

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**Estrategia de Comunicación para innovar la información y comunicación de
TN23 por medio de las TICS**

Presentado por:

Hugo Giovanni Morales Andrade

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M. A. Marco Julio Ochoa España

Guatemala, noviembre de 2015

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

Director

Licenciado Julio E. Sebastián Ch.

Consejo Directivo

Representante de Docentes

M. A. Amanda Ballina
Licenciado Víctor Carillas

Representante de los Estudiantes

Joseph Mena
Carlos León

Representante de los Egresados

Licenciado Manuel González Batres

Secretaría Académica y Administrativa

M. Sc. Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M. Sc. Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M. A. Marco Julio Ochoa España

Supervisora

Licenciada Evelyn Morazán

Supervisora

Licenciada Brenda Chacón



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

Guatemala, 29 de enero 2015

EPSL-B15-2015

Licenciado

Byron Chinchilla

ALBAVISION TN23

Ciudad Guatemala

Licenciado Chinchilla::

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **HUGO GIOVANNI MORALES ANDRADE**, carné 200715763, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- a. Extenderle una carta de aceptación.
- b. Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- c. Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- d. Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007

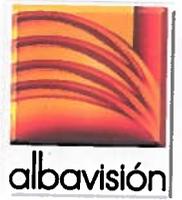


Copia: archivo
MJOE-EMG



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



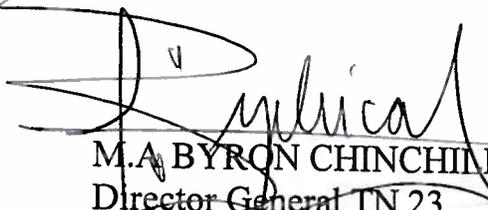
Guatemala 5 de febrero 2015

M.A Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS
Licenciatura.

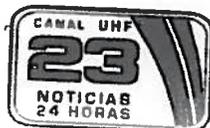
Estimado Maestro:

Por este medio se autoriza a HUGO GIOVANNI MORALES ANDRADE , carne 200715763 a realizar su práctica Profesional Supervisada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en este Noticiero.

Atentamente,



M.A. BYRON CHINCHILLA
Director General TN 23
TODO NOTICIA





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

Guatemala 27 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
Hugo Giovanni Morales Andrade
Carné no. 200715763
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de comunicación para innovar la información y comunicación de TN23 por medio de los TICS”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

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

ACTO QUE DEDICO

- A DIOS:** Padre gracias por darme la oportunidad de cerrar un ciclo académico importante en mi vida. Por darme las fuerzas, la sabiduría, el coraje, la paciencia y la fe que lograría conquistar mi meta.
- A MIS PADRES:** Hugo Morales y María del Carmen Andrade, gracias por luchar cada día de sus vidas por otorgarme la educación y permitirme llegar a la universidad. Por sus palabras en cada grado académico a seguir adelante, por su paciencia y esfuerzo. Mis palabras son pocas para decirle cuán agradecido estoy de ser su segundo hijo.
- A mi esposa:** Gracias a Julvia Aquino por sus palabras, buenos deseos, apoyo y comprensión en esta última fase de mi carrera universitaria.
- A mis hermanos (a):** Por estar atentos a mis pasos y logros académicos, por sus felicitaciones, por verme como un ejemplo en sus vidas, por su confianza y principalmente por permitirme ser su hermano. Ahí estaré siempre viendo crecer al Isaac.
- A la academia:** Universidad San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación por los conocimientos aprendidos en cada aula universitaria.
- Al asesor:** Julio Ochoa por creer en cada uno de los estudiantes del EPS y motivarnos cerrar el ciclo académico universitario.
- A Guatemala:** A la corporación Albavisión por permitirme desarrollar y ejecutar mi proyecto de EPS, a mis compañeros de TN23 por su colaboración y al pueblo de Guatemala por invertir en mi educación universitaria.

INDICE

Tabla de contenido

Capítulo I	4
1.1 El Diagnóstico	4
1.2 Diagnostico Comunicacional	4
1.3 Comunicación	5
1.3.1 Proceso de la Comunicación	6
1.4 Tipos de Comunicación	8
1.4.1 Comunicación Organizacional	8
1.4.2 Comunicación Interna	8
1.4.3 Comunicación Externa.....	9
1.4.4 Comunicación para el Desarrollo	10
1.5 La Observación	10
1.5.1 Observación Directa	11
1.5.2 Observación Indirecta	11
1.5.3 Observación Participativa.....	11
1.5.4 Introspección.....	12
1.5.5 Extraversión.....	12
1.6 Conclusiones de lo Observado	12
1.7 Objetivos del Diagnóstico	13
1.7.1 Objetivo General:	13
1.7.2 Objetivos Específicos:.....	13
1.8 Descripción Institucional	14
1.9 Qué es y Cómo se conforma.....	14
1.9.1 Antecedentes de la Institución.....	15
1.9.2 Entretenimiento e Información en TN23	16
1.9.3 El Rostro de la Noticia	16
1.9.4 Programa de Tecnología.....	16
1.9.5 Programa de Deportes	16
1.9.6 Programa de Salud	17
1.9.7 Arte al Descubierto.....	17
1.9.8 Rincones de mi Patria.....	17

1.10 Misión Institucional (no oficial)	17
1.11 Visión Institucional (no oficial)	18
1.12 Organigrama Albavisión (no oficial)	18
1.12.1 Organigrama Institucional TN23	19
1.12.2 OrganigramaTN23	20
1.13 FODA comunicacional	21
Capítulo II	22
2.1 Metodología	22
2.2 Descripción del tipo de comunicación utilizada	23
2.2.1 Comunicación Organizacional	23
2.3 Tipo de investigación.....	24
2.3.1 Investigación Descriptiva.....	24
2.3.2 Investigación Cuantitativa	24
2.4 Instrumentos	25
2.4.1 La observación participativa.....	25
2.4.2 La entrevista	25
2.4.3 Encuesta	25
2.4.4 Fórmula aplicada a la población.....	26
2.4.5 Descripción de la fórmula.....	26
2.5 Cronograma.....	27
2.6 Presentación de resultados	28
2.7 Conclusiones de la Investigación.....	37
Capítulo III	38
3.1 Plan de Comunicación	38
3.2 -Objetivos de la propuesta	39
3.2.1 Objetivo general	39
3.2.2 Objetivos específicos.....	39
3.3 -Descripción de la propuesta.....	39
3.4 -Justificación de la propuesta.....	40
3.5 -Estrategia para su implementación	40
3.6 - Cronograma de ejecución	42
3.7 -Conclusiones finales.....	45
3.8 -Recomendaciones finales.....	45

Capítulo IV	46
4.1 Ejecución de estrategias	46
4.2 Descripción de materiales utilizados.....	49
4.3 Presentación de resultados	50
4.4 Conclusiones.....	52
4.5 Recomendaciones generales.....	53
4.6 Bibliografía.....	55
4.7 Anexos	59

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se abordara lo relacionado al uso e influencia del internet, específicamente las redes sociales, (twitter, facebook) en los medios de comunicación. De qué forma las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han cambiado y exigen a las empresas periodísticas a innovar la forma de transmitir la información de interés general a la ciudadanía guatemalteca.

Con los avances tecnológicos la información sobre un hecho noticioso a nivel local o internacional se transmite más rápido. Los públicos son más exigentes con el contenido, la ampliación y las imágenes. Incluso las TICS permiten la interacción de los usuarios a través de sus teléfonos celulares con los medios de comunicación, opinan, denuncian e informan.

Los resultados de la encuesta arrojan que el uso del internet y las redes sociales es arriba del 90%. Twitter y Facebook son las redes sociales más utilizadas por los usuarios para informarse y crearse una opinión sobre la coyunturas sociales, políticas, deportivas, etc.

Entre las conclusiones y recomendaciones se indico que las empresas periodísticas deben innovar y pensar que en un futuro la forma de informarse, escuchando por la radio, observando y escuchando por televisión o leyendo un periódico cambiara completamente.

Es una necesidad la contratación de una persona o la creación de un departamento que maneje todo lo relacionado a la multimedia.

Capítulo I

1.1 El Diagnóstico

Es una palabra que tiene su origen etimológico en el griego y más aún en la unión de tres vocablos de dicha lengua. En concreto, es un término que está formado por el prefijo diag- que significa “a través de”; la palabra gnosis que es un sinónimo de “conocimiento”, y finalmente el sufijo –tico que se define como “relativo a” Este término, a su vez, hace referencia a diagnosticar: recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición. www.conceptos.com

1.2 Diagnostico Comunicacional

El término diagnóstico proviene del griego dia-gignoskein, formado, por el prefijo día = a través, y gignoskein = conocimiento, “conocer a través de” o “conocer por medio de” así, entonces el diagnóstico es la identificación de la naturaleza o esencia de una situación o problema y de la causa posible o probable del mismo, es el análisis de la naturaleza de algo.¹

En la tesis Diagnóstico y propuesta de comunicación interna para la dirección departamental de educación de Escuintla, Liliana Celeste Ajin Lobo, escribe “Prieto. 1995. Indica que el diagnóstico de comunicación es el reconocimiento de un problema y sus posibles soluciones. En el ámbito de la comunicación implica detectar las necesidades de comunicación presentes en determinadas condiciones”.

Y agregó que según “Rodríguez. 2007, el diagnóstico de comunicación es el procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna o externa de una empresa. Además, constituye el método que analiza los canales, emisiones, contenidos e impacto de la comunicación en la organización”²

¹ 8vo semestre en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Planificación de las Comunicaciones Sociales, 2010, pág. 28.

² Liliana Celeste Ajin Lobo, Diagnóstico y propuesta de Comunicación interna para la dirección departamental de educación en Escuintla, Guatemala, septiembre, 2014.

1.3 Comunicación

La comunicación es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita, para su desarrollo, establecer relaciones entre hombres, y estos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualquiera de sus manifestaciones. Es el oxígeno de la sociedad; es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico, y en todos los órdenes de la vida. Es tan antigua como el hombre.³

El verbo comunicar proviene de la voz "comunicare", puesta o poner en común. En su acepción más general, comunicación es acción y efecto de hacer a otro, participe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer.⁴

Lesbia Eunice Aragón Godoy, en su tesis Facebook Herramienta de Comunicación del Colegio Evangélico la Patria de Guatemala escribió "la palabra comunicación proviene del latín communis, común, que también significa a la luz de todos". Aquí se deriva que un comunicador desee establecer una comunidad de información con otro receptor.⁵

La Real Academia Española en su página de internet www.rae.es escribe sobre la comunicación del latín communicatio, onis: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor.

Claudia Lorena Martínez Rojas, en su tesis de Propuesta de Estrategia de Comunicación interna para fomentar el ahorro en los colaboradores de la empresa bananera Agroamérica, escribe que Carlos Interiano sobre la comunicación dijo que es un sistema activo, por lo cual tiende a evolucionar biológica y socialmente junto con los usuarios, es un sistema abierto, sujeto a cambios en cuanto a espacios geográficos y épocas históricas.

Es un proceso de doble vía, en la cual se necesita una respuesta o retroalimentación para completar un proceso.

³ Carlos Interiano, *Semiología y Comunicación*, Guatemala, 2003, pág. 9 y 10.

⁴ Sergio Flores de Gortari, *Comunicación administrativa efectiva e integral*, México, 1990, pág. 24.

⁵ Lesbia Eunice Aragón Godoy, *Facebook herramienta de comunicación del colegio evangélico la Patria de Guatemala*, Guatemala, mayo, 2003, pág. 10.

La comunicación es cualitativa orientada a la persuasión del receptor.

En la comunicación el lenguaje puede ser paralelo, con la debida explicación de los signos utilizados.⁶

La mayoría de nuestros actos cotidianos son actos de comunicación; gracias a esta nos relacionamos con los individuos o grupos que integran nuestro entorno, para cumplir diferentes fines.

