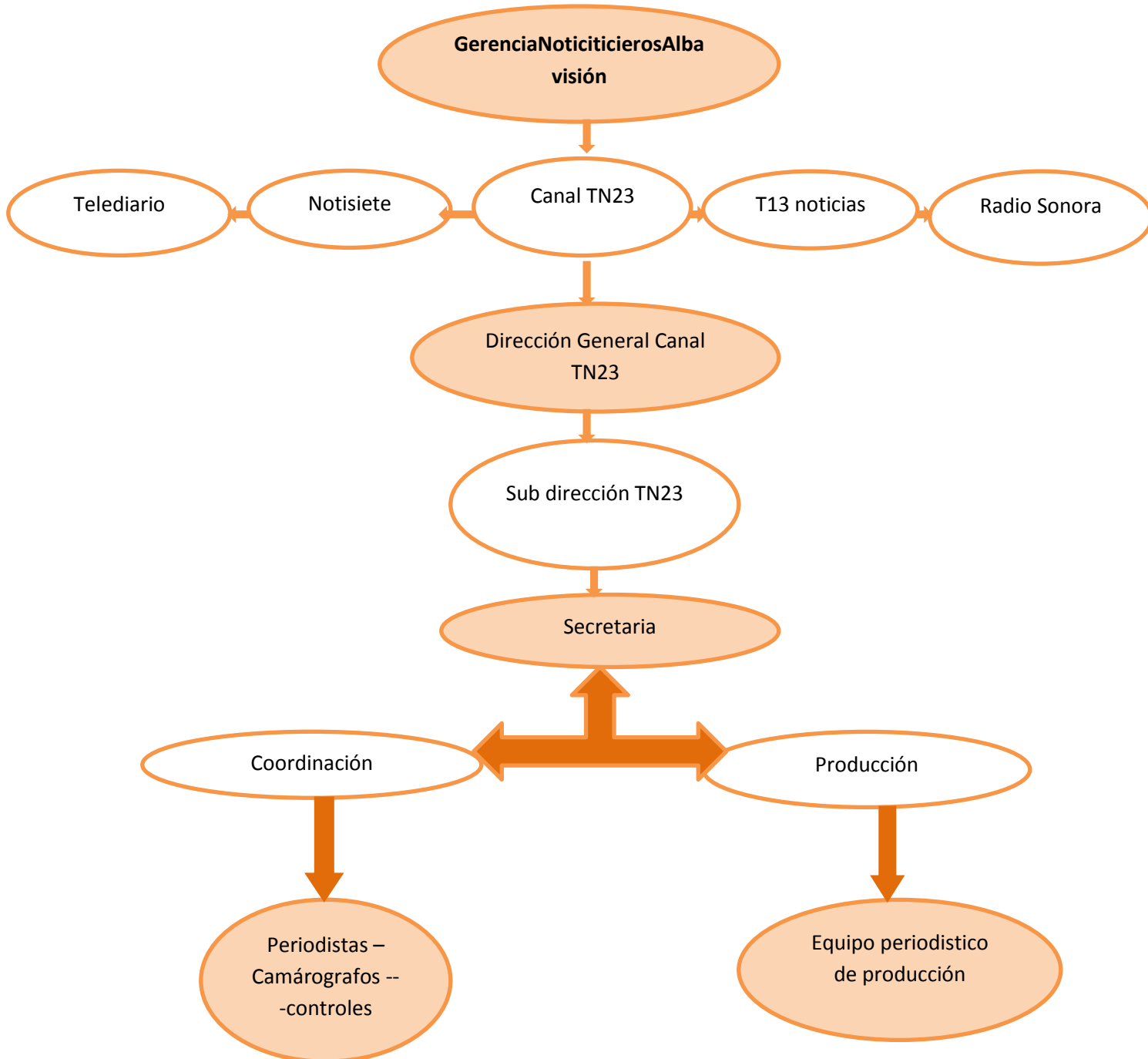
Según Ferrel Hirt Adriaensens, Flores y Ramos, autores de los Negocios en un Mundo Cambiante, el organigrama es una representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación.(11)

Enrique Franklin, coincide en afirmar que el organigrama es la representación grafica de la estructura orgánica de una institución o una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre si los órganos que la componen.(12)

(11) introducción de los negocios en un mundo cambiante, Hirt, Flores y Ramos Mc. Graw Hill 2004, pag. 249

(12) organización de empresas Segunda edición, Franklin Enrique, Mc Graw Hill 2004, pag 78

Dicho de otra forma, el organigrama funciona como un mapa, para terceros de forma casi inmediata se incorporen a la ruta en que se dirige la jefatura y comunicacionalmente la empresa. Regularmente no existe mayor limitación para su diseño, aunque el estilo más utilizado es partiendo de la parte superior con la más alta jefatura de la organización o departamento a describir.



1.13 Foda

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

La técnica FODA, fue propuesta por el consultor de gestión Albert S. Humphrey en los años 70 en el país de los Estados Unidos debido a una investigación del instituto de Investigaciones de Standford que tenía como objetivo revelar la falla de la organización corporativa. (13)

Tomando en cuenta la anterior descripción el cuadro que a continuación se presenta es una ficha de observación del FODA, dado que institucionalmente no existe uno. Este instrumento es una radiografía de las condiciones del medio, siendo de valiosa ayuda para los fines del presente proyecto, en el cual se revela el estado de la institución, su entorno, su ambiente, dando a conocer sus diferentes características.

(13) www.significados.com ¿Qué es foda?

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
------------	---------------	-------------	----------

Equipo profesional de trabajo.	Posicionarse como el mejor noticiero las 24 horas de Guatemala.	Reducido número de equipos de periodistas.	Crecimiento en aceptación de la competencia, Canales
Respaldo y apoyo noticieros del Grupo Albavisión.	Crecimiento de los diferentes espacios temáticos.	Reducido número de personal en TN23.	Guatevisión, Canal Antigua y TV azteca.
Alto posicionamiento en medios televisivos noticiosos.	Set virtual, otorga dinamismo en la presentación de los diferentes espacios informativos.	No contar con equipo y tecnología para transmisión en vivo y en directo de imágenes.	Incremento en el número de emisiones de la competencia, coincidiendo con horarios de emisiones de
Estricta revisión de la información previo a su transmisión.	Incremento en cobertura noticiosa fuera de la ciudad de Guatemala.	No contar con archivo de imágenes.	TN23.
Alianzas con cadenas internacionales.		Constantes fallas en sistema de software para la redacción e impresión de notas.	Alta inversión en tecnología por parte de la competencia.
Apertura a sugerencias e ideas del equipo.		No realizar	Espacios de opinión sobre coyuntura con participación de televidentes.

<p>Diversidad en espacios informativos y de entretenimiento.</p> <p>Constante actualización en redes sociales.</p> <p>Vocación y entrega del equipo de colaboradores de TN23.</p>		<p>reuniones periódicas de trabajo, que incluyan a todo el personal de TN23.</p> <p>Escasa capacitación del personal y falta de manual de procedimientos.</p>	<p>No contar con una pagina virtual.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

Capítulo II

Metodología y resultados del diagnóstico

2.1 Metodología

Los métodos y procedimientos teóricos que se implementan, pueden dar paso a condiciones que buscan ir más allá de lo superficial que la realidad puede darnos. Esta implementación nos permite profundizar y otorgar una explicación de las cualidades y relaciones fundamentales de procesos, hechos y fenómenos, mismos que contribuyen a la formulación de teorías científicas.

Para el adecuado funcionamiento en el presente proyecto, se implementara el método exploratorio y descriptivo, el cual otorga versatilidad al momento de elegir las opciones sobre el problema en análisis y al escoger las técnicas y tipos de información. Sampier “nos presentan un panorama de estado, de una o más variables, en uno o más grupos de personas y objetos” (14)

Dentro del presente estudio también se emplean los métodos teóricos tales como: Análisis - síntesis, el cual consiste en que estas acciones no existen de forma independiente. La segunda se deriva de la base de resultados obtenidos del análisis. Siendo esto un proceso mental por el cual se descomponen las partes y cualidades, previamente analizadas dando lugar a descubrir relaciones generales entre ellas.

La inducción – deducción son los puntos de partida que definirán con confirmaran las formulaciones teóricas, obtenidas de las diversas bibliográficas consultadas. El resultado que se busca es llegar a nuevas conclusiones.

(14)Hernández, Roberto; 2003:196

Durante el proceso de este proyecto se utilizó un enfoque cuantitativo por la medición numérica y sobre todo las estadísticas que arrojen la técnicas en el proceso de investigación, pudiendo así definir los comportamientos de comunicación de los colaboradores de TN23.

Técnica

La base de la técnica a implementar es la observación, sumado a ello por medio de Foda (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Así como la recopilación bibliográfica y documental. Auxiliado por diversas entrevistas y una encuesta.

2.2 Descripción del tipo de comunicación utilizada

El presente trabajo, se desarrolla con base a la recolección de información respecto a la calidad de la comunicación que se realiza entre los colaboradores de TN23. Dentro del manejo de la información de las empresas, se pueden clasificar dos tipos de comunicación, esta puede ser interna o externa.

Tomando en cuenta que el presente análisis se refiere al trabajo y comunicación que realiza un segmento del personal de TN23, se busca definir el proceso y el propósito de una adecuada comunicación interna.

Como parte de la contextualización de la comunicación interna, se debe tomar en consideración que las empresas, instituciones u organizaciones, tienen como fin el adecuado trato a sus clientes o grupos objetivos.

Como parte del trabajo que antes encargados dentro de la institución realizan, se busca mantener en lo laboral un ambiente agradable, por lo que en los

últimos tiempos surge el concepto denominado cliente interno, que son aquellos colaboradores que en alguna medida sus acciones influyen en el resultado o calidad del servicio prestado a los clientes comunes o también llamados externos.

Retomando el concepto de comunicación interna, esta no es más que la comunicación que se dirige al cliente interno, dicho en otras palabras al trabajador o entre trabajadores.

Profundizando un poco más en esta clasificación de comunicación, surge de la necesidad en las compañías de mantener constante motivación del recurso humano y retener a aquellos colaboradores que se caracterizan por tener los mejores resultados, en un entorno o contexto laboral cada vez más rápido, dinámico y exigente.

Cabe resaltar que el propósito de estas implementaciones, se originan al identificar plenamente que las empresas son, lo que son, su colaboradores o equipos humanos, es por ello que se torna vital la motivación con el fin de obtener mejores resultados.⁽¹⁵⁾

En algunos casos se comete un posible error, al considerar que dedicar tiempo y/o recursos a la comunicación interna es innecesario o un lujo, y que esto es exclusivo únicamente de las grandes empresas. Los retos actuales para toda empresa que se proyecte, deberán incluir un adecuado plan de comunicación interna, que contribuya a implantar cambios en búsqueda de lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la institución.

(15) <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Un alto porcentaje de empresas ignoran o pasan por alto que para ser verdaderamente competitivas, han de saber motivar su recurso humano, promoviendo una cultura corporativa con la cual identificarse, logrando fidelidad a la organización.

Es en este punto, donde la comunicación interna se convierte en una herramienta primordial cuyo fin será dar respuesta a las necesidades de cada colaborador, desarrollar su potencial, aumentando con ello su eficiencia y sobretodo retener para los intereses institucionales el talento obtenido.