Cuando el hombre, como ser racional, descubrió la necesidad de actuar en conjunto para desarrollar tareas que requerían una fuerza mayor a la de un individuo, recurrió a la comunicación para coordinar las actividades de varias personas.⁷

El ser humano es social y para ello necesita comunicarse y así poder relacionarse con los demás, expresar sus sentimientos o sus ideas. También necesita saber lo que piensan los otros, lo que les ocurre y sienten. Como seres sociales que somos, la comunicación es fundamental para nuestra experiencia.⁸

1.3.1 Proceso de la Comunicación

La persona que escucha, acoge y recibe lo emitido por el emisor es el receptor. El contenido comunicado entre emisor y receptor lo denominados el mensaje. El cuarto elemento fundamental a toda comunicación es el medio que utilizan el emisor y el receptor para comunicarse. Se comunican por palabras, cara a cara; por los gestos y el movimiento; por escrito, por teléfono.⁹

El primer intento por definir el proceso más elemental de la comunicación se debe a Aristóteles hacia el año 300 a.c. y este es el siguiente: quién dice qué a quién. Adaptado este principio al desarrollo básico de la comunicación, tenemos en él al emisor, al mensaje y al receptor. Quién o emisor se refiere a la persona o fuente del

⁶ Claudia Lorena Martínez Rojas, Propuesta estrategia de comunicación interna para fomentar el ahorro en los colaboradores de la empresa bananera Agroamérica, Guatemala, noviembre, 2014, pág. 10 y 11.

⁷ Carlos Bonilla Gutiérrez, La Comunicación función básica de las relaciones públicas, México, 1988, pág. 29.

⁸ Aida Esperanza Leuro, Comunicación Eficaz y positiva, España, 2000, pág. 27.

⁹ Maite Melenda, Comunicación e Integración personal, España, 1985, pág. 14.

mensaje; qué o mensaje es el contenido y quién o receptor es la persona o personas que lo reciben.¹⁰

Comunicador: es llamado el emisor, es quien emite o envía un mensaje. Juega un papel importante en el proceso de comunicación y está sujeto, al emitir sus mensajes, una serie de circunstancias que influyen directa o indirectamente en la elaboración y posterior transmisión de sus mensajes.

Perceptor: es quien recibe el mensaje enviado por el comunicador (emisor). El perceptor puede ser individual o grupal. Capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe.

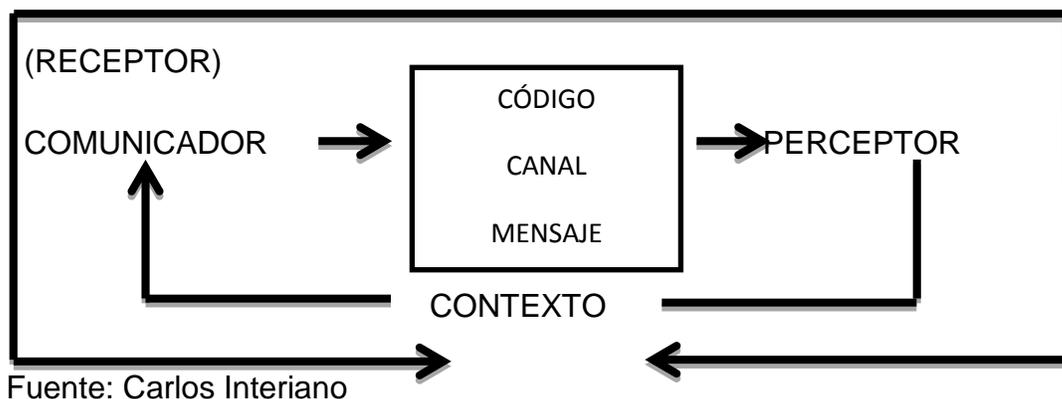
Mensaje: es la información que deseamos transmitir; el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el emisor o comunicador envía al perceptor.

Canal: es el medio a través el cual se transmite los mensajes.

Código: como el conjunto estructurado de signos, en base a ciertas leyes, utilizando para la elaboración de mensajes. Es producto de un acuerdo social.

Contexto: es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado periodo histórico.

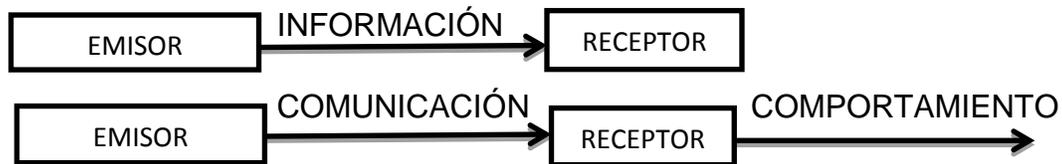
El retorno: es el proceso mediante el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos.¹¹



¹⁰ Carlos González Alonso, Principios básicos de comunicación, México, 1989, pág. 15.

¹¹ Carlos Interiano, Semiología y comunicación, Guatemala, 2003, pág. 11.

En todo proceso de relación entre dos personas se puede distinguir dos finalidades distintas. Por un lado el emisor solo trata de aumentar los conocimientos del receptor. Por el otro, a la vez que aumenta dicho conocimiento, el emisor persigue influir sobre el comportamiento del receptor. Al primer tipo de relación se le llama información, mientras que el segundo es comunicación.¹²



Diseño: Jorge Mario Almazon

1.4 Tipos de Comunicación

1.4.1 Comunicación Organizacional

Comunicación Organizacional es un componente facilitador de la productividad, indispensable para todo tipo de organización. Como se ha señalado, se presentan medias, pequeñas y micro empresas corporativas, instituciones públicas y organizaciones de la sociedad¹³. En la comunicación organizacional se origina la comunicación interna y externa.

1.4.2 Comunicación Interna

Comunicaciones internas son todos los mensajes que se cursan dentro de la vasta red de la estructura de la institución:

a) con motivo del ejercicio de los puestos

¹² Jorge Mario Almazon Moscoso, Comunicación y desarrollo, Guatemala, pág. 40.

¹³ María Antonieta Rebell Corella, Comunicación estratégica en las organizaciones, México, 2006, pág. 14.

b) para realizar funciones normales del organismo de que se trata, o asumir tareas extraordinarias relacionadas directas o indirectamente con la marcha de las operaciones

c) el transmisor y el emisor pertenecen al grupo de trabajo de la propia institución.

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.¹⁴

1.4.3 Comunicación Externa

Comunicación externa tiene lugar hacia afuera de la organización en su doble sentido de salida y percepción (es un sistema dentro de otros sistemas).¹⁵

Nery Urbina en sus tesis, Estrategia de Comunicación Interna Instituto Nacional de Bosques, - INAB- escribió que la Comunicación externa se dirige a presentar las realizaciones de las instituciones y organizaciones hacia el exterior. En las instituciones publicase trata no solamente de los usuario, sino que se debe informar a otras instituciones, a los ciudadanos y a algunas instituciones internacionales, como lo explica el libro “La Comunicación Efectiva” (Carlos Baez, página 109 y 110).¹⁶

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.)

La comunicación externa es parte fundamental en una organización, como se dice en las explicaciones anteriores es una transmisión y recepción de datos que son

¹⁴ Carlos Fernández Collado, La Comunicación en las Organizaciones, Mexico, 2002, pág. 12.

¹⁵ Sergio Flores de Gortari, Comunicación administrativa efectiva e integral, México, 1990.

¹⁶ Nery Josué Urbina Arroyo, Estrategia de comunicación interna instituto nacional de bosques -INAB-, Guatemala, noviembre, 2014, pág. 40.

esenciales para el buen funcionamiento de la empresa, principalmente con los clientes, intermediarios, proveedores, competencia, etc.

Generar una imagen positiva de la organización es uno de los objetivos de este tipo de comunicación. anamoraloesrosas.blogspot.com

1.4.4 Comunicación para el Desarrollo

La página web de www.definición.com escribió que la comunicación para el desarrollo alude al tipo de comunicación que debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos en la sociedad, en las instituciones y los individuos. Cuando la comunicación está ligada al desarrollo, nos dice la peruana Rosa María Alfaro, lo hace no sólo como aporte auxiliar y metodológico, sino como objeto mismo de transformación de la sociedad, constituyéndose, por lo tanto, en medio y fin.

1.5 La Observación

La ciencia comienza con la observación y, finalmente tiene que volverá a ella para encontrar su convalidación final. Por lo tanto, el sociólogo ha de adiestrarse en observar cuidadosamente. Si llega a ser un gran observador, comenzará sus investigaciones teniendo mayor número de datos a su disposición, y será menos probable que olvide que su objetivo es estudiar en comportamiento social. La observación es la más antigua y la más moderna técnica para la investigación.¹⁷

Observar es advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea, y consignarlos por escrito. La observación como procedimiento de investigación puede entenderse como “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con

¹⁷ William J Goode, Métodos de investigación social, México, 1967, pág. 148.

base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”¹⁸

Se puede definir como el examen atento de los diferentes aspectos de un fenómeno a fin de estudiar sus características y comportamientos dentro del medio donde se desenvuelve este. Permite hacer una formulación global de la investigación, incluyendo sus planes, programas, técnicas y herramienta a utilizar.

1.5.1 Observación Directa

Es la inspección que se hace directamente a un fenómeno dentro del medio en que se presenta a fin de contemplar los aspectos inherentes a su comportamiento y características dentro del campo. En estos casos la observación entra en contacto directo con fenómeno observado, pudiendo permanecer aislado del mismo o participar en él.

1.5.2 Observación Indirecta

Es la inspección de un fenómeno sin estar en contacto directo con él, sino a través de métodos específicos.

1.5.3 Observación Participativa

Cuando el observador tiene la oportunidad de formar parte del fenómeno estudiado. Frecuentemente esta participación le permite conocer más de cerca los característicos conducto y desenvolvimiento del fenómeno en su medio ambiente.

¹⁸ Carlos Eduardo Mendez Álvarez, Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, Bogota, Colombia, 2006.

1.5.4 Introspección

Es un examen interno de un sujeto sobre su comportamiento. En la investigación se entiende como la observación interna de un fenómeno a fin de entender mejor su comportamiento.

1.5.5 Extraversión

Observación de un fenómeno desde un punto de vista externo.¹⁹

Fernando Arias sobre la observación escribe que “a fin de recolectar datos suficientes para verificar las hipótesis formuladas se hace necesario, precisamente, observar los fenómenos en cuestión con objeto de determinar si existe una adecuación entre ellos y la hipótesis”.²⁰

Horacio Cabezas, en su libro Metodología de la Investigación, escribe que “la naturaleza de los fenómenos que constituyen el objeto de la observación científica hacen que este método exija una cuidadosa preparación para la mejor definición de los objetivos, la delimitación de los aspectos que se van a contemplar y la formulación de las formas de recoger la información.”²¹

1.6 Conclusiones de lo Observado

Utilizando la observación participativa se logró determinar que TN23 no tiene una página web, la cuenta de twitter registra más seguidores que la fanpage de Facebook, dicho sitio no es actualizado constantemente, carece de estética y contenido que invite

¹⁹ Carlos Muñoz Razo, cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis, México, 1998, pág. 215.

²⁰ Fernando Arias Galicia, Introducción a la técnica de Investigación en Ciencias de la Administración y del comportamiento, México, 1984, pág. 80 y 81.

²¹ Horacio, Cabezas, Metodología de la Investigación, Guatemala, 2000, pág. 52.

al internauta a leer las publicaciones, TN23 no tiene varios sitios de internet, como canal de youtube e instgram, un blog.

Existe una dirección en la red que aparece como www.tn23.com.gt, pero no cuenta con el espacio para utilizarla. En redes sociales hay presencia, en twitter tiene más de 100 mil seguidores y en Facebook con más de 20 mil. En los diferentes noticieros, programas de salud, tecnología, arte, opinión y deporte hace falta la interacción a través de las redes con los televidentes. Sabes que piensan, leer sus comentarios, darle un espacio.

Otros noticieros de Albavisión, corporación a la cual pertenece TN23 si tienen portales digitales, estos son: www.telediario.com.gt , www.noti7.com.gt y www.t13.com.gt.

El manejo de la cuenta de twitter la tiene Byron Chinchilla, director del canal. La información que publican los periodistas (organismo judicial, organismo ejecutivo, organismo legislativo, hechos de violencia, conferencia del sector privado etc) y algunos presentadores en sus cuentas personales es retuiteada por Byron Chinchilla a la cuenta de TN23.

1.7 Objetivos del Diagnóstico

1.7.1 Objetivo General:

Determinar la debilidad que el noticiero TN23 tiene por no tener presencia en las nuevas tecnologías de la comunicación.

1.7.2 Objetivos Específicos:

- 1 Elaborar diferentes propuestas digitales.
- 2 Cuantificar los resultados de las propuestas ejecutadas.
- 3 Mostrar mejor y más contenido en las nuevas tecnologías de información y comunicación.

1.8 Descripción Institucional

El canal de TN23 es parte del grupo Albavisión, corporación que surgió en 1989 con la integración de los canales de señal abierta 3,7,11 y 13. Estos existían de forma separada, con la unificación se tuvo que crear un nombre jurídico para su presentación, a nivel nacional e internacional. La nombre Alba visión fue idea del accionista mayoritario Ángel González, las instalaciones de Albavisión están en la 30 avenida 3-40 zona 11 de la ciudad capital.

La corporación también tiene la Central de Radios, aglomera a varias emisoras radiales en FM y AM. Algunas de estas son: Alfa, Galaxia, Extrema, La Marca y Radio Sonora.

Los canales 3, 7 y 13 transmiten con un noticiero en diferentes horarios, de lunes a sábado. En el 3 esta Telediario de lunes a viernes 4 emisiones en vivo, domingo 1 sola emisión.

En canal 7 esta Noti7, 3 emisiones al día y 1 los domingos. En canal 13 esta T13 noticias, 1 emisión al día y 1 los sábados.

1.9 Qué es y Cómo se conforma

TN23 surgió como un proyecto en el 2012, cuyo objetivo era tener un canal de noticias, información y entretenimiento las 24 horas del día, los 365 días del año. Al iniciar se llamó Albanoticias, después de 6 meses al aire este tuvo éxito y los responsables del proyecto decidieron llamarlo TN23. El 23 es la unión de T-todo, N- noticas y en el número es una frecuencia que tenía la Corporación.

Los noticieros de Telediario, Noti7 y T13 noticias en sus emisiones regulares se retransmiten. Además de noticieros internacionales como Primer Impacto, Al Rojo Vivo.

Actualmente tiene un total de 37 empleados, 10 mujeres y 27 hombres.

El 1 de marzo de este 2015 cumplió 3 años al aire como TN23, todo noticias. Las instalaciones están en la 30 avenida 3-40 de la zona 11 capitalina. Edificio canal tres y siete. El teléfono es 24114900.

Está conformado por un director general, un subdirector general, un coordinador general, jefes de información, 2 redactores, 4 editores, un diseñador gráfico, 6 periodistas, 6 camarógrafos, 7 presentadores, 2 jefes de dirección de cámaras y 5 auxiliares de producción.

1.9.1 Antecedentes de la Institución

El proyecto surge en el 2011 como Alba Noticias, tuvo una duración de 6 a 1 año aproximadamente. A partir del 1 de marzo de 2012 inició como TN23. Se origina para romper el paradigma que el guatemalteco solo puede ver noticias a una hora determinada; como tradicionalmente se venía haciendo desde hace veinte años.

El objetivo era darle al público que gusta ver noticias la oportunidad de verlas en el momento que estas se están desarrollando, observarlas de forma instantánea.

Cuando el proyecto surgió como Alba Noticias tuvo 12 empleados. A la fecha y como TN23 tiene 37.

En la programación de lunes a viernes en un 75% predomina el contenido noticioso. Para los fines de semana son programas informativos y de entretenimiento.

El logotipo TN23 responde a T= todo, N= noticias y 23 es el número que tiene asignado la frecuencia en UHF. Para aprovechar esa numeración se unifico a las letras T y N.

El color anaranjado es porque TN23 pertenece al consorcio de Albavisión y el color base de ese logotipo es anaranjado.



1.9.2 Entretenimiento e Información en TN23

El canal tiene programas de salud, tecnología, deportes, Arte al Descubierto, el Rostro de la Noticia y Rincones de mi Patria.

1.9.3 El Rostro de la Noticia

Es un espacio para generar opinión pública sobre un problema social en específico o en general, se transmite de lunes a viernes, de 15:30 a 16:00 hrs.

El objetivo es crear una opinión pública de aquellos temas que interesan o llamen la atención de los guatemaltecos. Los temas son abordados a través de una entrevista que realiza, Víctor Bolaños a expertos, analistas o conocedores del tema.

1.9.4 Programa de Tecnología

Es transmitido los lunes y viernes a las 10:00 am por Odily Pineda, quien informa sobre las tendencias e innovaciones en la tecnología digital, teléfonos celulares, Ipad, tabletas etc, Se invitan a especialistas para que expliquen cómo funcionan estas nuevas tecnologías.

1.9.5 Programa de Deportes

Lo realiza Alex Cardona de lunes a viernes a las 15:00 hrs. Se transmite un resumen de los partidos de futbol de las ligas más importantes del mundo, datos sobre los jugadores y equipos. También se aborda la información sobre el basquetbol, boxeo, carreras profesionales de motocicletas y carros. El desempeño de atletas olímpicos nacionales e internacionales.

1.9.6 Programa de Salud

Claudia Guerra a través de entrevistas a doctores y especialistas en la medicina aborda aquellas enfermedades que marcan cada época del año. Durante el verano, enfermedades y tratamientos en la piel, invierno, causas, síntomas y recomendaciones por el dengue con la propagación del zancudo. Se transmite los martes y jueves de 10:30 a 11:00 horas.

1.9.7 Arte al Descubierto

En cada programa el objetivo de Angélica Quiñonez es proporcionarle un espacio al artista nacional, en el cual tenga la oportunidad de dar a conocer sus proyectos artísticos. En qué lugares serán las presentaciones, a partir de qué fecha, tendrá algún costo y por cuánto tiempo se presentaran. Los invitados llegan a los estudios de TN23 los miércoles de 10:30 a 11:00 horas.

1.9.8 Rincones de mi Patria

Luis Ruiz es el responsable de viajar a diferentes lugares turísticos del país, con el objetivo de proporcionarle al televidente una opción para viajar con la familia. Mostrándole durante el programa las características del lugar, como llegar, donde hospedarse el tipo de comidas que podrán degustar en el viaje. Luis Ruíz es el productor y presentaron del programa los sábados y domingos.

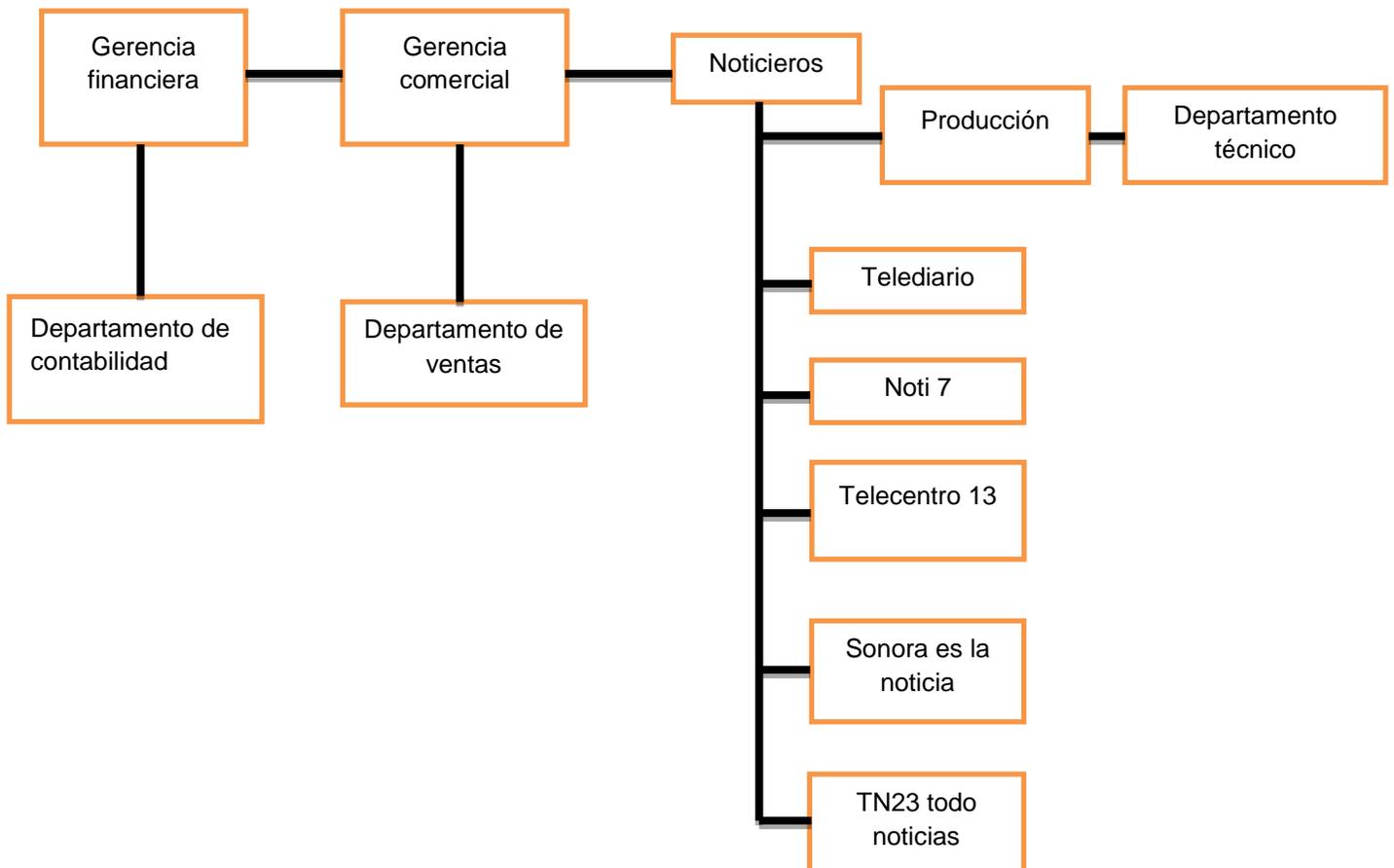
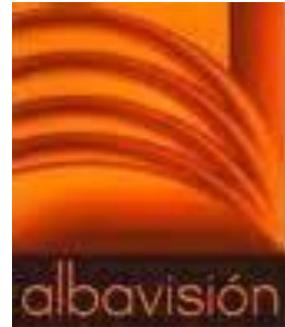
1.10 Misión Institucional (no oficial)

Satisfacer las necesidades de información de nuestros televidentes cumpliendo a la vez los estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social. (versión no oficial)

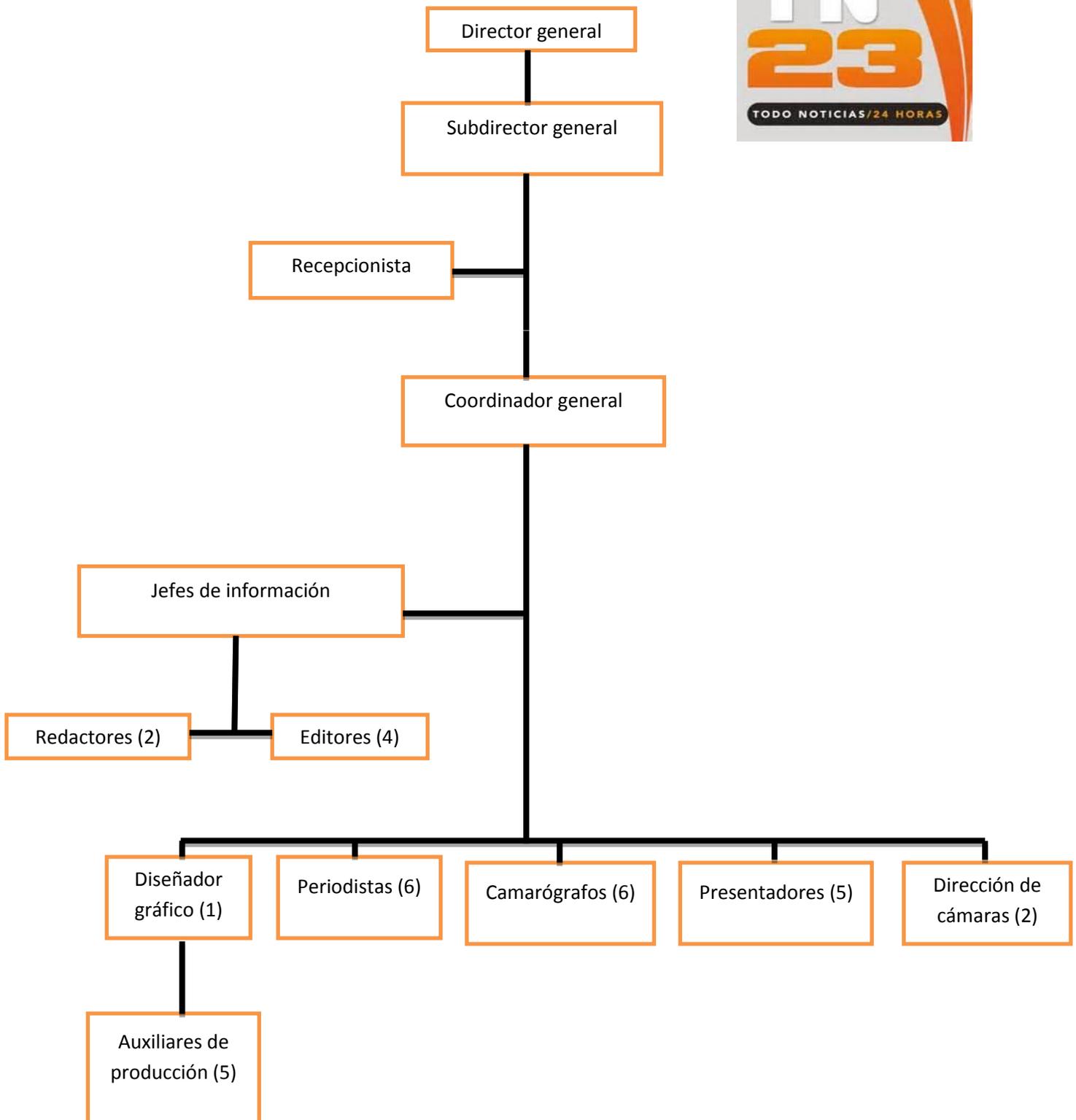
1.11 Visión Institucional (no oficial)