Una de las claves para aumentar la eficacia de los colaboradores, como un verdadero artífice de resultados es que el trabajador se sienta a gusto e integrado en la organización, y esto únicamente se logra si el colaborador está informado, conociendo los detalles de su compañía, sus estrategias y se siente parte de ella, lo que a la vez puede derivar en que solos busquen dar lo mejor de sí mismos.

Hace a un lado u olvidar la comunicación interna, podría llegar a ser un grave error que puede otorgar una cara factura, dado que esto puede dar paso a incertidumbre y los temidos rumores, elementos altamente peligrosos para las empresas.

Implementar comunicación interna no necesariamente debe ser de alto costo para la corporación. Realizar reuniones periódicas, dando a conocer lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer adecuada línea de comunicación entre los trabajadores y directores, son los objetivos primordiales que la comunicación interna persigue.

La comunicación interna puede ser en dos vías: ascendente o descendente. La primera va de abajo hacia arriba, tomando como referencia el organigrama, y la descendente de arriba hacia abajo.

Es necesario que el proceso de la comunicación se complete, el retorno o *feedback*, es sumamente importante, partiendo que algunas instituciones confunden la comunicación con la información. Siempre es necesaria una respuesta.

Como parte del proceso de comunicación interna, se pueden sugerir algunos métodos de socializar información o datos relevantes que los colaboradores podrán apreciar, así como diversas formas de motivación, tales como: Manuales de procedimientos corporativos o de bienvenida, reuniones o convenciones, revistas o periódicos internos, tablón o pizarra de anuncios, buzón de sugerencias, teléfono de información.

Otra opción que en los últimos años ha ganado terreno y aceptación por medio de la tecnología puede tomarse en cuenta. Con la misma se pueden crear grupos en redes sociales que incluyan a toda la empresa o departamento, el manejo de correo electrónico o videoconferencias.

Si existe la voluntad y la percepción de lo funcional que la comunicación interna puede llegar a ser, los mecanismos son diversos y algunos sin costo adicional o mínimo.

Pese a las facilidades, la comunicación interna aún sigue siendo un reto, en ocasiones se subestima la calidad y capacidad del trabajador por falta de una adecuada estrategia de comunicación. La comunicación interna puede llegar a convertirse en los cimientos de una empresa exitosa, propiciando un clima de confianza, ambiente agradable de trabajo y motivación, elementos que pueden propiciar una empresa competitiva y estable.

2.3 Tipo de investigación

Existen diversos tipos de investigación, las cuales van desde la descriptiva, cualitativa o cuantitativa. Para los intereses del presente proyecto se considero que la más adecuada es la descriptiva.

Se considera importante definir a cabalidad que implica la investigación científica, por parte de reconocidos autores, (17) la investigación se puede definir como “un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento” (18) “una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuestas a preguntas mediante el empleo de procesos científicos”. Tales aseveraciones nos acercan a tener una mejor idea sobre los procesos científicos que se adecuen a los trabajos que buscan respuestas, tal como es en el presente proyecto.

La investigación es un proceso metódico y sistemático que va dirigido a encontrar la solución de un problema, problemas o preguntas, por medio de la producción de nuevos conocimientos.

La complejidad de los fenómenos a estudiar por lo general implica una mezcla de diferentes tipos de investigación.

(16) <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

(17) Sabino 2000 pag 47

(18) Cervo y Bervian 1989 pag 41

La investigación de tipo descriptiva, llamada también investigación diagnóstica, consiste principalmente en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos particulares o que la hacen diferente. Esto se puede lograr ubicando el lugar, de que esta hecho o hecha la situación, ¿cuántas partes la conforman y qué relación tienen?

El principal objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, actitudes y costumbres que predominan a través de la descripción exacta de las actividades, procesos, objetos y personas que tienen relación.

La meta de esta no se limita únicamente a la recolección de datos, conlleva más, se prevé la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. El papel del investigador no es simplemente de ser un tabulador, sino que está a cargo de la recolección de datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponer y resumir la información de manera sistemática, cuidadosa, para luego analizar minuciosamente los resultados, con el fin de extraer generalizaciones que logren contribuir al conocimiento.

La investigación descriptiva incluye una serie de etapas, que deben ser tomadas en cuenta durante el proceso.

- a) examinar las características del problema escogido
- b) definir y formular hipótesis
- c) enunciar los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados
- d) elegir los temas y fuentes apropiadas

- e) seleccionar o elaborar técnicas para la recolección de datos
- f) clasificar los datos por categorías precisas
- g) verificar la validez de las técnicas empleadas para recolección de datos
- h) realizar observación objetiva y exacta
- i) describir, analizar e interpretar los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

Como menciona Daniel Katz, el mundo en que vivimos es fundamentalmente un lugar de seres humanos. Gran parte de las acciones dirigidas a otros y que estos nos dirigen, son en todo o en parte, actos de comunicación, alcance o no expresión verbal. Esto resulta igualmente cierto respecto a conducta presentada en las organizaciones y en otros contextos.

Las organizaciones humanas son sistemas informativos y enérgicos y que cada una ha de aceptar información y utilizarla.⁽¹⁹⁾En el informe de la investigación se señalan los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos.

La población a veces llamada universo o agregado constituye siempre una totalidad. Las unidades que la integran pueden ser individuos, hechos o elementos de otra índole.

Una vez identificada la población con la que se trabajará, entonces se decide si se recogerán datos de la población total o de una muestra representativa de ella.

(19)Psicología social de las organizacione/ Katz, Daniel2 edicion Mexico editorial tillas 1989 pag 249

El método elegido dependerá de la naturaleza del problema y de la finalidad para la que se desee utilizar los datos.

Para el análisis de la opinión pública, se considera necesario citar a Carlos Ruiz y su enunciado en la Ética de la Audiencia:

La opinión pública como concepto psicosocial tiene, desde mi punto de vista, como antecedente principal los planteamientos de algunos teóricos liberales como Madison, Bentham y Mill. Estos autores formulan la democracia representativa como reacción a las propuestas de democracia directa. (20)

Población total: Muchas veces no es difícil obtener información acerca de todas las unidades que componen una población reducida, pero los resultados no pueden aplicarse a ningún otro grupo que no sea el estudiado.

Muestra de la población: Cuando se trata de una población excesivamente amplia se recoge la información a partir de unas pocas unidades cuidadosamente seleccionadas, ya que si se aborda cada grupo, los datos perderían vigencia antes de concluir el estudio.

Si los elementos de la muestra representan las características de la población, las generalizaciones basadas en los datos obtenidos pueden aplicarse a todo el grupo. Los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos. Se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez.

Cualitativos (mediante símbolos verbales): Se usan en estudios cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos.

Los estudios cualitativos proporcionan una gran cantidad de información valiosa, pero poseen un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varía para las diferentes personas, épocas y contextos.

Los estudios cualitativos contribuyen a identificar los factores importantes que deben ser medidos. (Visión científicista).

(20) Ética de la audiencia reflexión ética sobre el principio jurídico de la libertad de información

Cuantitativos (por medio de símbolos matemáticos): Los símbolos numéricos que se utilizan para la exposición de los datos provienen de un cálculo o medición. Se pueden medir las diferentes unidades, elementos o categorías identificables.

Los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos. Se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez.

Cualitativos (mediante símbolos verbales): Se usan en estudios cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos. Los estudios cualitativos proporcionan una gran cantidad de información valiosa, pero poseen un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varía para las diferentes personas, épocas y contextos. Los estudios cualitativos contribuyen a identificar los factores importantes que deben ser medidos. (Visión científicista).

Cuantitativos (por medio de símbolos matemáticos): Los símbolos numéricos que se utilizan para la exposición de los datos provienen de un cálculo o medición. Se pueden medir las diferentes unidades, elementos o categorías identificables.

Tipos de investigación descriptiva:

Tomando en cuenta que las siguientes categorías no son rígidas, muchos estudios pueden encuadrarse sólo en alguna de estas áreas, y otros corresponden a más de una de ellas. Encuestas, estudio de Interrelaciones y estudios de Desarrollo.

Estudios tipo encuesta.

Se llevan a cabo cuando se desea encontrar la solución de los problemas que surgen en organizaciones educacionales, gubernamentales, industriales o políticas.

Se efectúan minuciosas descripciones de los fenómenos a estudiar, a fin de justificar las disposiciones y prácticas vigentes o elaborar planes más inteligentes que permitan mejorarlas.

Su objetivo no es sólo determinar el estado de los fenómenos o problemas analizados, sino también en comparar la situación existente con las pautas aceptadas. El alcance de estos estudios varía considerablemente; pueden circunscribirse a una nación, región, Estado, sistema escolar de una ciudad o alguna otra unidad. Los datos pueden extraerse a partir de toda la población o de una muestra cuidadosamente seleccionada.

La información recogida puede referirse a un gran número de factores relacionados con el fenómeno o sólo a unos pocos aspectos recogidos. Su alcance y profundidad dependen de la naturaleza del problema.

Estudios de interrelaciones.

Si el objeto es identificar las relaciones que existen entre los hechos para lograr una verdadera comprensión del fenómeno a estudiar, los estudios de esta índole son los estudios de casos, estudios causales comparativos y estudios de correlación.

Estudio de casos:

El educador realiza una investigación intensiva de una unidad social o comunidad. Para ello recoge información acerca de la situación existente en el momento en que realiza su tarea, las experiencias y condiciones pasadas y las variables ambientales que ayudan a determinar las características específicas y conducta de la unidad.

Después de analizar las secuencias e interrelaciones de esos factores, elabora un cuadro amplio e integrado de la unidad social, tal como ella funciona en la realidad.

El interés en los individuos no es considerándolo como personalidad única, sino como tipos representativos. Se reúnen los datos a partir de una muestra de sujetos cuidadosamente seleccionados y se procuran extraer generalizaciones válidas sobre la población que representa la muestra.

El objetivo de los estudios de casos consiste en realizar una indagación a profundidad dentro de un marco de referencia social; las dimensiones o aspectos de dicho marco dependen de la naturaleza del caso estudiado.

Un estudio de casos debe incluir una considerable cantidad de información acerca de las personas, grupos y hechos con los cuales el individuo entra en contacto y la naturaleza de sus relaciones con aquéllos.

Los seres humanos desarrollan una constante interacción con diversos factores ambientales, por eso es imposible comprender su conducta sin examinar tales relaciones. Los datos deben provenir de muchas fuentes.

Se puede interrogar a los sujetos mediante entrevistas o cuestionarios y pedirles que evoquen experiencias pasadas o sus deseos y expectativas presentes. Se estudian documentos personales como diarios y cartas, efectuando distintas mediciones físicas, psicológicas o sociológicas.

Se puede interrogar a padres, hermanos y amigos de los sujetos, analizar archivos de los tribunales, escuelas, hospitales, empresas o instituciones sociales.

Los estudios de casos son similares a las encuestas, pero en ellos hay un estudio intensivo de una cantidad limitada de casos representativos, en lugar de reunir datos de pocos aspectos de un gran número de unidades sociales.

Tiene un alcance más limitado pero es más exhaustivo que el de encuestas, y le da más importancia a los factores cualitativos.

Estudios causales comparativos:

Si además de pretender descubrir cómo es un fenómeno se quiere saber de qué manera y por qué ocurre, entonces se comparan semejanzas y diferencias que existen entre fenómenos, para descubrir los factores o condiciones que parecen acompañar o contribuir a la aparición de ciertos hechos y situaciones.