Ser líder en Guatemala en la producción y transmisión de información de diferentes temas y de las noticias de actualidad. (Versión no oficial)

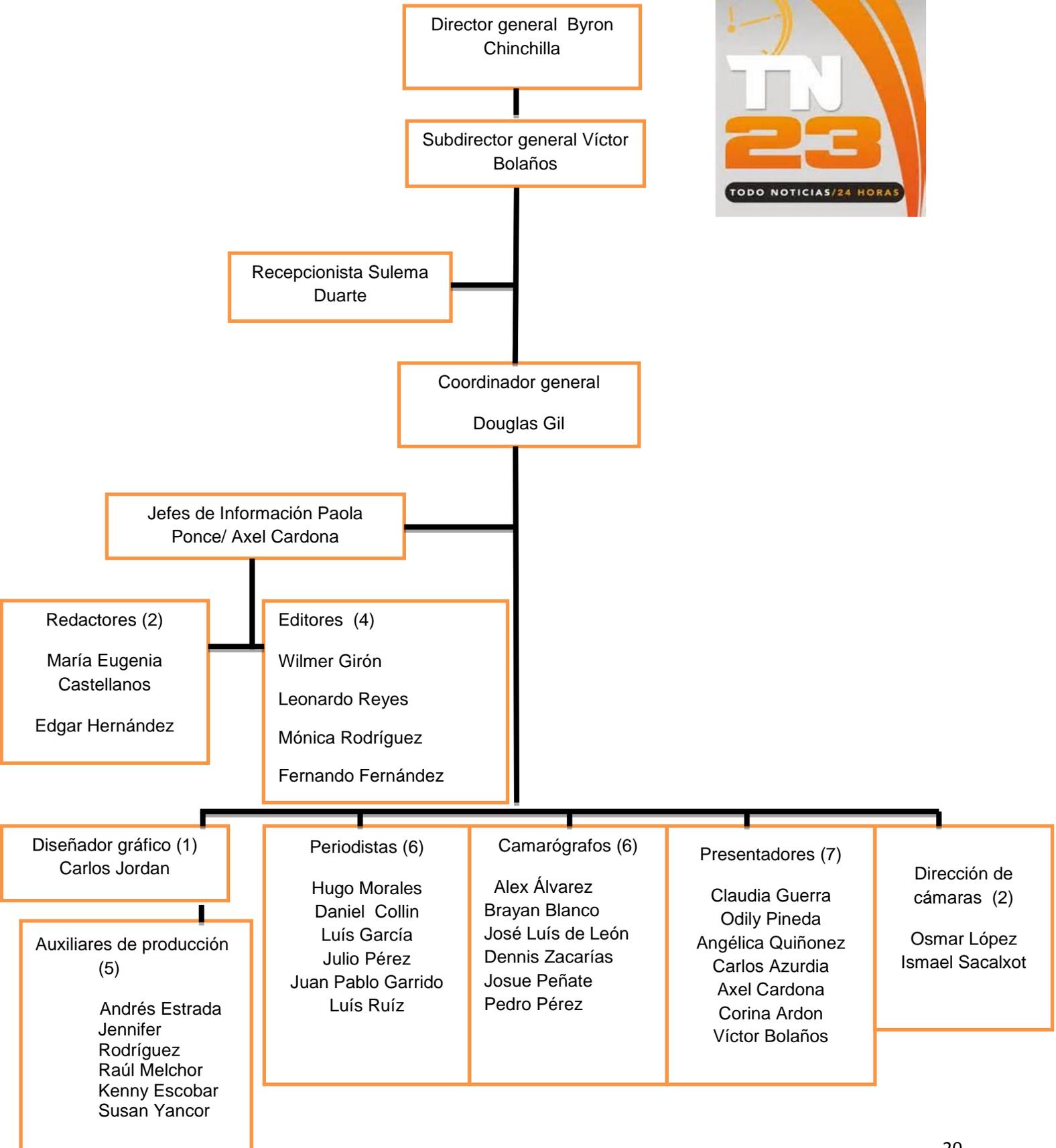
1.12 Organigrama Albavisión (no oficial)



1.12.1 Organigrama Institucional TN23



1.12.2 OrganigramaTN23



1.13 FODA comunicacional

Es el análisis de las características propias de la organización, es decir, observar cuáles son sus fortalezas y oportunidades en el mercado; su situación externa a través del estudio de las amenazas y oportunidades en referencia a la situación actual de la competencia y del ámbito político, económico y social por el cual atraviesa el país en donde se desenvuelve.

De lo anteriormente indicado se debe de determinar los siguientes puntos: cómo se puede resaltar las fortalezas, cómo se puede aprovechar las oportunidades, cómo se puede amparar la empresa de las debilidades y, cómo se enfrentan las amenazas.

1.13 FODA de TN23 todo noticias

Fortaleza: pertenece a la empresa de Albavisión. Tiene la cooperación de los otros noticieros de la empresa. Es el único canal en Guatemala que transmite noticias e información las 24 horas del día los 365 días del año.

Oportunidades: En 3 años de existencia el público ubica a TN23, como un canal de noticias las 24 horas del día. El canal tiene presencia en frecuencia UHF y cable, varias empresas lo incorporan en su listado de canales. La opción en UHF permite que haya presencia en el interior del país.

Debilidad: Los 3 años de existencia dentro del grupo de noticieros de Albavisión es un tiempo corto de presencia o reconocimiento ante los 28 años de Noti7, 17 años de Telediario y 9 años de T13 Noticias. Los noticieros anteriores tienen presencia en la red digital.

Amenazas: El hecho que TN23 no tenga presencia en la red digital pone en riesgo el proyecto, se vive en una era digital. algunas personas preguntan si una noticia o un programa pueden verlo nuevamente o descargarlo de una página web. El televidente muestra interés en observar cierto contenido en una computadora.

Capítulo II

2.1 Metodología

Quien estudia y trabaja sin método es como el navegante sin brújula. Esto nos indica que quien no utiliza método estará sujeto constantemente a encontrar escollos a cada paso. Por otra parte, y comparándolo con el estudiante, si éste está falto de método es equiparable al obrero que trabaja sin herramientas.

El que tiene el método economiza esfuerzo y tiempo pues permite aprovechar energías e inclusive obtener resultados no previstos. La forma como se investiga, como se recolectan datos, se ordenan y se clasifican, requiere de método.²²

No existe consenso en la definición ni en el uso de la palabra método. Con frecuencia se le describe metafóricamente, con base en sus raíces griegas, como un camino que conduce a una meta, con lo que se le identifica como procedimiento en general.²³

José Antonio Alonso en su libro “Metodología” escribe que Grawitz propone una primera diferenciación que puede ser muy útil para clarificar la discusión desde los comienzos. En ella se distinguen cuatro sentidos fundamentales.

- a) Método en el sentido filosófico: es el nivel más alto de abstracción y designa los procedimientos lógicos, inherentes a toda investigación científica y por lo tanto, independientes de todo contenido concreto, que debe seguir el investigador para obtener la verdad y verificarla.
- b) Método como actitud concreta frente al objetivo: El método en este nivel dicta los modos concretos de organizarse la investigación de una manera precisa y completa.

²² Aura M. Bavaresco de Prieto, Las técnicas de la investigación, manual para elaboración de tesis, monografías, informes, 4ta edición, 1979, pág.17.

²³ Ario Garza Mercado, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales, 1988, pág. 2.

- c) El método ligado a una tentativa de explicación: esta explicación se refiere más o menos a determinada posición filosófica y como tal influye en las etapas de la investigación.
- d) Método ligado a un ámbito particular: En este nivel, el método se refiere a un dominio específico e implica una manera propia de actuar.²⁴

El método es un orden que se debe imponer a los diferentes procesos necesarios para lograr un fin dado o un resultado deseado. En las ciencias, se entiende por método el conjunto de procesos que el hombre debe emprender en la investigación y demostración de la verdad.²⁵

Greenwood (1973), por ejemplo, emplea una analogía que consiste con el uso que en este manual se da al vocablo estrategia: “el método es a la técnica lo que la estrategia a la táctica. Es decir, que la técnica está subordinada al método, es un auxiliar de éste” (Greenwood, 1973: 107).²⁶

2.2 Descripción del tipo de comunicación utilizada

2.2.1 Comunicación Organizacional

Ricardo Homs Quiroa, en su libro *La Comunicación en la Empresa*, sobre la comunicación organizacional escribe “podemos calificarla como un conjunto de programas tendientes a mejorar la comunicación de las organizaciones con sus públicos externos e internos”²⁷

Se utilizó la comunicación externa, esta tiene su función hacia afuera de la organización, tener un acercamiento, mejorar la presentación o aceptación de la institución u organización. el proyecto tiene como finalidad una propuesta de una

²⁴ José Antonio, Alonso, *Metodología*, México, 1995, pág. 19 y 20.

²⁵ Amado Luíz Cervo, *Metología Científica*, Colombia, 1980, pág. 19.

²⁶ María de los Ángeles CeaD’Ancona, *Metodología Cuantitativa, Estrategias y Técnicas de Investigación Social*, España, 2001, pág. 93.

²⁷ Ricardo Homs Quiroa, *La Comunicación en la Empresa*, México, 1990, pág. 61.

página web de TN23 para presentar en el ámbito digital cual es el trabajo que realiza el canal, informar al usuario e instituciones a nivel nacional e internacional cual es el trabajo que se realiza. La comunicación externa es una forma de darse a conocer, una carta de presentación.

2.3 Tipo de investigación

2.3.1 Investigación Descriptiva

El propósito del investigador consiste en describir situaciones, eventos y hechos. Es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989). Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

2.3.2 Investigación Cuantitativa

Es utilizada en la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.²⁸

Se utilizó una investigación descriptiva-cuantitativa, con información numérica, recabando datos y opiniones del personal se busca explicar un problema que tiene TN23 hacia lo externo. Una debilidad ante los noticieros de la misma corporación y la competencia. En la época digital no tener presencia en la red, significa estar incompleto. Con porcentajes se logra explicar la necesidad de un sitio digital.

²⁸ Roberto Sampiere, Carlos Fernández, Pilar Lucio, Metodología de la Investigación, México, 1991, pág 5 y 19.