Por la complejidad y naturaleza de los fenómenos sociales, es menester estudiar las relaciones de causalidad.

Este tipo de estudio se usa en los casos en que los investigadores no pueden manejar una variable independiente y establecer los controles requeridos en los experimentos.

En un estudio causal comparativo el investigador analiza la situación vital en la cual los sujetos han experimentado el fenómeno que se quiere investigar.

Después de estudiar las semejanzas y diferencias que hay entre dos situaciones, entonces podrá describir los factores que parecen explicar la presencia del fenómeno en una situación y su ausencia en la otra.

Esta investigación tiene su origen por el método utilizado por John Stuart Mill para descubrir las situaciones causales, que establece que “si dos o más instancias del fenómeno investigado tienen sólo una circunstancia en común, en la cual todas las instancias concuerdan, es la causa (o efecto) del fenómeno dado”. Este método proporciona al investigador la doble posibilidad de control sobre sus conclusiones acerca de las relaciones de causalidad.

Diferencias en relación con otras dimensiones salud, inteligencia, antecedentes familiares, experiencia anterior que pueden afectar los resultados del estudio.

2.4 Instrumento

Luego de obtener una radiografía del estado de comunicación de periodistas en TN23 y la forma en que realizar su labor, por medio de la observación en un proceso de investigación descriptiva, se consideró, la implementación de una estrategia de comunicación, y para poder obtener suficiente información que coadyuve a encontrar respuestas, se utilizara como técnicas, la implementación de una encuesta y diversas entrevistas, con el fin de reconocer el punto medular de la problemática comunicacional.

2.4.1 Observación utilizada

En el entendido de observar para obtener datos que determinen el porqué de la problemática comunicacional en relación a la labor periodística de reporteros de TN23, la observación que se utilizo es de tipo Participante y científica.

Durante la recolección de información, la tabulación de la misma, su análisis y el planteamiento de una hipótesis, se cumplió con los pasos que demanda el proceso científico, dándole legitimidad al proyecto.

Se mantuvo participación e involucramiento directo en el quehacer periodístico de los diversos equipos de camarógrafos y reporteros, durante el ejercicio.

Se observó detenidamente las condiciones y técnicas implementadas por parte de los reporteros antes, durante y después de las diversas entrevistas en sus fuentes.

Se documentó paso a paso como cada uno de los equipos dista en la forma en que elaborará sus notas periodísticas, dado que no existe un estándar o guía por parte del medio.

Luego de la observación directa, se recolecto información por medio de una encuesta y entrevistas con colaboradores involucrados directamente en el proceso de preparación de notas informativas.

2.4.2 La Entrevista

“La entrevista es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información, y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones” (21) “para mi una entrevista es una conversación entre dos personas, una conversación seria y con un propósito” (22)

“La entrevista, en sentido estricto, es una forma estructurada de comunicación interpersonal. Tiene por objetivo obtener cierta información merced a la cual se toman ciertas decisiones: contratación, evaluación o despido de un empleado” (23) Dando, 1975. Luego de citar algunas definiciones de entrevista, esta es un instrumento vital en la recolección de información dentro del proceso de investigación científica.

(21) Arias Galicia, 1976

(22) Benjamin, 1980.

(23) Dando 1975

Con el fin de obtener datos y apreciaciones, se entrevistó cinco personajes que tienen incidencia directa en el trabajo de preparación de notas informativas en TN23, y como han considerado la comunicación que se mantiene, haciendo énfasis en el proceso, capacitaciones y herramientas de comunicación que se otorga a los involucrados.

Entrevista 1:

Nombre entrevistado: Lic. Byron Chinchilla
Cargo: Director General TN23
Fecha: 23 de Febrero de 2015

Entrevista director general TN23

Considerando que el director del medio es quien conduce y decide directrices del medio, se considera menester conocer la perspectiva de quien ocupa dicho cargo, dado que desde su punto de vista se puede obtener información que conlleve a detectar elementos de comunicación que se dan por sentados, y que estos pueden no estarse realizando.

¿Director, de forma general, como considera usted la comunicación entre los reporteros de TN23?

R: *“considero que es buena, tomando en cuenta la premura y el dinamismo del medio, las urgencias, velocidad y presión con que se trabaja en un medio de comunicación, es difícil sentarse a conversar detenidamente con cada uno de ellos, sin embargo considero que es aceptable.*

¿Está de acuerdo en que se podría mejorar la comunicación entre los periodistas?

R: *“en todo lugar, en el tema de comunicación se puede mejorar. Los periodistas en TN23 cuentan con insumos para mantener una adecuada comunicación entre sí y con la coordinación. Aunque en ocasiones existen eventualidades, considero que la comunicación es aceptable, pero dejamos la puerta abierta para propuestas.*

¿Han surgido inconvenientes en TN23, entre reporteros por inadecuada comunicación?

R: *“han sido inconvenientes aislados, no trascendentales. Considero y estoy en total acuerdo en que al implementar estrategias podría mejorar en cierta medida la comunicación, sin embargo para ello se necesita destinar principalmente tiempo, y en esta labor el tiempo es muy valioso, porque la información no se detiene.*

¿TN23, brinda capacitación y cuenta con manual de procedimientos de inducción para personal de nuevo ingreso (hablando de periodistas / reporteros)?

R: *“en ese sentido hemos trabajado, y he recibido algunas propuestas del personal quienes han manifestado en ocasiones su iniciativa para colaborar en dicha propuesta para la preparación de guías de procedimientos en los diversos cargos dentro de TN23. Sin embargo a la fecha ninguna se ha concretado. Por lo que la capacitación queda a cargo del Coordinador quien dentro de sus atribuciones tiene a cargo la presentación del personal de nuevo ingreso, así como otorgar una breve inducción de sus asignaciones, ¿Cómo?, ¿Dónde? y ¿Cuándo? Realizar el trabajo dentro del medio. Así como el reglamento interno y a quien o quienes rendir informes.*

¿Considera que un manual de procedimientos, ayudaría a tener claras las funciones de cada colaborador?

R/ *“sí, puede ser, considero que incluso facilitaría el trabajo del coordinador durante la inducción del nuevo colaborador, ahorrando tiempo y teniendo plasmado en papel la información, serviría de consulta en cualquier momento.*

Entrevista 2:

Nombre entrevistado: Lic. Víctor Bolaños

Cargo: Sub Director TN23

Fecha: 23 de Febrero de 2015

El subdirector de TN23, dentro de sus atribuciones, sustituye al director en su ausencia. Oficialmente no tiene mayor contacto con los reporteros, eventualmente contribuye a la revisión del trabajo periodístico y sus respuestas pueden aportar elementos de análisis en el presente proyecto.

¿Dentro de sus asignaciones el contacto con reporteros es menor que el del director, sin embargo desde su perspectiva, cómo ve la comunicación que se da entre los comunicadores?

R/ “considero que cada uno de ellos de forma personal, son profesionales, y la aptitud adquirida en la universidad, les ha permitido un aceptable desempeño en sus funciones, sin embargo, existen falencias que en ocasiones se evidencian, por lo que se puede mejorar en ese aspecto. Se podrían implementar algunas capacitaciones u otro tipo de herramientas con el fin de mejorar y reducir el mínimo la falta de comunicación y convertir este factor en punto a favor y no en contra”.

¿Cuál considera que podría ser el panorama, de no buscar mejorar la comunicación?

R/ “Nada, seguirán las cosas tal y como están. Con ello no quiero decir que estén mal, sin embargo las demandas actuales, no solo en el periodismo, sino en todo ámbito, obligan a la evolución en todo aspecto, y la comunicación juega un papel importante en toda institución independientemente de sus dimensiones.

¿La sub dirección a hecho alguna propuesta de este tipo, con el fin de mejorar la comunicación?

R/ "aunque indirectamente, soy parte del proceso. En ese sentido, en ausencia del director, me corresponde la revisión del material que los reporteros presentan, donde detecto, cierta diversidad al realizar el trabajo periodístico; lo cual no considero que sea malo o negativo, del todo, sine embargo desde mi punto de vista, considero que se debe trabajar para mejorar en ese sentido, y si hemos hecho algunas propuestas, mismas que no se han concretado.

Entrevista 3:

Nombre entrevistado: Douglas Gil

Cargo: Coordinador General TN23

Fecha: 23 de Febrero de 2015

Coordinador General de TN23 con amplia experiencia en la producción de noticieros y elaboración de programación en temas de entretenimiento.

¿Tomando en cuenta su directa participación en la elaboración de notas informativas, como considera la comunicación entre reporteros?

R/ la comunicación es la necesaria para desarrollar el trabajo que se asigna a cada uno. Quizá podría ser mejor, pero para la elaboración de las notas informativas considero que se mantiene comunicación aceptable.

¿Si, existen, cuales considera que serían los elementos que se podrían mejorar?

R/ quizá se podrían utilizar mecanismos y técnicas para mejorar la comunicación y evitar los rumores o información no oficial entre los colaboradores.

¿Existe alguna guía o manual de inducción, y a cargo de quien estaría implementarlo?

R/ no por el momento, no, según entiendo han existido algunos intentos por elaborar uno, pero de momento no existe.

¿Considera que un manual de procedimientos ayudaría a la fácil y rápida adaptación de un reportero al equipo de TN23?

R/ si considero que sería de gran ayuda, principalmente con el personal de nuevo ingreso.

Entrevista 4:

Nombre entrevistado: Fernando Hernández

Cargo: Editor TN23

Fecha: 24 de Febrero de 2015

Editor experimentado, aptitud obtenida en TN23 de forma autodidacta, con reconocida capacidad en materia de edición.

Tomando en cuenta su directa participación en la elaboración de notas informativas ¿cómo considera la comunicación entre reporteros de TN23?

R/ *“Como personas, los reporteros se llevan bien, sin embargo, en relación a su trabajo, existe deficiencias de comunicación entre ellos y los coordinadores. Incluso esto llega a tener algún tipo de rozas, con los editores, debido a que no existe formalmente un horario para la entrega de material, lo que da lugar a correr con el trabajo de edición para la entrega final de la nota y su transmisión, situación*

que conlleva a la reestructuración de la planificación de los bloques de los noticieros.”

¿Si, existen, cuales considera que serían los elementos que se podrían mejorar?

R/ “Si, considero que se debe dar una adecuada capacitación, donde se le dé a conocer a cada colaborador la información del medio e indicarle de forma clara sus atribuciones, con el fin que el periodista no tenga que interpretar cuáles son sus funciones y como debe realizarlas, esto lleva a cometer errores constantemente.”

¿Existe alguna guía o manual de inducción, y a cargo de quien estaría implementarlo?

R/ “que yo sepa no, cuando ingrese a mí no me dieron ninguna guía, simplemente me resumieron que debía hacer y de inmediato inicie con la observación para posteriormente dar paso al trabajo en edición. Considero que implementarlo deber estar a cargo de la dirección del medio”

¿Considera que un manual de procedimientos ayudaría a la fácil y rápida adaptación de un reportero al equipo de TN23?

R/ “definitivamente, ayudaría a conocer a cabalidad las atribuciones, ahorraría tiempo en la adaptación del nuevo colaborador y sobre todo serviría de referencia en cualquier momento que surja una duda.”

Entrevista 5:

Nombre entrevistado: Hugo Morales

Cargo: Periodista Reportero TN23

Fecha: 24 de Febrero de 2015

Periodista reportero de mayor antigüedad en TN23, a cargo de brindar cobertura diaria a la fuente denominada Torre de Tribunales. Reconocida experiencia y trayectoria periodística en temas judiciales.

¿Tomando en cuenta su directa participación en la elaboración de notas informativas, como considera la comunicación sus compañeros?

R/ *“buscamos que sea de la mejor forma, sin embargo tenemos limitantes, barreras de comunicación que en ocasiones nos impiden tener constante comunicación entre el equipo y con la coordinación, situación que dificulta la labor, tomando en cuenta que se debe pedir autorización en algunos temas de logística.”*

¿Si, existen, cuales considera que serían los elementos que se podrían mejorar?

R/ *“respetar la reunión diaria de agenda, la posibilidad de una reunión semanal, y sobre todo la alimentación de información por parte de la coordinación y compañeros reporteros, para mantener actualización sobre los temas que se abordan y lograr complementarnos.*

¿Existe alguna guía o manual de inducción, y a cargo de quien estaría implementarlo?

R/ *“De momento no.”*

¿Considera que un manual de procedimientos ayudaría a la fácil y rápida adaptación de un reportero al equipo de TN23?

R/ *“desde mi punto de vista si, serviría principalmente para reporteros de nuevo ingreso.”*

2.4.3 La Encuesta

Dentro del trabajo de investigación científica que concierne al presente proyecto, la encuesta forma parte importante, en la obtención de información confiable para el análisis y posterior formulación de una hipótesis.

Tomando en cuenta lo anterior, se considera imperante manejar claramente el concepto de una encuesta.

Citando como principal referencia el diccionario de la Real Academia de la lengua Española, encuesta se define, como “averiguación o pesquisa”, “Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho”.

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, se considera la encuesta común la más común herramienta para la obtención de información que conlleve a la obtención de respuestas sobre ciertas inquietudes para el auxilio en toma de decisiones.

Se debe tener claro para que se utiliza una encuesta:

- a) Generar descripciones de la sociedad
- b) Detectar Cambios sociales
- c) Fotografiar la realidad de un momento
- d) Planificar estrategias de acción
- e) Legitimar decisiones
- f) Escuchar a la comunidad
- g) Generar participación ciudadana

(24) http://www.fundacionfuturo.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=53

Existen cuatro grandes etapas en el trabajo con encuestas:

Formulando con precisión los objetivos a conseguir, desmenuzando el problema a investigar, eliminando lo superfluo y centrando el contenido de la encuesta, delimitando, si es posible, las variables intervinientes y diseñando la muestra.

Se incluye la forma de presentación de resultados así como los costos de la investigación.

La formulación del cuestionario:

Es fundamental en el desarrollo de una investigación, debiendo ser realizado meticulosamente y comprobado antes de pasarla a la muestra representativa de la población.

El trabajo de campo:

Este consiste en la obtención de los datos propiamente tal.

Obtener los resultados:

Es decir, procesar, codificar y tabular los datos obtenidos para que luego sean presentados en el informe y que sirvan para posteriores análisis.

Las encuestas se pueden clasificar atendiendo al ámbito que abarcan, a la forma de obtener los datos y al contenido, de la siguiente manera:

Encuestas exhaustivas y parciales:

Se denomina exhaustiva cuando abarca a todas las unidades estadísticas que componen el colectivo, universo, población o conjunto estudiado. Cuando una encuesta no es exhaustiva, se denomina parcial.

Encuestas directas e indirectas:

Una encuesta es directa cuando la unidad estadística se observa a través de la investigación propuesta registrándose en el cuestionario.

Será indirecta cuando los datos obtenidos no corresponden al objetivo principal de la encuesta pretendiendo averiguar algo distinto o bien son deducidos de los resultados de anteriores investigaciones estadísticas.

Encuestas sobre hechos y encuestas de opinión:

Las encuestas de opinión tienen por objetivo averiguar lo que el público en general piensa acerca de una determinada materia o lo que considera debe hacerse en una circunstancia concreta.

Las encuestas sobre hechos se realizan sobre acontecimientos ya ocurridos, hechos materiales.

Como los cuestionarios están formados por preguntas, se dice que éstas deben ser excluyentes y exhaustivas, lo que se refiere a que una pregunta no produzca dos respuestas y, simultáneamente, tenga respuesta. Una manera de clasificar a las preguntas es por la forma de su respuesta:

Preguntas cerradas:

Consiste en proporcionar al sujeto observado una serie de opciones para que escoja una como respuesta.

Tienen la ventaja que pueden ser procesadas fácilmente y su codificación se facilita; pero también tienen la desventaja que si están mal diseñadas las

opciones, el sujeto encuestado no encontrará la opción que él desearía y la información se viciaría.

Una forma de evitar esto, es realizar primero un estudio piloto y así obtener las posibles opciones para las respuestas de una manera más confiable.

También se consideran cerradas las preguntas que contienen una lista de preferencias u ordenación de opciones, que consiste en proporcionar una lista de opciones al encuestado y éste las ordenará de acuerdo a sus interés, gustos, etc.

Preguntas abiertas:

Consisten en dejar totalmente libre al sujeto observado para expresarse, según convenga. Tiene la ventaja de proporcionar una mayor riqueza en las respuestas; mas, por lo mismo, puede llegar a complicar el proceso de tratamiento y codificación de la información.

Una posible manera de manipular las preguntas abiertas es llevando a cabo un proceso de categorización, el cual consiste en estudiar el total de respuestas abiertas obtenidas y clasificarlas en categorías de tal forma que respuestas semejantes entre sí queden en la misma categoría.

Las preguntas pueden ser clasificadas también de acuerdo a la función que cumplen en el cuestionario.

Filtro:

Se utilizan mucho en los cuestionarios para eliminar aquellas personas que no les afecten determinadas preguntas, es decir que marcan la realización o no de preguntas posteriores.

Batería:

Todas las preguntas tratan sobre un mismo tema y que siempre deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería, empezando por las más sencillas y luego las más complejas. A esto se denomina "embudo de preguntas"

De control:

Estas se utilizan para comprobar la veracidad de las respuestas de los encuestados y normalmente lo que se hace en estos casos es colocar la misma pregunta pero redactada de forma distinta en lugares separados una de la otra.

Amortiguadoras:

Son las que se refieren a que cuando estamos preguntando temas escabrosos o pensamos que serán reticentes a contestar, hay que preguntar suavizando la pregunta y no preguntar de modo brusco y directo.

Otra clasificación posible de acuerdo a los contenidos:

Identificación:

Sitúan las condiciones en la estructura social. Ej. Edad, sexo, profesión.

Acción:

Esto trata sobre las acciones de los entrevistados. Ej. ¿Va al cine? ¿Fuma?

Intención:

Son las que indagan sobre las intenciones de los encuestados. Ej. ¿Va a votar?

Opinión:

Este tipo de interrogante trata sobre la opinión encuestada sobre determinados temas. Ej. ¿Qué piensa de?

Información:

Son las que analizan el grado de conocimiento de los encuestados sobre determinados temas.

Motivos:

Estas interrogantes buscan saber el porqué de determinadas opiniones o actos.

Existen 4 formas de aplicar una encuesta o instrumento:

1. Aplicación dirigida:

Es aquella en la que el encargado debe estar presente mientras el encuestado o grupo de encuestados responden por escrito el instrumento.

2. Aplicación mediante entrevista:

Es aquella en la que un encuestador debe aplicar oralmente el instrumento a los examinados de manera individual.

En estos casos no siempre se exige un contacto cara a cara, pudiendo utilizarse Cuestionarios telefónicos, cuyos costos son menores, pero tiene el inconveniente de que no se puede controlar a la persona que responde.

3. Auto aplicación:

Es aquella que no requiere de la presencia del encargado. En estos casos él se entrega el instrumento y se revisa en el momento en que éste le es devuelto.

Una de las más comunes son las encuestas por correo que si bien es un método económico, tiene el inconveniente de un índice de respuesta bajo.

4. Observación:

En este caso el encargado es quien contesta algunas preguntas en función de lo que observa.

Metodologías:

Son las técnicas y medios implementados para la presentación de la encuesta.

Telefónica: Las entrevistas telefónicas son menos costosas, pero tienen sesgos porque sólo se incluye a quienes disponen del servicio.

Por correo: carecen de interacción y la gente las contesta poco.

Cara a Cara: tienen el más alto porcentaje de respuestas y permiten controlar el grado de sinceridad, pero son las más costosas y exigen cualidades y entrenamiento del entrevistador. Pueden hacerse en la calle o en el domicilio, sin embargo, se dificultan En la calle porque muchos se niegan a detenerse. Las más representativas son las domiciliarias.

Vía Internet: se han ido tornando cada vez más populares, pero son complejas, en gran parte, por la dificultad del acceso a Internet de ciertos sectores en algunos países.

Presentación de la Encuesta:

Tomando en cuenta, que el número de colaboradores de TN23 es de 35 personas, se optó por presentar un formulario de encuesta al total del universo en análisis.

2.4.4 Fórmula aplicada a la población (poblaciones finitas)

Basado en el hecho que se tomó en cuenta el total del universo en observación, no se aplica fórmula para la obtención de resultados durante la encuesta aplicada.

2.4.5 Descripción de la fórmula

De igual forma que el paso anterior, no habiendo fórmula a aplicar para la obtención de resultados en la encuesta se obvia la descripción de fórmula.

2.4.6 Cronograma

Actividad	Fecha
Observación	12/02/2015 a 20/02/2015
Entrevistas director y subdirector	23/02/2015 -24/02/2015
Diseño de encuesta	25/02/2015
Aplicación de encuestas	27/02/2015
Tabulación de encuestas	02/03/2015
Interpretación de resultados	05/03/2015
Completar informe	06/03/2015

2.5 Presentación de resultados

Luego de la presentación de la encuesta a los 35 colaboradores de TN23, a continuación luego de tabular la información, se presentan los resultados con el análisis correspondiente de los porcentajes que el instrumento arrojó.

Pregunta No.1



Fuente: elaboración propia

SI	24	69%
NO	11	31%
TOTAL	35	100%

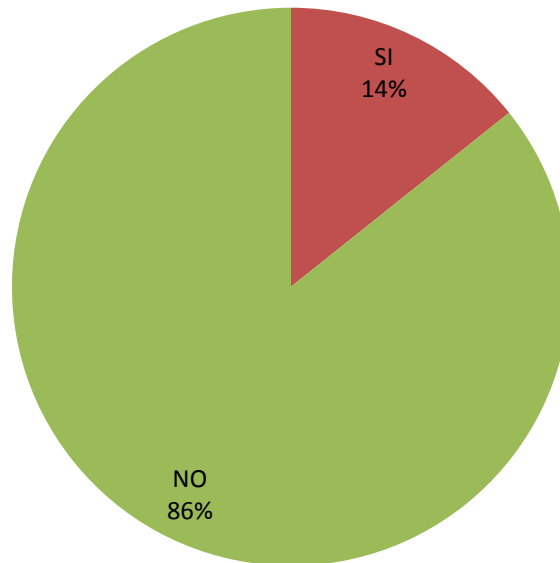
Del total de 35 encuestados, 24 colaboradores respondieron si a la interrogante. 11 que no. Resultado que da lugar a considerar que la comunicación específicamente entre reporteros de TN23 es buena.

El 31 por ciento considera que no, situación que da lugar a considerar que no obteniendo una respuesta unánime, la comunicación no es efectiva del todo y podría mejorar.