2.4 Instrumentos

2.4.1 La observación participativa

Como trabajador de TN23 desde septiembre de 2012 tuve la oportunidad de formar parte del fenómeno estudiado, la debilidad que tiene la empresa al no contar con una página web para que el televidente tenga una segunda opción de ver nuevamente alguna noticia, programa o descargar alguna información de interés desde una conexión a internet

2.4.2 La entrevista

Para obtener información sobre los antecedentes que llevaron a la creación de TN23 y cuál fue la finalidad de tener un canal de noticias e información las 24 horas al día se entrevistó a Carlos Letriana, quién explico cómo surgió Albavisión, corporación a la cuál pertenece TN23. Además se entrevistó a Byron Chinchilla, director del canal, Víctor Bolaños, subdirector y Axel Cardona productor. Ellos dijeron cuándo y como surge el proyecto del canal, cuál es la dinámica para la transmisión de noticieros y programas de lunes a viernes.

2.4.3 Encuesta

Se pidió al personal responder una encuesta de nueve preguntas. Estas tenían como objetivo determinar si conocen que TN23 no tiene página de internet, si les han preguntado cual es la dirección de la página web del canal y si consideran que TN23 está en desventaja al no tener presencia la red. La encuesta fue contestada por 37 personas.

2.4.4 Fórmula aplicada a la población

No se aplicó ninguna fórmula, el 100% de la población eran las 37 personas que conforman el personal de TN23.

2.4.5 Descripción de la fórmula

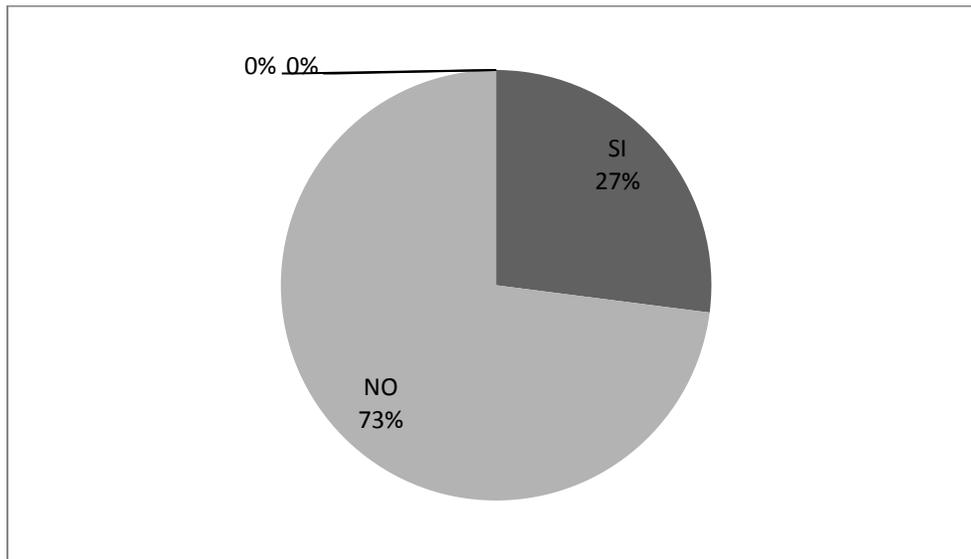
No se describe la fórmula, debido a que no se aplicó, el 100% de la población son 37 personas que conforman el personal de TN23 a mayo de 2015.

2.5 Cronograma

Fecha	Actividad	Lugar	Gasto
26.01.2015	Propedéutico I	Escuela de Ciencias de la Comunicación, M2	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
27.01.2015	Propedéutico II	Escuela de Ciencias de la Comunicación, M2	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
03.02.2015	Observación	Departamento TN23	
04.02.2015	Observación	Departamento TN23	
04.02.2015	Observación	Departamento TN23	
10.02.2015	Entrevista, Byron Chinchilla, director TN23	Departamento TN23	
11.02.2015	Observación del desarrollo del noticiero de las 18 hrs, desde la dirección de cámaras.	Dirección de cámaras, Noticiero TN23	
11.02.2015	Entrevista, Víctor Bolaños, su director de TN23	Departamento TN23	
12.02.2015	Entrevista, Alex Cardona, productor	Departamento TN23	
17.02.2015	Recolección de datos e información de TN23	Departamento TN23	
23.02.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca, Bienestar Estudiantil, Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
24.02.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca, Bienestar Estudiantil, Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
26.02.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca, Bienestar Estudiantil, Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
02.03.2015	Reunión EPS	Edificio M2, Escuela de Ciencias de la Comunicación	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
09.03.2015	Entrevista, Carlos Letriana	Edificio Albavisión	
07.04.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca, Bienestar Estudiantil, Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
09.04.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca, Bienestar Estudiantil, Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
26.05.2015	Realización de encuestas a personal de TN23	Departamento de TN23	
27.05.2015	Realización de encuestas a personal de TN23	Departamento de TN23	
28.05.2015	Realización de encuestas a personal de TN23	Departamento de TN23	
09.06.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca, Bienestar Estudiantil, Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
13.07.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
12.08.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
13.08.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00
18.08.2015	Recolección de información para capítulo I y II	Biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala	Gasolina Q 6.25 Cena Q 23.00

2.6 Presentación de resultados

1 ¿Sabe usted si TN23 tiene página web?

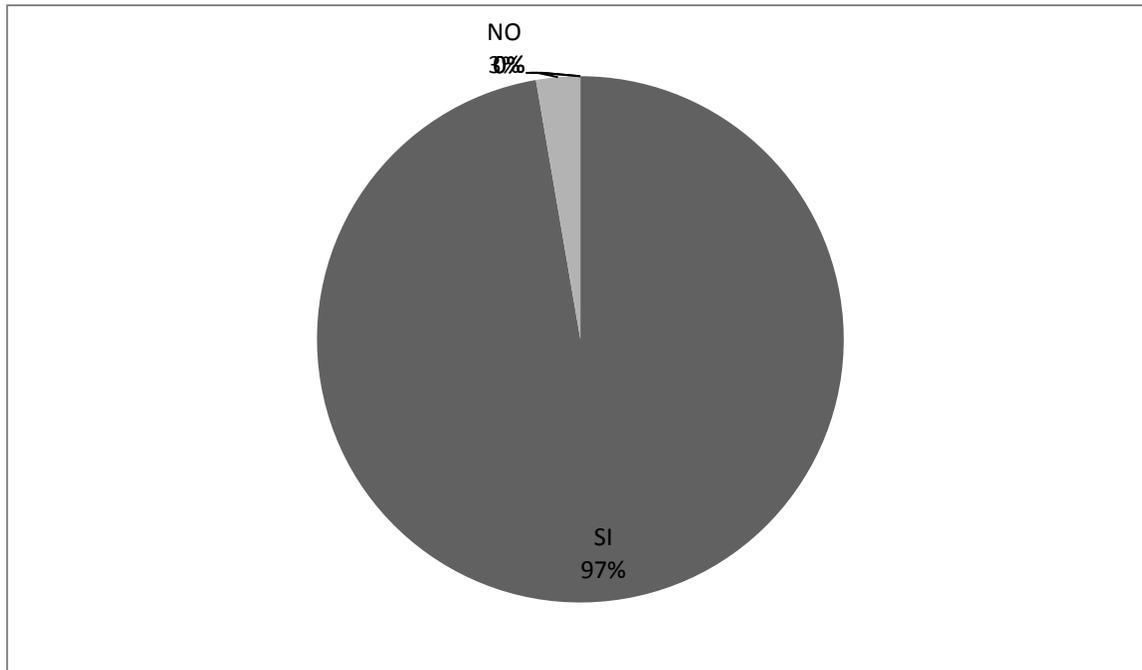


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si tiene	10	27%
No tiene	27	73%

Con la primera pregunta se buscaba determinar si el personal tenía conocimiento que TN23 no tiene página web. El 73% respondieron que no tiene. Un 27% que respondieron que si tiene, esto podría ser porque encontraron en la red una dirección del canal, sin embargo, dice que el lugar está en construcción. Según Byron Chinchilla, director de TN23, se tiene la dirección que es www.tn23.com.gt pero, se carece del espacio.

2 ¿Sabe usted si TN23 tiene cuenta de twitter o facebook?

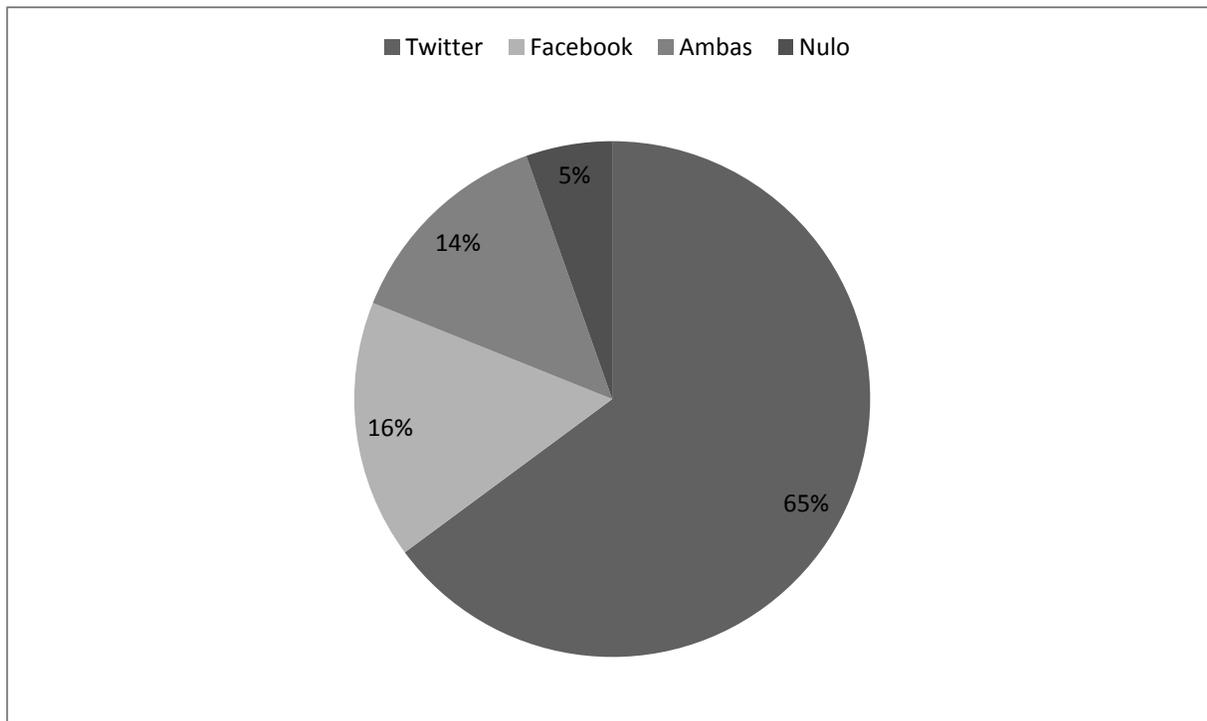


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	36	97%
No	1	3%

TN23 tiene cuenta de twitter con 116 mil seguidores registrados hasta el 14 de junio del año en curso y en Facebook registra al 14 de junio del año en curso 23 mil 081 seguidores. En la pregunta el 97% respondió que si sabían que TN23 tiene twitter o Facebook. Un 3% respondió que no. La pregunta y el número de seguidores que se registran a junio de 2015 demuestran hay miles de personas que buscan estar informados por medio de TN23.

3 ¿Si su respuesta fue si, porque red social sigue a TN23?

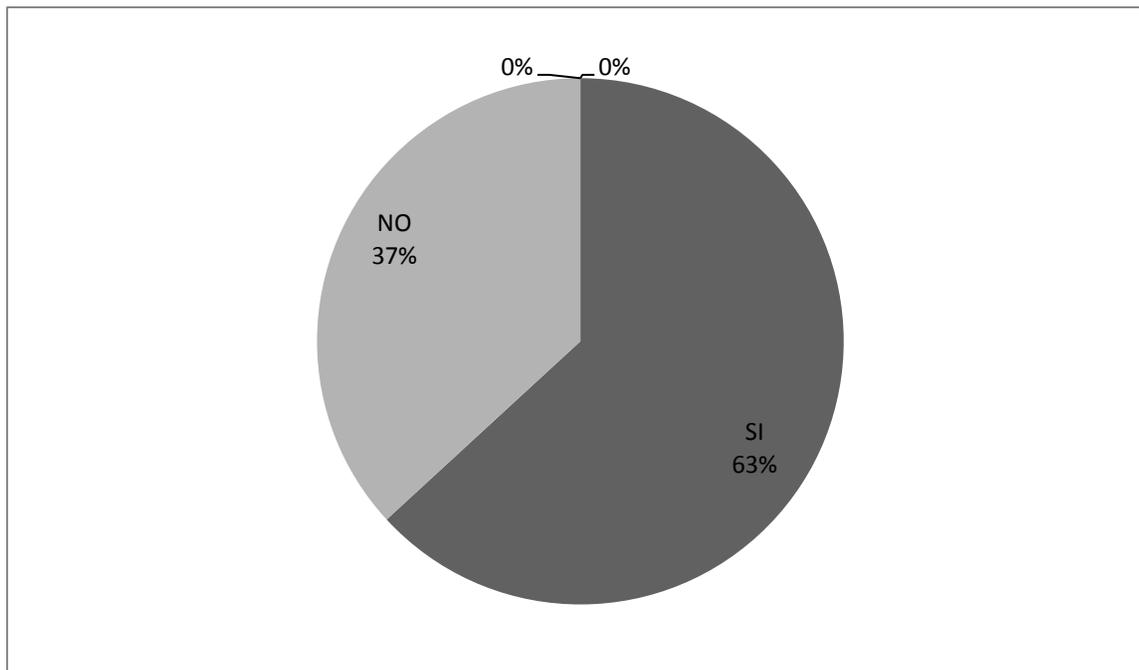


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Twitter	24	65%
Facebook	6	16%
Ambas	5	14%
nulo	2	5%

Esta pregunta refleja que la mayoría de los entrevistados siguen a TN23 por twitter, ellos son parte de los 116 mil seguidores que registra la cuenta al 14 de junio de 2015. A diferencia de Facebook con un 16% el número de seguidores disminuye considerablemente. Sin embargo, un 14% sigue ambas cuentas y un 5% no respondieron. El resultado refleja el 95% se informa por TN23 por redes sociales.

4 ¿Cómo trabajador le han preguntado la dirección de la página web para ver nuevamente alguna noticia o programa?

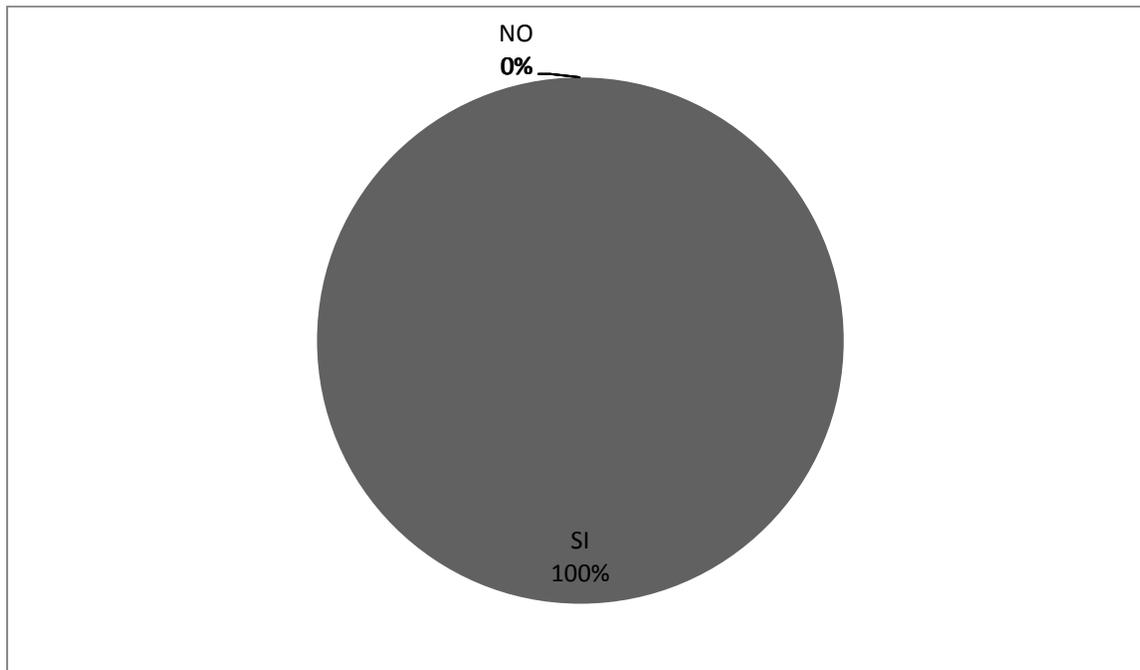


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	24	63%
No	14	37%

Esta pregunta tenía como objetivo determinar si al personal le han pregunta que tienen la intención de ver nuevamente una noticia o un programa. El resultado entre cada respuesta si similar, esto porque el 37% que respondió que no es personal interno. Mientras que el 63% que respondió que sí, son jefes inmediatos, periodistas, camarógrafos y presentadores. Se ha registrado el interés de las personas de ver y escuchar alguna noticia o programa desde la web.

5 ¿Cree usted que es importante que TN23 tenga una página web?

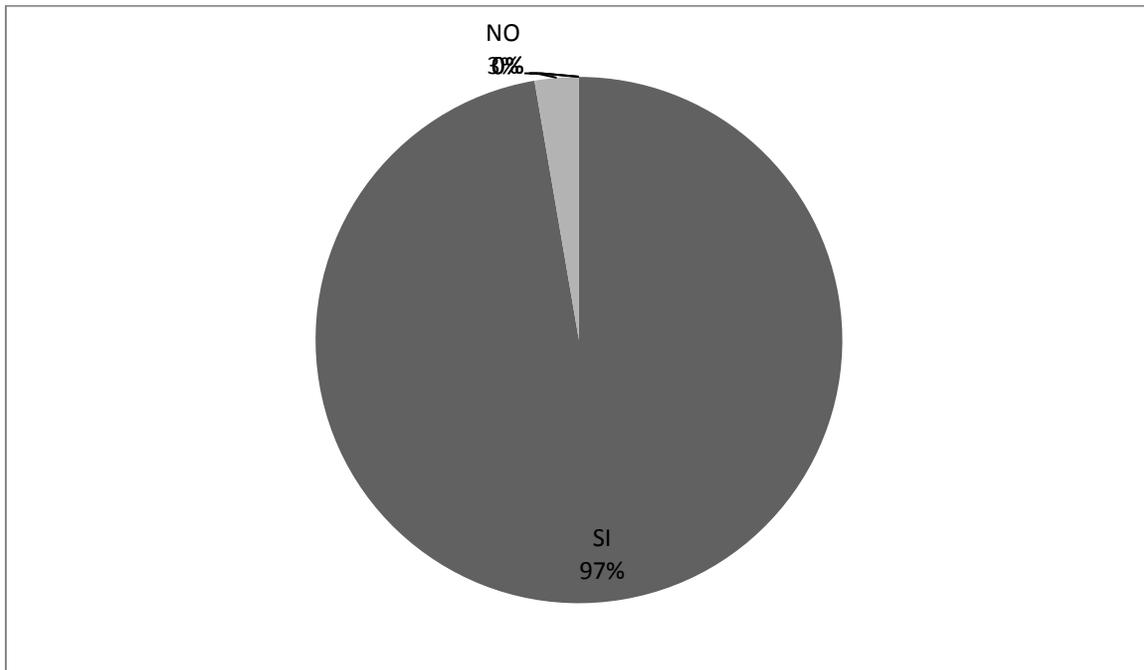


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	37	100%
No		%

La pregunta es directa y su respuesta es igual. El porcentaje de la interrogante refleja una necesidad, en la actualidad no tener presencia en la red digital es una necesidad y a veces hasta una debilidad. La mayoría de medios de comunicación (escritos, radiales y televisivos) tiene página de internet. Las redes sociales y los dispositivos móviles han demostrado una gran influencia en Guatemala, reflejo de esto es la información y convocatorias que han movilizadado a miles de ciudadanos en las marchas que se han registrado en la plaza de la Constitución. Los teléfonos celulares para el guatemalteco se han convertido en herramientas para informarse, realizar pagos, captar fotografías y navegar en la red.

6 ¿Cree que TN23 está en desventaja con otros medios periodísticos por no tener página web?

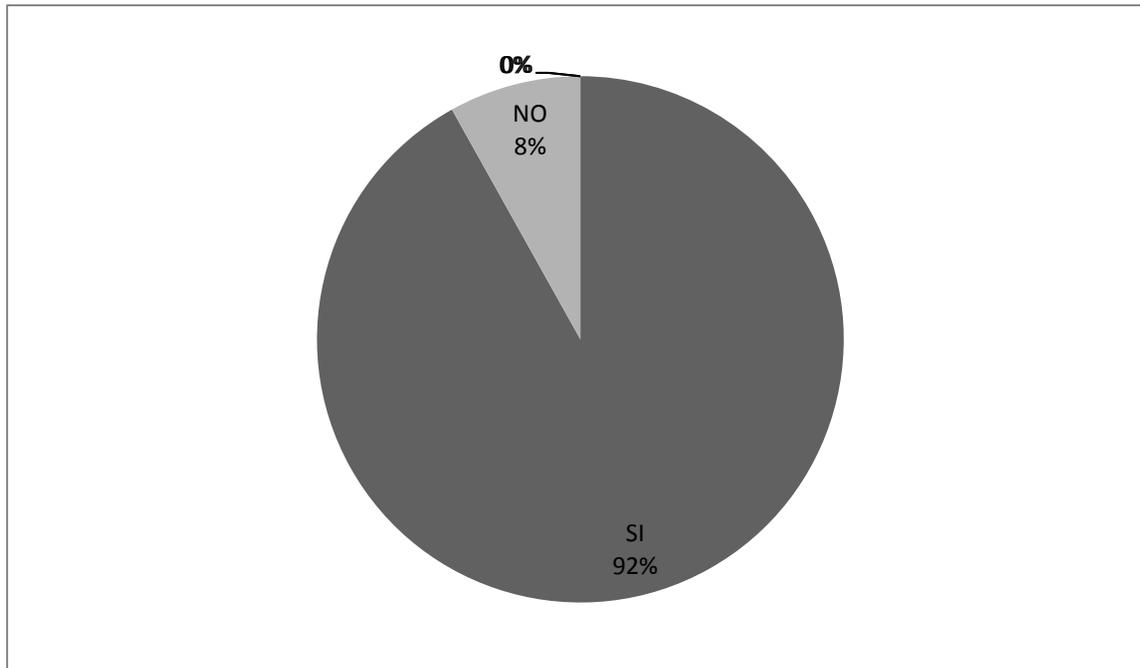


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	36	97%
No	1	3%

El 97% de los entrevistados consideran que TN23 está en desventaja ante otros medios de comunicación (escritos, radiales y televisivos) al no tener un sitio de internet. En el cual se suba a la web las noticias que se originaron cada día, información deportiva y la información de los programas que tiene el canal. Solo un 3% consideran que no hay desventaja. Sin embargo no hay que olvidar que se vive en una era digital.

7 ¿Ingresa alguna página web de algún medio de comunicación?