Con este resultado, se debe considerar necesaria la implementación de una estrategia que conlleve a mejorar la calidad de la comunicación entre periodistas de TN23.

Pregunta No.2

¿Sabe usted, si existe una guía de trabajo o manual de procedimientos para colaboradores que recién ingresan a TN23?



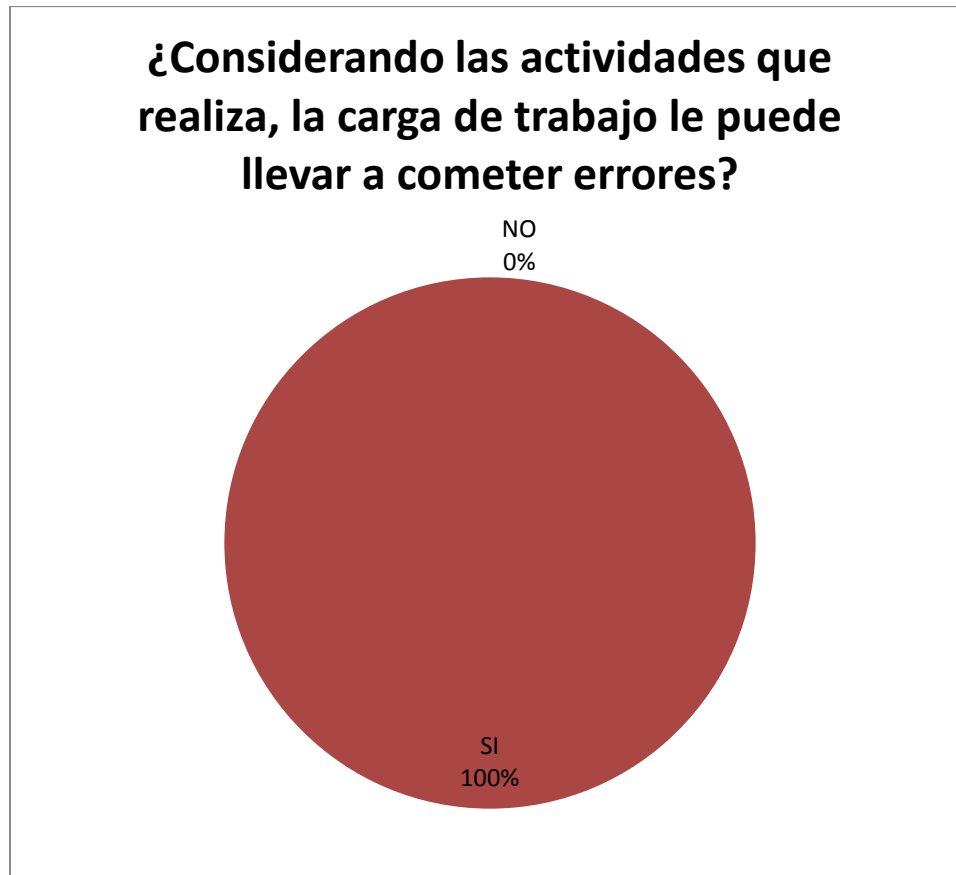
Fuente: elaboración propia

SI	5	14%
NO	30	86%
TOTAL	35	100%

Respecto al conocimiento si existe un manual o guía de procedimientos para quienes ingresan a TN23, 30 del total de encuestados que corresponde al 86 por ciento, respondieron que desconocen si exististe o no un manual de procedimientos.

El 21 por ciento que en total fueron 5 personas, respondió que sabe que no existe un manual de procedimientos y capacitación al personal de nuevo ingreso.

Pregunta No.3



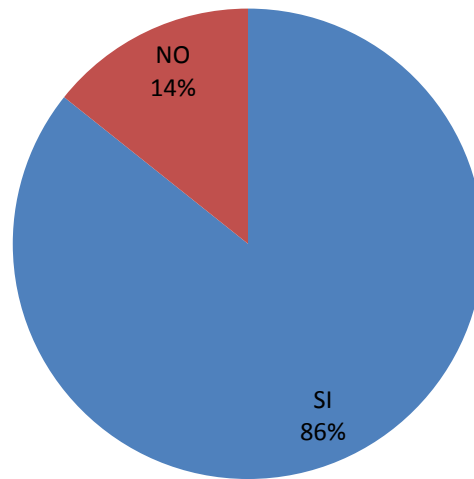
Fuente: elaboración propia

SI	35	100%
NO	0	0%
TOTAL	35	100%

Esta imagen evidencia que el exceso de trabajo, y sobre todo bajo presión es una fórmula que puede conllevar a cometer errores. 35 de los encuestados que corresponde al 100 por ciento del universo considera que sí, son vulnerables a fallas mientras la carga de trabajo es excesiva.

Pregunta No.4

¿Tomando en cuenta lo dinamico del trabajo en un noticiero, cree que este puede ordenarse para evitar el estres en el mismo?

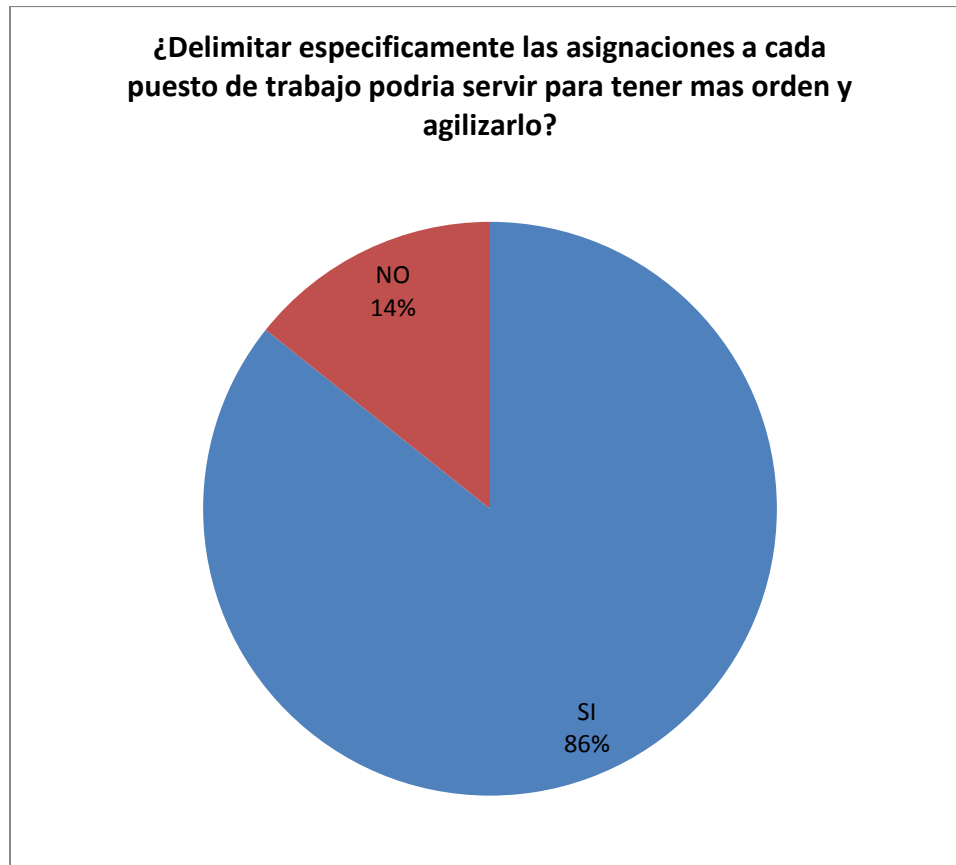


Fuente: elaboración propia

SI	30	86%
NO	5	14%
TOTAL	35	100%

Ante el cumulo de trabajo, un colaborador puede reaccionar de diversas maneras. Para lo cual el presente cuadro refleja que los encuestados considera que el adecuado ordenamiento de las asignaciones pueden contrarrestar caer en un estado de bloqueo o estrés, el 86 por ciento de los participantes, consideran que a través de la delimitación de sus actividades se puede mejorar los resultados, contra un 14 por ciento que considera que el ordenamiento es intrascendente.

Pregunta No. 5

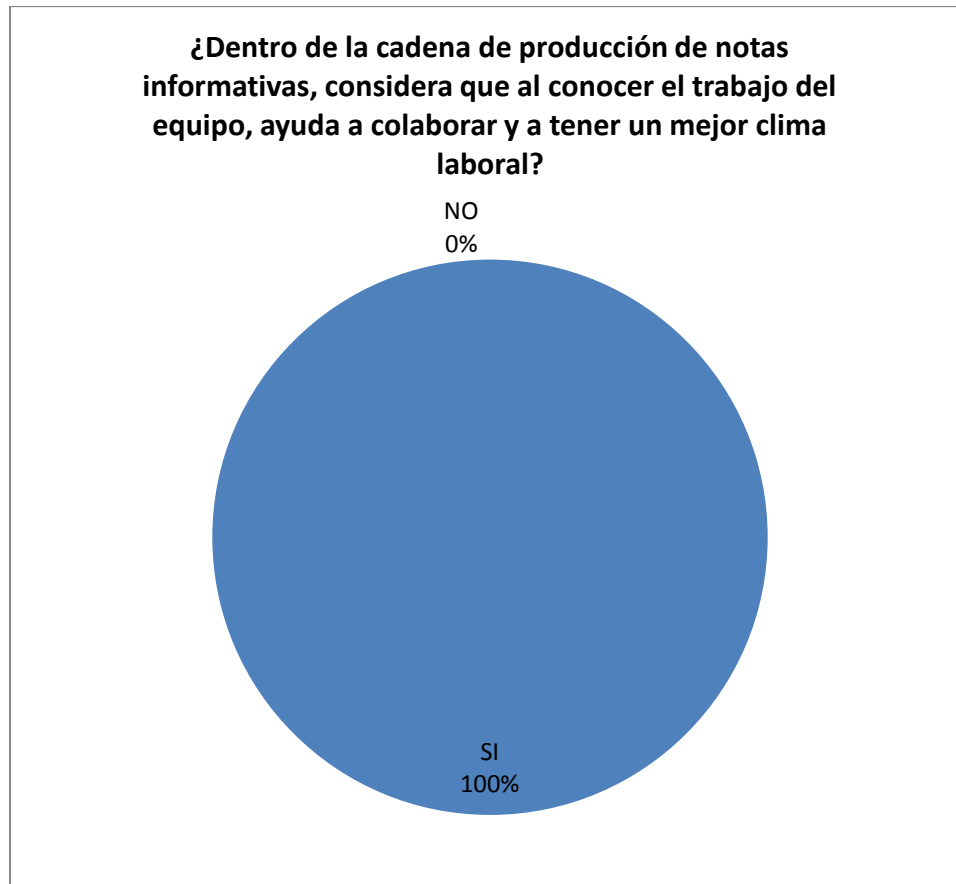


Fuente: elaboración propia

SI	30	86%
NO	5	14%
TOTAL	35	100%

Mantener orden y agilidad en lo laboral, es vital para una adecuada función dentro del cualquier tipo de actividad. En la presente grafica se da revela que los colaboradores de TN23 consideran que delimitar sus funciones es vital para mantener una proyección en sus labores cotidianas. 30 encuestados respondieron que si es necesario delimitarlas, lo que representa el 86 por ciento del universo, versus 5 encuestados que significan el 14 por ciento del total, consideran no importante el ordenamiento y delimitación de sus funciones para desempeñar de mejor manera su trabajo.

Pregunta No.6



Fuente: elaboración propia

SI	35	100%
NO	0	0%
TOTAL	35	100%

Conocer el trabajo del resto del equipo de trabajo en TN23, puede otorgar ventajas. Reconocer la importancia y valorar los diversos factores, como espacio y tiempo, pueden coadyuvar a mejorar la calidad del producto final: notas informativas. Los 35 colaboradores del medio encuestados que representa el 100 por ciento, manifestaron de forma unánime que es importante que se dé a conocer oficialmente las funciones del resto de sus compañeros.

Pregunta No. 7



Fuente: elaboración propia

SI	35	100%
NO	0	0%
TOTAL	35	100%

La comunicación como tema principal del presente proyecto, es vital para el adecuado desarrollo de labores en una institución, no solo en TN23. Los colaboradores tal y se muestra en la presente grafica de forma unánime consideran que son necesarias para la evaluación y proyección de actividades.

35 encuestados que representan el 100 por ciento del universo, respondieron que si es necesaria una reunión de trabajo, como mínimo en intervalos de 7 días.

Pregunta No.8

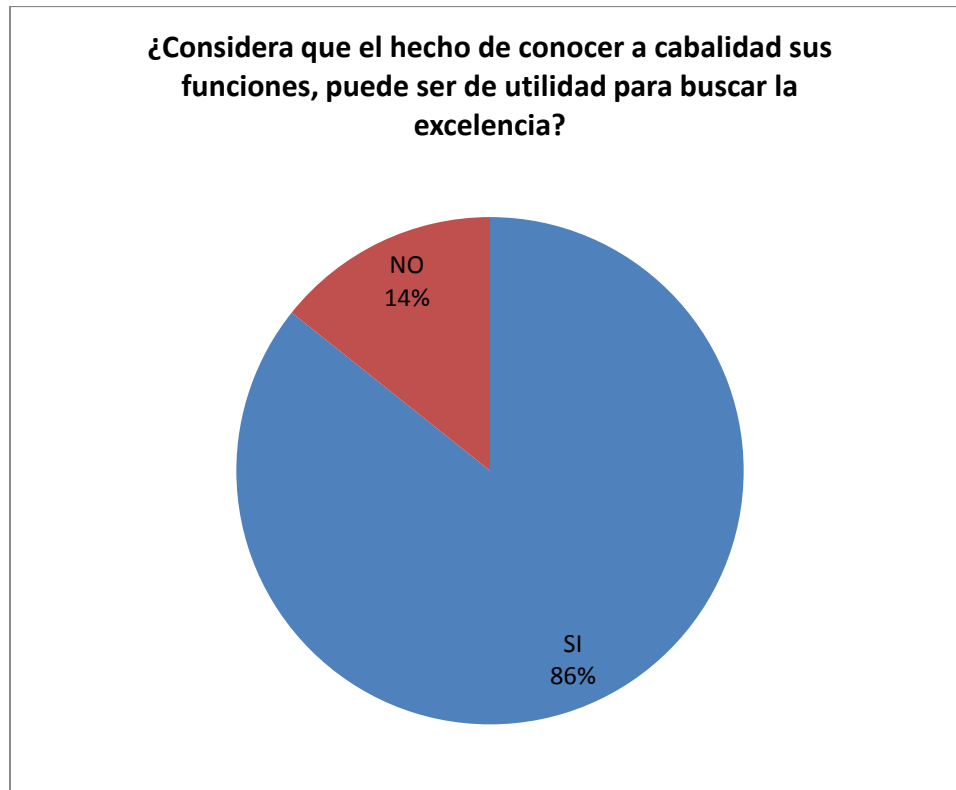


Fuente: elaboración propia

SI	35	100%
NO	0	0%
TOTAL	35	100%

Las capacitaciones son importantes para adquirir o actualizar conocimientos. En el caso de TN23, luego de observar la presente grafica, donde el 100 por ciento de los encuestados consideran que deben implementarse con el fin de exponer opiniones, ideas o sugerencias.

Pregunta No. 9



Fuente: elaboración propia

SI	5	14%
NO	30	86%
TOTAL	35	100%

El adecuado manejo de información y sobre todo tener claro cuáles son las atribuciones dentro de una empresa, colaboran en la especialización del trabajador. Dan lugar a fortalecer habilidades y sobre todo a adquirir seguridad en el desarrollo de las actividades. En ese sentido al ser consultados sobre la importancia del conocimiento de actividades 30 de los encuestados cifra que representa el 86 por ciento de las consultas, considera que es importante, contrastando con 5 o sea el 14%, quienes consideran no relevante conocer profundamente sus actividades.

Pregunta No. 10



Fuente: elaboración propia

SI	35	100%
NO	0	0%
TOTAL	35	100%

Tener un manual de procedimientos, es una opción que se planteo a los colaboradores de TN23, quienes de forma unánime respondieron que sería de mucha utilidad. Los 35 encuestados que corresponde al 100 por ciento del universo de colaboradores del medio consideran que serviría como herramienta de inducción y consulta.

2.6 Conclusiones de la investigación

Luego de realizar el trabajo de campo, tabular información y analizarla, se considera que existen deficiencias en la comunicación entre el personal de TN23.

Con el fin de reducir el impacto que esto conlleva, es imperante formular una estrategia de comunicación que evidencie la importancia que la comunicación puede ser como herramienta para obtener mejores resultados.

No existen canales oficiales de información vital para el adecuado desarrollo de la labor informativa, situación que brinda luz verde a informase por medio de rumores.

Es necesario brindar mayor apoyo y plasmar directrices claras y directas en relación a la forma, manera y estilo para la realización de trabajo informativo.

Se considera que la dirección del medio busca mantener la modalidad de comunicación horizontal entre los colaboradores del medio, que en cierta medida, pretende mantener un ambiente grato de trabajo, situación que dista de la realidad al momento de efectuar el diagnóstico.

La estrategia de comunicación tiene como fin propiciar elementos que coadyuven a conseguir los objetivos del medio.

Dentro de las propuestas de comunicación se llega a la conclusión que pueden plantearse acciones tales como:

- 1) Manual de Procedimientos en la elaboración de notas periodísticas, para reporteros de Noticiero TN23.
- 2) Implementación de reunión semanal para analizar y proyectar el trabajo periodístico.
- 3) Formalizar reunión de agenda diaria.
- 4) Implementación de pizarra como bitácora de trabajo diario.
- 5) Definir visión y misión institucional.
- 6) Implementar y dar seguimiento a mural informativo en cafetería de TN23.
- 7) Estandarizar formato de redacción de notas informativas.

Capítulo III

Propuesta de Comunicación

3.1 Plan de Comunicación

Dentro de los procedimientos que se implementan en Canal TN23, no existen antecedentes de una estrategia o plan que pretenda mejorar la calidad de comunicación entre sus colaboradores o de un segmento o departamento del medio. Según relata la dirección del canal, se han hecho intentos de promover de forma improvisada, algún tipo de estrategia de comunicación que ha quedado en el intento.

Esporádicamente el medio realiza algún tipo de convivencia por ejemplo: la celebración del día del periodista, aniversario del medio, bienvenida o despedida de algún colaborador, celebraciones de fin de año, etc. Sin embargo estas no se encuentran establecidas de forma oficial, las cuales se realizan a discreción del estado de ánimo de los colaboradores o la informal propuesta de uno de ellos.

El propósito de la estrategia de comunicación a plantear en el presente trabajo, no es la celebración de un hecho, sino más bien remarcar y evidenciar la importancia del cumplimiento adecuado del proceso de comunicación en cada una de las áreas de TN23.

Sería una labor exhaustiva, aunque no imposible, definir el estado de la comunicación en todos los departamentos o secciones del medio. Situación que da lugar a la delimitación del proyecto. Por lo que el presente se enfocará en el trabajo que desempeñan los periodistas reporteros de TN23, lo cual en adelante, dependiendo de los resultados finales de la investigación y su propuesta, podría desencadenar una serie de trabajos

con cierta similitud, para reorientar los procesos de comunicación en otras áreas del medio.

Luego de analizar los resultados obtenidos al finalizar el levantamiento de la información utilizando como herramientas la encuesta y entrevistas, se realizó a la dirección de TN23, 7 propuestas dentro de una estrategia de comunicación que tendrían como fin mejorar la comunicación y procesos laborales de los periodistas reporteros del medio.

Inicialmente fueron incluidas, la creación e implementación de estas acciones:

Manual de Procedimientos en la elaboración de notas periodísticas, para reporteros de Noticiero TN23. Implementación de reunión semanal para analizar y proyectar el trabajo periodístico. Formalizar reunión de agenda diaria. Implementación de pizarra como bitácora de trabajo diario. Definir visión y misión institucional. Implementar y dar seguimiento a mural informativo en cafetería de TN23. Estandarizar formato de redacción de notas informativas.

Luego de trasladarlas y analizarlas una por una junto a la dirección de TN23, se concluyó que existen algunas que ya se realizan, pero débilmente, mismas que no generan, ni aportan cambios ni beneficios a la institución, por falta de seguimiento.

En contraste, algunas fueron consideradas por la dirección, como novedosas y con suficiente potencial, bajo la convicción que podría generar algún tipo de cambio benéfico para la entidad.

La principal y con mayor aceptación y viabilidad, la implementación de un manual de procedimientos, tomando en cuenta que esto podría generar una

secuencia de manuales para estandarizar el trabajo de los diversos departamentos. Se debe tomar en cuenta que en TN23 no existe antecedente de algo similar, mismo puede ser utilizado en cualquier momento como parte del proceso de inducción y consulta futura.

En segundo plano la implementación de una reunión semanal, en la cual se pueda evaluar y proyectar el trabajo del conjunto de equipos de reporteros.

La ventaja de esta segunda propuesta, es que no genera costo a la institución, y podría llegar a ser de gran apoyo, debido a los múltiples usos que puede generar, tales como limar asperezas, corregir errores, socializar opiniones, ideas, sentimientos, planificar temas etc.

La tercera propuesta, relacionada a la pizarra de bitácora, fue bien vista por la dirección, tomando en cuenta que el director del medio no participa de la reunión diaria de agenda, con la pizarra se mantendría informado de la agenda de cada equipo de reporteros.

Se mencionan estas tres debido a que el resto fueron descartadas por el involucramiento de directrices al más alto nivel del medio, falta de recursos o considerarlas no viables.

3.2 -Objetivos de la propuesta

3.2.1 Objetivo general

Evidenciar y resaltar la importancia de una adecuada comunicación, como vital herramienta para el adecuado desempeño de los reporteros de TN23.

3.2.2 Objetivos específicos

Agilizar el procedimiento de recolección de información, por medio de estrategias que conlleven a facilitar el trabajo periodístico en TN23.

Brindar apoyo e información necesaria sobre insumos, tiempo, técnicas y tiempos en el trabajo de periodistas en Canal TN23, por medio de un manual de procedimientos.

Así mismo que este sirva de guía y referencia del personal a cargo de recolectar la información con el fin de agilizar el proceso, con la garantía de calidad informativa acorde a la línea editorial del medio.

3.3 Descripción de la Propuesta

La propuesta comunicacional, incluye la implementación de tres acciones que tienen interrelación en el trabajo que cada periodista reportero de TN23, realiza.