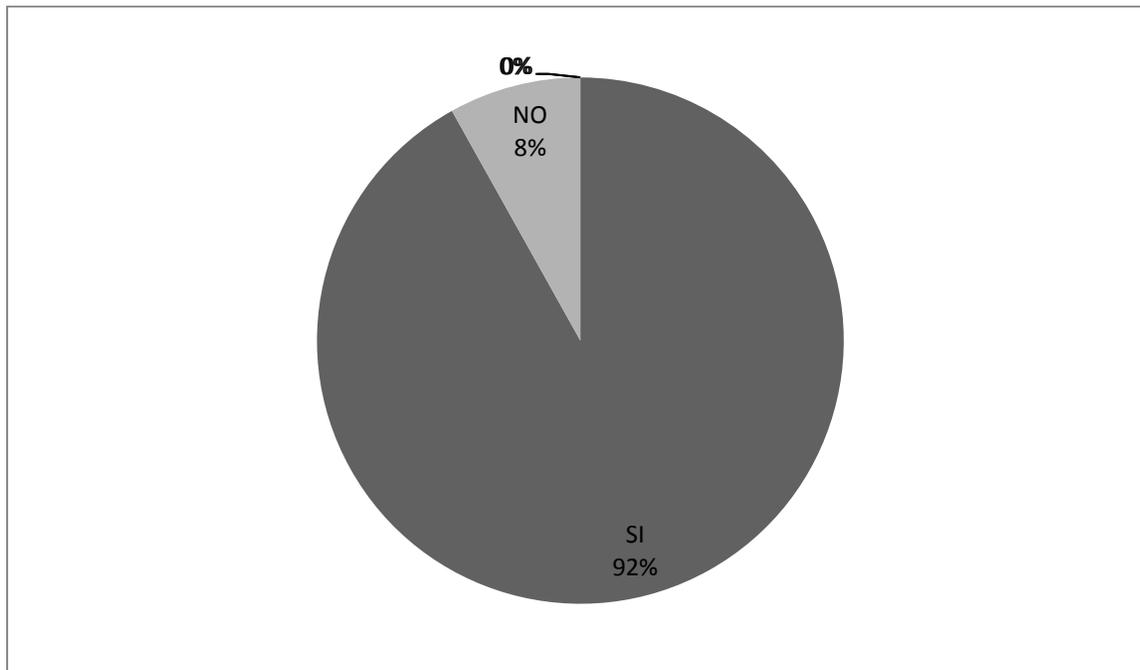


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	34	92%
No	13	8%

La mayoría de medios de comunicación (escritos, radiales y televisivos) tienen páginas web. En estas suben la información que se desarrolla cada día y en todo momento, incluso hay empresas que crearon departamentos para manejar las redes sociales y los contenidos subidos a los sitios virtuales. Desde un escritorio o teléfono celular el ciudadano busca informarse de que pasa fuera de su oficina o casa. Un 8% respondieron que no visitan sitios web de algún medio de comunicación.

8 ¿Ingresaría usted a la página web de TN23?

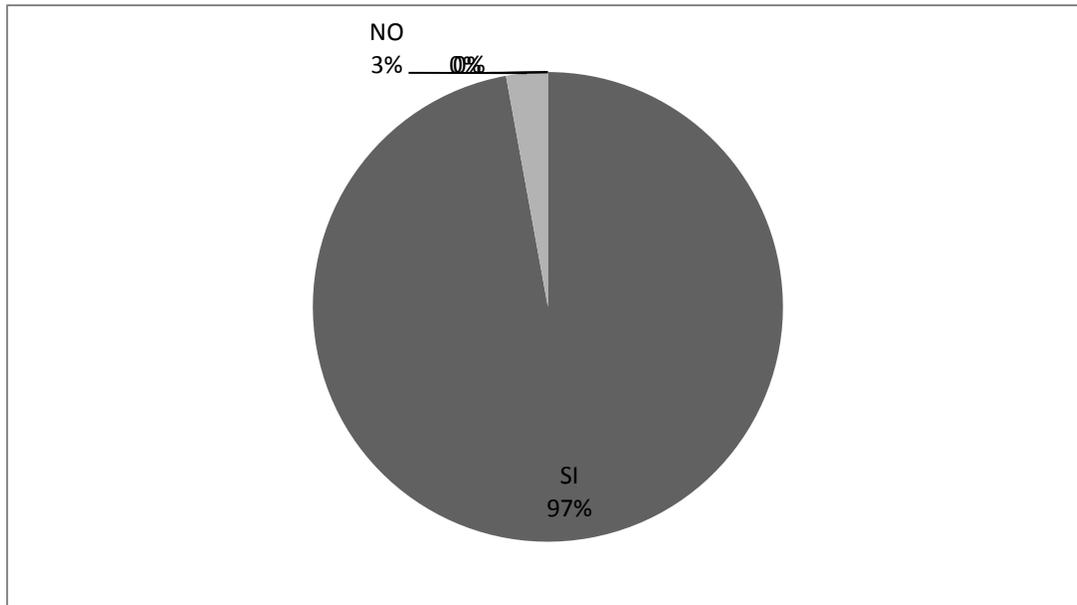


Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	34	92%
No	3	8%

El 92% de los entrevistados que en la pregunta anterior respondieron que ingresan a la página web de algún medio de comunicación, reflejaron en esta nueva interrogante que si entrarían a la de TN23. Los contenidos noticiosos e informativos serían vistos por este público, tomando en cuenta la amplitud que tiene el internet, los 116 mil seguidores en twitter y 23 mil en Facebook la página web de TN23 seria visitada por más de 100 mil personas. Un 8% respondieron que no, esto podría ser porque la encuesta fue contestada por el personal que trabaja para esa empresa.

9 ¿Recomendaría a sus familiares y amigos ingresar y conocer una página web de TN23?



Fuente propia

Respuestas	No. Personas encuestadas	porcentaje
Si	36	97%
No	1	3%

En esa última pregunta se obtuvo que un 97% de los entrevistados le recomendaría a un hermano, hermana, primo, prima, cuñados, suegros, abuelos, tíos etc visitar y conocer el portal de internet de TN 23, todo noticias. Además ese mismo 97% haría la misma recomendación a amigos del trabajo, la universidad, del lugar donde vive, la iglesia, de otro departamento o país a visitar la página web www.tn23.com.gt . El 3% que respondieron que no, podría porque los familiares y amigos no tienen una conexión a internet y observan las noticias y programas por televisión.

2.7 Conclusiones de la Investigación

TN23 pierde audiencia por no tener presencia en las nuevas tecnologías de información y comunicación. Es una debilidad ante otros medios de comunicación. La forma de informarse ha cambiado, con los avances tecnológicos en conectividad y dispositivos el televidente, radio escucha y el lector han migrado a otra forma de enterarse sobre noticias nacionales, internacionales, deportes etc. Por medio del twitter, Facebook, instgram, youtube y otras sitios digitales se informan, opinan, comparten y denuncian.

Entrevistados para noticias e invitados especiales en más de una ocasión han preguntado al personal, especialmente a periodistas, presentadores y jefes inmediatos cual es la dirección en internet del noticiero, han tenido el interés de descargar una noticia o programa. Es importante observa que aquellas personas interesadas piensan que el canal cuenta con un sitio de internet. El resto de noticieros de la corporación Albavisión; dígame Telediario, Noti 7 y T13 noticias tienen páginas web. Se podría utilizar el mismo mecanismo que se emplea para cubrir las 24 de transmisión con el portal digital, que la página web se alimente con el material de los otros noticieros.

¿Y porque las personas creen que TN23 tiene sitio digital? porque otros medios tienen, las competencias tienen.

El ciudadano trabajador, con un horario de 8:00 am 17: 00 pm, quien llega a su hogar después de las 7:30 pm, no tendrá el deseo o intención de ver noticias. De ahí el impulso que han cobrado las redes sociales en Guatemala, con la incorporación de nuevas tecnologías y mejores teléfonos celulares con conexión a internet. El ciudadano trabajador, ve esa noticia, se informa de ese hecho noticioso por el internet, en cualquier momento y es ahí donde TN23 no tiene presencia, se pierde esa oportunidad de llegar al usuario moderno.

En el espacio digital TN23 tiene cuenta de Twitter con más de 116 mil seguidores a junio de 2015 y Facebook con más de 23 mil. A pesar que no se tiene una persona encargada de administrar ambos sitios virtuales, se puede deducir que aproximadamente 150 mil personas se informan con TN23 por twitter o Facebook. presentadores publican.

Se tiene que subrayar que el canal está en UHF y diferentes operadores de cable lo tienen, esto nos dice que las empresas de cable registran al canal porque la gente lo pide. Pero eso es a nivel nacional y nuevamente recordamos que el canal es visto por aquel público que está en casa o tiene una televisión en el trabajo. El internet no tiene fronteras, llega a cualquier país. Eso daría un plus que TN23 pueda ser conocido y reconocido a nivel internacional.

Capítulo III

3.1 Plan de Comunicación

El plan de trabajo consistirá impulsar 8 estrategias para aumentar el número de seguidores en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en las cuales tiene cuentas TN23, todo noticias.

Estas acciones legales se implementaran monitoreando las publicaciones que realizan las instituciones del estado y otras entidades que generan información de interés general, especialmente el Tribunal Supremo Electoral por la coyuntura de los próximos comicios generales. Con ello se informara a los seguidores de nuestras cuentas de TN23.

No tendrá ningún costo pues el alumno y epesista, Hugo Morales realizara el trabajo de monitorio y publicaciones en las cuentas de la empresa. Se pedirá la colaboración de los periodistas, Luís García, Daniel Collin, Juan Pablo Garrido, Julio Hernández y Luís Ruíz para enviar fotografías de las actividades que cubren en sus respectivas fuentes de información. Además la colaboración de los y las presentadoras para que informen sobre que tema hablaran en sus respectivos programas.

3.2 -Objetivos de la propuesta

3.2.1 Objetivo general

Aumentar el número de seguidores en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que tiene TN23.

3.2.2 Objetivos específicos

1. Aumentar el número de seguidores en la cuenta de Facebook TN23, todo noticias.
2. Aumentar el número de seguidores en la cuenta de twitter TN23, todo noticias.
3. Realizar más y mejores publicaciones en las plataformas virtuales.

3.3 -Descripción de la propuesta

Para lograr obtener más seguidores en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, se iniciara con aumentar el número de publicaciones en las redes sociales, los periodistas deben publicar la información que se genera en sus fuentes de información y retuitear los twitter de los otros reporteros. Además de agregar las cuentas de las instituciones del estado y de aquellas entidades que general información de interés general.

Con fotografías dar a conocer a los presentadores, con el programa que cada uno realiza y anunciar las emisiones de noticias. También dar a conocer el personal y las instalaciones de la empresa. Registrar periódicamente el aumento de los seguidores. En los noticieros invitar a que nos busquen en redes sociales y realicen comentarios sobre alguna noticia en particular.

Proporcionar al usuario de las herramientas tecnologías necesarias para informarse con TN23, todo noticias.

3.4 -Justificación de la propuesta

TN23, es el primer canal de noticias e información las 24 horas del día en Guatemala, se le otorgó un reconocimiento por ese tipo de formado de noticias. A pesar que se busca informar por las redes sociales, este ha sido un problema y se convierte en una debilidad y amenaza. Usuarios preguntan si los noticieros pueden verse internet. El número de seguidores entre twitter y Facebook no es el mismo. En la red social facebook el usuario busca leer más y fotografías de aquellas noticias o información que se transmite, mientras en twitter se informa de forma inmediata, breve y explicita.

3.5 -Estrategia para su implementación.

Se implementaran 8 estrategias para mejorar la presencia de TN23 en las nuevas tecnologías de información y comunicación.

1. Aumentando el número de publicaciones de facebook con fotografías de noticias, información, entretenimiento y cultura se buscara sumar más seguidores, además de fotografías de los y las presentadores anunciando que programas realizan y anunciando las emisiones de noticias. Esta al 21 de julio de 2015 registraba 24,329.
2. Aumentar el número de publicaciones de los periodistas, que cada reportero retweetee la información que publican los otros compañeros. Seguir y retweetear la información de instituciones, cuerpos de socorro, entidades que sociales e internacionales. Que la cuenta de twitter no solo tenga información noticiosa.
3. Cargar en un canal de youtube los noticieros estelares. Anunciar en twitter y el Facebook que pueden ver nuevamente algún noticieros, de cierta fecha en específico.

4. Creación de una página web de TN23, todo noticias. Que esta unifique toda las noticias nacionales e internacionales, deportivas, salud, tecnologías, opiniones etc que se desarrollan.
5. Una cuenta de instagram, en la cual los televidentes y usuarios de las redes sociales puedan compartir sus fotografías de un tema en específico.
6. Una aplicación de TN23 que contenga las noticias e información más importante del día o aquellos temas son tendencia.
7. Utilizar un whatsapp para que los televidentes y usuarios denuncian o se quejen de algún problema en sus lugares de origen.
8. Que las emisiones de noticias y los programas sean más interactivos. Hacer uso de las redes sociales para conocer las inquietudes y opiniones de los televidentes y los usuarios. Que el presentador o presentadora le de lectura a los mensajes recibidos por esas vías o respuesta a las preguntas.