El fin es otorgar herramientas que coadyuven una mejor administración y uso de sus recursos, tales como insumos y tiempo. El propósito es evitar es principalmente el desgaste innecesario del colaborador, el derroche de tiempo y materiales.

1) El manual de procedimientos, se refiere a la creación de un folleto en el cual se incluya, paso a paso los lineamientos que cada reportero debe realizar para la adecuada preparación de notas informativas. En otras palabras que se debe y no se debe hacer y durante el proceso.

Para su aceptación el manual debe ser dinámico y de fácil comprensión. Considerando estos elementos, se redactara el mismo con el auxilio de

imágenes, proyectando que este no sobrepase las 50 páginas, para su fácil y rápida lectura.

El manual de procedimientos estará consignado por el encargado de otorgar capacitación inicial de colaboradores de nuevo ingreso. Se prevé versión impresa y digital del mismo, el cual estará sujeto a modificaciones, autorizadas por dirección general.

Con esta herramienta, el periodista reportero que ingresa a TN23, obtendrá una bienvenida oficial del medio, información relacionada a horarios de trabajo, normativas y lineamientos para la preparación de una nota informativa.

2) La reunión semanal, esta es quizá una de las acciones de mayor versatilidad dentro de la propuesta. En esencia cumple a cabalidad y de forma inmediata con el proceso de comunicación. Se sugiere establecer un periodo mínimo de 30 minutos y máximo de 45, la cual se puede asignar los días lunes o viernes, al inicio a la final de la jornada.

El fin de esta será abordar temáticas exclusivas a la labor informativa, no obstante un espacio inicial para “romper el hielo” con una dinámica o técnica motivacional, que no sobrepase de 5 minutos de duración, con el fin de despejarse, relajarse y tomar confianza.

Los temas a abordar quedan a criterio de los participantes, dentro de la cual se sugiere, designar al inicio de forma democrática un moderador, dejando por un lado durante la reunión la jerarquía, con el fin de otorgar mayor libertad al momento de expresarse.

El propósito primordial de la misma es evaluar y proyectar el trabajo periodístico del medio.

3) La pizarra de bitácora diaria, se implementa en algunas instituciones, principalmente en aquellas que su labor implica el cumplimiento de metas, diarias, semanales, mensuales o anuales.

En este caso el fin no es dar a conocer quien realiza más o menos notas informativas. En TN23, su implementación estará enfocada a socializar, cual es la agenda de cada uno de los reporteros y posibles horarios de las diversas coberturas.

El propósito de esta implementación, debe tomarse no como una pérdida de tiempo, sino con ella se podrá considerar en qué momento del horario de la jornada se encuentra cada reportero, por parte del personal que permanece en oficinas de TN23, pretendiendo con ello, que todo el personal del medio pueda colaborar con los periodistas con información que se pueda obtener por diversos medios y que pueda contribuir al trabajo que el reportero realiza en la fuente.

Con la implementación de estas acciones se prevé, facilitar y mejorar la comunicación y por ende el trabajo que cada reportero realiza en TN23.

3.4 Justificación de la propuesta

Analizar y estudiar la problemática de comunicación viabiliza el establecimiento de una adecuada, coherente y eficiente Comunicación Organizacional. El presente proyecto tiene como fin colaborar a reducir la problemática de comunicación y facilitar el trabajo de los reporteros de Canal TN23, principalmente en el factor tiempo, con el fin de presentar un adecuado trabajo periodístico en el contexto del Grupo Alba visión.

Esto se define luego de realizar un diagnóstico de comunicación institucional en TN23, en el cual se logró determinar que es necesario mejorar la comunicación entre los colaboradores.

Con el fin de coadyuvar en la mejora del proceso de comunicación y buscando la excelencia en el que hacer informativo, se considera necesario tomar un punto de partida, por lo que es justificable la implementación de un manual de procedimientos para reporteros de TN23, reuniones semanales de trabajo y una pizarra de bitácora diaria.

Este trabajo busca ayudar y no limitar el rendimiento, la creatividad y criterio de los periodistas que colaboran con el medio, dado que al comparar noticieros TN23, su número de equipos de trabajo es menor al promedio de medios de comunicación, por lo que es vital agilizar los procesos para la cantidad de información requerida, la calidad y presentación de la misma.

Investigar este problema y establecer reglas para la elaboración de notas periodísticas en TN23, permite establecer límites en el ordenamiento del trabajo, como se proyecta el medio y sus colaboradores, así como detectar que factores influyen en una gestión efectiva y como obtener los objetivos trazados.

Aunque parezca redundante, el fin de esta propuesta no es restringir, amurallar, condicionar o mucho menos coartar la creatividad del periodista, simplemente en aquellos momentos de duda este trabajo pueda servir de referencia en relación al detalle de las atribuciones que el comunicador quien alimenta las emisiones de TN23, pueda tener herramientas de consulta a la mano.

3.5 Estrategia para su implementación

El primer pasó obligado en este proceso obtener la autorización de la dirección del medio, lo cual se logro luego de analizar las propuestas y promover los posibles beneficios, luego de la implementación.

En toda organización formal el tema de recursos, es analizado a detalle, sin embargo la implementación de dicha estrategia, no represento gasto alguno para TN23, debido a que para el manual de procedimientos se definió la impresión de 7 ejemplares y 20 copias digitales en disco compacto, costos asumidos por el autor del proyecto.

En el tema de la reunión semanal, el día definido, para el efecto se recomienda la adecuación y utilización de la cafetería del medio.

En el caso de la pizarra de bitácora, en TN23 ya se contaba con pizarras a las cuales no se les daba uso, por lo que se solicito una de ellas para el efecto.

3.6 -Cronograma de ejecución

Actividad	Fechas
Manual de procedimientos	04/05/15 al 29/05/15
Pizarra de bitácora	15/05/15 7:30 am
Reunión semanal	15/05/15 7:30 am

3.7 Conclusiones finales

La implementación de las acciones contenidas en la estrategia de comunicación implementada, se percibió confort por parte del grupo de periodistas reporteros de TN23, considerando que el resultado de mantener constante comunicación entre si es de vital importancia para las funciones asignadas.

El uso del manual de procedimientos se ha puesto a disposición de practicantes, que se han informado de la labor de periodistas en TN23. A través del manual se han informado de lineamientos a seguir y normativas del medio.

Se considera y se espera que al momento de darse la dimisión de un colaborador del grupo de reporteros, y al ingreso de un nuevo colaborador, se brinde capacitación utilizando el referido manual de procedimientos.

Las acciones implementadas tales como la pizarra bitácora y la reunión semanal otorgaron un ambiente distinto a intercambio de información entre reporteros y coordinadores, desarrollando la labor informativa de manera objetiva, sencilla, clara y directa.

3.8 Recomendaciones finales

Se recomienda dar seguimiento a las acciones puestas en marcha, con el fin de mantener el nivel de comunicación que se ha obtenido.

Se recomienda junto a la pizarra bitácora un buzón de sugerencias con el fin de poder mantener un canal de comunicación, entre la dirección del medio y sus colaboradores, las cuales pueden ser anónimas con el fin de brindar mayor libertad en las propuestas.

La implementación de capacitaciones semestrales como mínimo para cada uno de los periodistas reporteros, que incluso puede ser otorgada por los directores del medio o invitados especiales.

Capítulo IV

Control y seguimiento

4.1 Ejecución de propuestas

4.1.1 Manual de procedimientos

Desde el momento en que dirección conoce las propuestas de las acciones a implementar incluidas en la estrategia de comunicación, presentadas en marzo de 2015, de las 7 iniciales, la dirección accedió a la implementación de 3 de ellas.

La primera y quizá la que implica mayor complejidad en su ejecución es la implementación del manual de procedimientos para reporteros. Se pretende utilizar esta herramienta de apoyo en el proceso de capacitación de personal de nuevo ingreso a TN23.

La información obtenida al acompañar durante febrero de 2015 a cada equipo de reportero y camarógrafo durante una jornada completa de trabajo, se recolectó información, suficiente para elaborar paso a paso el referido instructivo.

El manual consta de 32 páginas de principio a fin, con redactado con la intención de otorgar al colaborador de TN23, primordialmente a los periodistas que adquirirán la función de reportero, en el cual se manifestó la información necesaria para elaborar notas informativas y cumplir con toda actividad requerida por la dirección de TN23.

Con el auxilio de imágenes se desarrolla una crónica del proceso de elaboración de material periodístico desde que el colaborador ingresa a las

instalaciones del medio, hasta que finaliza la última de las notas informativas.

4.1.2 Pizarra bitácora

La implementación de esta estrategia se originó partiendo del inconveniente observado, donde la dirección del medio constantemente desconoce la agenda de cada uno de los reporteros del medio.

Con el fin de socializar la agenda de cada uno de los colaboradores, esta se quedara plasmada en la pizarra, durante la reunión diaria previo a la salida de los reporteros de medio.

Esta cuenta con el nombre de cada uno de los periodistas que participan en la recolección de información que alimenta al medio. De hecho esto contribuye a que cada reportero tenga conocimiento que lugares, funcionarios o personalidades visitaran sus compañeros.

4.1.3 Reunión semanal

El tiempo recomendado para esta reunión es entre 30 a 45 minutos. Viernes día considerado adecuado para realizar dicha reunión, debido a que regularmente el último día hábil de la semana, se tiene en promedio menos agenda informativa.

Se plantea dicha reunión no para conocer agenda, esta reunión se destina exclusivamente para conocer datos, experiencias, ideas, propuestas, incluso sentimientos que permitan plantear mejoras en el trabajo informativo, que supervise y proyecte las actividades en beneficio de sus colaboradores y el medio.

En este tipo de labor, en ocasiones pueden surgir roces o problemas que se convierten constantemente inconvenientes, que incrementan el grado de dificultad de las actividades diarias.

Se recomienda al inicio de la reunión elegir un moderador, o tener un calendario para dirigir la reunión, con el fin de ceder la palabra y con ello garantizar la democracia en el proceso de diálogo durante la reunión.

4.2 Descripción de materiales utilizados

Equipo de cómputo:

Durante la ejecución de la estrategia de comunicación se utilizo principalmente equipo de cómputo de la institución y una computadora tipo laptop personal, para la redacción de los pasos a seguir durante la ejecución. Impresora del medio así como hojas de papel bond para la impresión de diversos formatos.

Internet:

Con el fin de confirmar datos en la red y el envío de correos electrónicos, se utilizó el servicio de internet de Canal TN23 y personal.

Transporte:

Durante el proceso de observación se utilizó la unidad móvil del medio, así como el celular corporativo para la captura de imágenes. Para el traslado desde el medio hacia la universidad se utilizo una motocicleta, atendiendo las diversas actividades en el campus universitario.

Celular:

El dispositivo celular corporativo fue utilizado como cámara para captar las imágenes de apoyo y anexos, que se incluyen en el presente trabajo. También fue utilizado para coordinar actividades, citas para las diversas entrevistas y grabación de las mismas.

Impresiones y copias de informes:

Durante el proceso del ejercicio profesional supervisado, fue necesario presentar una serie de informes, los cuales fueron impresos para la revisión y corrección del caso, según los asesores consideraron necesario.

4.3 Presentación de resultados

Manual de procedimientos

Los resultados en todo trabajo o proyecto, son considerados la parte más esperada y quizá el fruto de toda labor.

En este sentido los resultados obtenidos de la estrategia de comunicación implementada en TN23, arroja resultados que desde luego están encaminados a mejorar la comunicación entre colaboradores del medio principalmente de reporteros, que con el paso del tiempo y constante implementación de las acciones planteadas se espera una mejor comunicación, ambiente agradable y sobretodo un sustancial mejoramiento en los resultados del trabajo que cada colaborador realiza.

Entre los principales resultados podemos citar los siguientes:

La implementación del manual de procedimientos ya a logrado la incorporación, involucramiento y empoderamiento inmediato de la información necesaria para el adecuado desenvolvimiento del personal de nuevo ingreso al medio.

Desde el primer contacto con el mismo según la experiencia de los nuevos colaboradores, se ha logrado despejar dudas sobre aspectos puntuales en el desempeño de los reporteros.

Ha sido utilizado como medio de consulta por parte de colaboradores con experiencia y se han atendido sugerencias para implementarlas en próximas ediciones.

El departamento de Recursos Humanos ha solicitado copia del mismo, y apoyo para la elaboración de manuales de procedimientos en otras áreas del medio.

Reconocimiento de la importancia del documento para el adecuado desempeño de los colaboradores, el cual no deja espacio para duda sobre su labor, así como sugerencias que podrán también ser implementadas en una próxima edición.

Reunión semanal

La reunión semanal de trabajo por parte de reporteros de TN23 y la coordinación del medio, es el espacio donde se plasman inquietudes relacionadas al que hacer informativo del medio. Desde su implementación se denota más libertad y creatividad para la realización de las notas, atendiendo sugerencias creativas que alimentan los espacios informativos del medio.

Pizarra bitácora:

Espacio que ha sido implementado para que todo el personal que permanece dentro de la oficina de TN23 pueda tener conocimiento de las actividades de los reporteros realizan durante su jornada.

La función principal ha sido la disminución de tiempos entre cada una de las entrevistas, tomando en cuenta que con esta implementación es medible la labor que cada reportero realiza, tomando en cuenta distancia entre cada fuente y tiempo de llegada, y sobre todo el tiempo necesario e implementado en cada entrevista.

4.4 Conclusiones finales

Se logró el objetivo que fue mejorar la comunicación entre los reporteros de TN23 y sobretodo el involucramiento inmediato de los comunicadores de primer ingreso al medio.

Al finalizar este proyecto, se puede considerar que el diagnóstico, la implementación de una estrategia que lograra agilizar los tiempos y mecanismos para la elaboración de las notas informativas ha logrado el reconcomiendo de autoridades del medio, incluso el requerimiento del departamento de recursos humanos para brindar apoyo en la elaboración de manuales en otras dependencias de la corporación.

El ambiente de trabajo del medio se ha tornado en la consulta directa de las acciones implementadas con el fin de apoyar el proyecto, el cual genero expectativa y al final una positiva acogida por parte del personal.

4.5 Recomendaciones Generales

A la institución:

Invertir en tiempo y recursos en temas como el mejoramiento de la comunicación, respaldo, capacitación y sobretodo en mejorar cada vez más el ambiente laboral. Destinar recursos para la motivación y el empoderamiento de los colaboradores del medio, esto con el fin que puedan sentirse identificados con el medio y sobre todo con la labor que realizan.

Mantener una política de puertas abiertas para toda sugerencia por parte del personal y brindar como recompensa la implementación de las mismas cuando estas sean viables.

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

No detener por ningún motivo este tipo de proyectos, que en adelante, demuestran los logros que se obtienen al unir la investigación, la teoría y la práctica en uno de los tantos estudiantes que con gran potencial pueden revolucionar el tema de la comunicación en cualesquier ámbito donde se desempeñen.

Brindar mayor espacio a los docentes que presenten propuestas que estén dentro de los parámetros permitidos por los reglamentos para propiciar innovaciones en el proceso enseñanza-aprendizaje, dado que este será el único camino para mantenerse a la vanguardia de los cambios que demanda la comunicación moderna.

Nunca limitar la creatividad de un docente, menos la de un alumno.

4.6 Bibliografía

Diccionario de la Real Academia de la lengua Española

Planificación para el desarrollo Alan Hancock primer edición español
1981 co edición CIESPAL UNESCO

Alemaný, Carlos; 2013.

Interiano, Carlos Semiología y Comunicación

Fernández-Ballesteros, 1980, Pág. 135

Introducción de los negocios en un mundo cambiante, Hirt, Flores y
Ramos Mc. Graw Hill 2004, pág. 249

Organización de empresas Segunda edición, Franklin Enrique, Mc Graw
Hill 2004, pág. 78

Hernández, Roberto; 2003:196

Sabino 2000 pág. 47
Cervo y Bervian 1989pag 41

Psicología social de las organizaciones/ Katz, Daniel2 edición México
editorial tillas 1989 pág. 249

Ética de la audiencia reflexión ética sobre el principio jurídico de la
libertad de información

Carlos Ruiz Grafite Ediciones 2003 Madrid

Arias Galicia, 1976

Benjamín, 1980.

Dando 1975

E grafías

http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0875.pdf

<http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional>

<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

www.significados.com ¿Qué es foda?

<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

<http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n>

http://www.fundacionfuturo.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=53

Acompañamiento y observación de cobertura periodística en las diversas fuentes



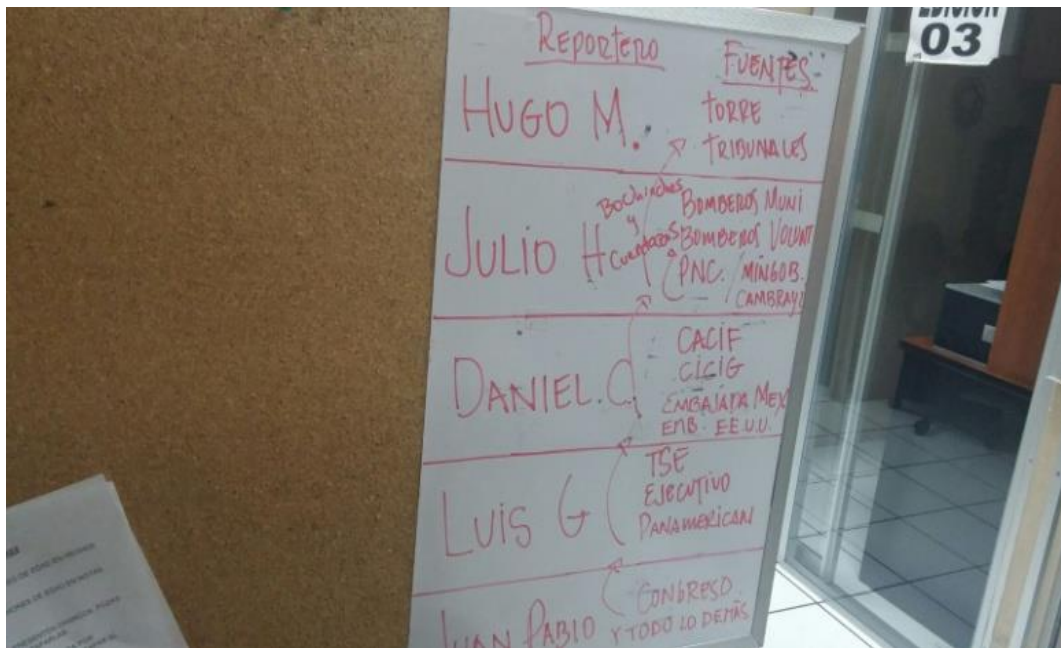
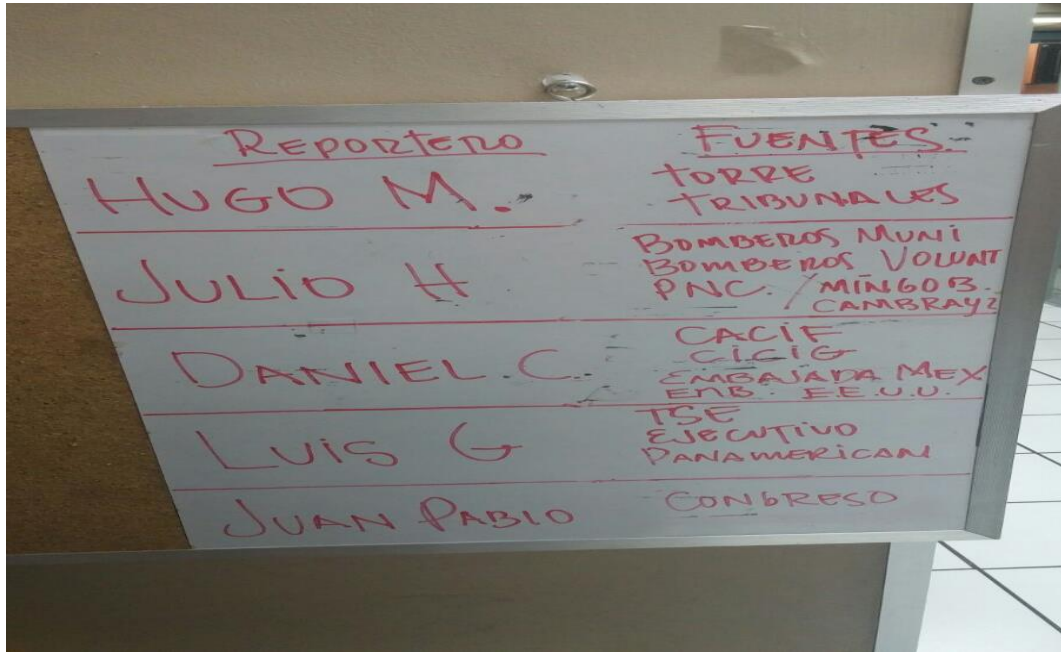




Reunión semanal de trabajo equipo de reporteros y jefe de información



Pizarra bitácora



Encuesta aplicada



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

Encuesta del Diagnostico de Comunicación Institucional TN23

1) ¿Considera que los periodistas de TN23 mantienen una adecuada comunicación entre sí?

Si _____ No _____

2) ¿Sabe usted, si existe una guía de trabajo o manual de procedimientos para colaboradores que recién ingresan a TN23?

Si _____ No _____

3) ¿Considerando las actividades que realiza, la carga adicional de trabajo le puede llevar a cometer errores?

Si _____ No _____

4) ¿Tomando en cuenta lo dinámico e impredecible del trabajo en un noticiero, cree que en la medida de lo posible este puede ordenarse para evitar estrés?

Si_____ No_____

5) ¿Delimitar específicamente las asignaciones a cada puesto de trabajo podría servir para mejorar, tener orden y agilizarlo?

Si_____ No_____

6) ¿Dentro de la cadena de producción de notas informativas, considera que al conocer el trabajo de sus compañeros y la importancia del mismo, ayuda a colaborar y tener un mejor clima laboral?

Si_____ No_____

7) ¿Considera que mantener reuniones constantes de trabajo ayuda a poder exponer inquietudes, evitar dificultades y mejorar la calidad del trabajo?

Si_____ No_____

8) ¿Cree usted que es necesario recibir capacitación periódicamente sobre las actividades, temas o fuentes que desempeña su trabajo en TN23?

Si_____ No_____

9) ¿Considera que el hecho de conocer a cabalidad sus funciones, puede ser de utilidad para buscar la excelencia?

Si_____ No_____

10) ¿Considera que tener un manual de procedimientos sobre su labor, serviría como referencia y guía en su trabajo?

Si _____ No _____