3.6 - Cronograma de ejecución

Fanpage de TN23, todo noticias

Fecha	Actividad	Número de publicaciones	Numero de seguidores
21.07.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	24 mil 239
22.07.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
23.07.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
24.07.2015	Publicación de noticias	6 publicaciones	
27.07.2015	Publicación de noticias	4 publicaciones	
29.07.2015	Publicación de noticias	8 publicaciones	
30.07.2015	Publicación de noticias	10 publicaciones	
31.07.2015	Publicación de noticias	13 publicaciones	
03.08.2015	Publicación de noticias	8 publicaciones	
04.08.2015	Publicación de noticias	3 publicaciones	
05.07.2015	Publicación de noticias	6 publicaciones	
06.08.2015	Publicación de noticias	10 publicaciones	
07.08.2015	Publicación de noticias	11 publicaciones	
09.08.2015	Publicación de noticias	18 publicaciones	
10.08.2015	Publicación de noticias	15 publicaciones	
11.08.2015	Publicación de noticias	8 publicaciones	
12.08.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
14.08.2015	Publicación de noticias	10 publicaciones	
15.08.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
16.08.2015	Publicación de noticias	7 publicaciones	
17.08.2015	Publicación de noticias	2 publicaciones	
18.08.2015	Publicación de noticias	1 publicaciones	
19.08.2015	Publicación de noticias	3 publicaciones	
20.08.2015	Publicación de noticias	1 publicaciones	
21.08.2015	Publicación de noticias	8 publicaciones	
26.08.2015	Publicación de noticias	10 publicaciones	
01.09.2015	Publicación de noticias	1 publicaciones	
02.09.2015	Publicación de noticias	9 publicaciones	
03.09.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
04.09.2015	Publicación de noticias	6 publicaciones	
05.09.2015	Publicación de noticias	7 publicaciones	
06.09.2015	Publicación de noticias	10 publicaciones	
07.09.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
08.09.2015	Publicación de noticias	9 publicaciones	
09.09.2015	Publicación de noticias	5 publicaciones	
10.09.2015	Publicación de noticias	3 publicaciones	
12.10.2015	Publicación de noticias	10 publicaciones	34 mil 083

Twitter de TN23, todo noticias

Fecha	Actividad	Número de publicaciones	Número de seguidores
21.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	16 publicaciones	
22.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	12 publicaciones	
23.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	12 publicaciones	
24.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	6 publicaciones	
27.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	5 publicaciones	
28.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	11 publicaciones	
29.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	12 publicaciones	
30.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
31.07.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	3 publicaciones	
03.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	1 publicaciones	
04.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	7 publicaciones	
05.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	12 publicaciones	
06.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	12 publicaciones	
07.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	4 publicaciones	
08.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	4 publicaciones	
10.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	1 publicaciones	
11.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
12.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
13.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
14.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
17.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
18.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
19.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	

20.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
21.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	2 publicaciones	
24.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	8 publicaciones	
25.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	33 publicaciones	
26.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	23 Publicaciones	
27.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	29 publicaciones	
28.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	15 publicaciones	
31.08.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	24 publicaciones	
01.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	35 publicaciones	
02.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	24 publicaciones	
03.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	53 Publicaciones	
04.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	25 publicaciones	
05.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	18 publicaciones	
06.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	30 publicaciones	
07.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	19 publicaciones	
08.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	23 publicaciones	
09.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	25 publicaciones	
10.09.2015	Publicación de noticias y retwittear otras cuentas	15 publicaciones	
12.10.2015	Publicación de noticas y retwittear otras cuentas	5 publicaciones	151 mil 972

3.7 -Conclusiones finales

- 1 La fanpage de Facebook de TN23 tiene menos seguidores que el twitter.
- 2 Comparando el twitter y el Facebook, este no tiene publicaciones recientes.
- 3 Los usuarios comentan en twitter y facebook las publicaciones que se realizan a diario.
- 4 Se necesita de una persona encargada de manejar la información que se publicara en las nuevas tecnologías de información y comunicación de TN23.
- 5 TN23 necesita una página web.
- 6 Es una debilidad y un riesgo que el canal no tenga una página de internet.
- 7 Existen televidentes que piensan que el canal tiene presencia en el internet.
- 8 La página seria visitada por más de 100 mil usuarios, 116 mil seguidores en twiter y 23 mil en Facebook.
- 9 TN23 es el único canal de noticias y entretenimiento en Guatemala. Y no cuenta con un sitio web.
- 10 Utilizar youtube para crear un archivo de los noticieros y programas.
- 11 Los noticieros en vivo con implementan el uso de las redes sociales, para interactuar con los usuario y/o televidentes, sobre que piensan.

3.8 -Recomendaciones finales

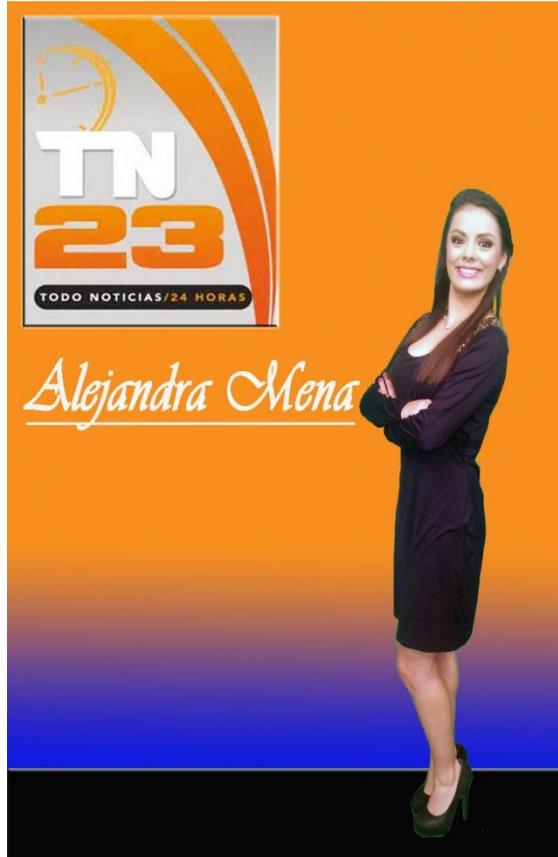
- 1 Fortalecer la fanpage de Facebook TN23
- 2 Presentar por las nuevas tecnologías de información y comunicación a presentadores, presentadoras, estudio, dirección de cámaras etc.
- 3 Actualizar la información de noticieros y programas.
- 4 Hacer publicaciones propias y no enlaces de otras agrupaciones o personas.
- 5 Crear la página web oficial de TN23.

- 6 Tener presencia en la internet.
- 7 Competir con otros medios de comunicación.
- 8 Brindar un mejor servicio de información y noticias a los 150 mil seguidores aproximadamente que TN23 tiene con la cuenta de twitter y Facebook.
- 9 Vender espacios publicitarios en multimedia.
- 10 No dejar sin actualizar el contenido de los noticieros de TN23.
- 11 Cambiar la forma de archivar los noticieros
- 12 Darle la oportunidad al televidente y usuario de ver el noticiero por su celular, computadora, laptop, tablet etc.

Capítulo IV

4.1 Ejecución de estrategias









4.2 Descripción de materiales utilizados

Se utilizó teléfonos celulares LG G3 y Huawei P6. Para tomar fotografías de los hechos noticiosos que se originaron en la fuente del organismo judicial, recibir por medio de whatsapp o descargar del internet fotografías de la información que se generó en el organismo ejecutivo, legislativo, sucesos, sector empresarial, Tribunal Supremo Electoral, partidos políticos, Coordinadora para la Reducción de desastres, INSIVHUME, policía nacional civil y cuerpos de socorro de bomberos voluntarios y municipales, etc.

Se utilizó computadora portátil HP, programa photoshop para elaborar artes visuales para anunciar las emisiones de los noticieros, presentadores y programas que se transmiten. Para cargar las fotografías e información se empleado paquete de navegación de 3 gigas para el celular LG G3 y un paquete de 2 gigas para el Huawei P6.

4.3 Presentación de resultados

	<ul style="list-style-type: none"> • Martes 21 de julio de 2015. • La fanpage registraba 24 mil 303 seguidores.
	<ul style="list-style-type: none"> • Viernes 7 de agosto de 2015 • La penúltima publicación fue con fecha 15 de abril de 2015. • No era administrador de la fanpage.
	<ul style="list-style-type: none"> • Viernes 7 de agosto de 2015 • La última publicación fue el 6 de julio de 2015. • No era administrador de la fanpage.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pantallazo viernes 7 de agosto de 2015. • Primera publicación. • Inicio como un administrador más de la fanpage

	<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta el número de seguidores a 25 mil.
	<ul style="list-style-type: none"> • 2 de septiembre de 2015 • 27 mil seguidores
	<ul style="list-style-type: none"> • 07 de septiembre de 2015 • 29 mil seguidores
	<ul style="list-style-type: none"> • 07 de septiembre de 2015 • 29 mil 708 seguidores
	<ul style="list-style-type: none"> • 10 de octubre de 2015 • 34 mil 083 seguidores

	<p>Pantalla del 16 de julio de 2015 Más de 124 mil seguidores</p>
	<p>Pantallazo del 05 de agosto de 2015. Más de 130 mil seguidores.</p>
	<p>Pantallazo del 02 de septiembre de 2015. Más de 138 mil usuarios.</p>
	<p>Al 10 de septiembre la cuenta de twitter registraba 142 mil seguidores.</p>

4.4 Conclusiones

La forma de informar a la ciudadanía ha cambiado. Algunos medios de comunicación tradicional, escrita, radial y televisiva, innovaron la forma de informar y entretener y agradar al ciudadano que gusta ver noticias, informarse de la situación nacional, internacional, deportes y farandula.

Saltaron de lo convencional hacia la era del internet, las redes sociales, las plataformas virtuales.

Del anterior trabajo investigativo se puede concluir que un medio periodístico que no tenga presencia en las nuevas tecnologías de la información y comunicación es en un grave riesgo de perder la audiencia que tiene y le exige actualizarse.

TN23 como el primer canal en noticias e información las 24 horas del día tiene la debilidad y amenaza de perder al televidente que sintoniza el canal para informarse sobre los hechos más importantes del día a día. El canal no tiene página web a pesar que entrevistados han preguntado por la dirección de la web.

La cuenta de twitter registra un número mayor de seguidores a diferencia del número seguidores en la fanpage de facebook. Los usuarios en la fanpage de facebook mostraron interactividad con las diversas publicaciones que se realizaron. Hay mayor respuesta con noticias sobre hechos de violencia y política.

Se necesita de la contratación de 1 o dos personas para manejar la información y publicaciones que se realizan en las nuevas técnicas de información y comunicación. Se tiene el equipo para alimentar el twitter y facebook con fotografías y textos sobre aquellos temas de interés general.

TN23 necesita impulsar y renovar las cuentas de twitter y facebook. La creación de una página web, cuenta de instagram, canal de youtube y una aplicación para móvil. Es el primer canal de noticias e información las 24 horas del día en Guatemala necesita y debe cubrir ese espacio vacío en la red.

4.5 Recomendaciones generales (a la ECC y a la institución)

Recomendaciones para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la universidad de San Carlos de Guatemala

- Aumentar el número de asesores en el EPS

- Abrir por la mañana la biblioteca de la escuela de ciencias de comunicación ubicada en el edificio de bienestar estudiantil.
- Permitir el egreso de libros de la biblioteca para estudiantes en proceso de EPS o tesis.

Recomendaciones al grupo de Albavisión, TN23 todo noticias

- Designar o crear un departamento designado a manejar y publicar la información que se genera en las diferentes fuentes periodísticas.
- Dar instrucciones al personal para compartir publicaciones de otros noticieros.
- Competir con otras empresas, no a lo interno de la corporación.
- Brindar de las herramientas necesarias a epesitas para implementar proyectos de desarrollo o mejoras para la empresa.
- Realizar diagnósticos para desarrollar los resultados de un proyecto a lo interno de la empresa.
- Vender espacio publicitario en páginas web de los noticieros de la empresa.

4.6 Bibliografía

1. 8vo semestre en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Planificación de las Comunicaciones Sociales, 2010.
2. Liliana Celeste Ajin Lobo, Diagnóstico y propuesta de comunicación interna para la dirección departamental de educación de Escuintla, Guatemala, septiembre, 2014.
3. Carlos Interiano, Semiología y Comunicación, Guatemala 2003.
4. Sergio Flores de Gortari, Comunicación Administrativa Efectiva e Integral, 2a ed México: Trillas 1990, reimp. 2007.
5. Lesbia Eunice Aragón Godoy, Facebook Herramienta de Comunicación del Colegio Evangélico la Patria de Guatemala, Guatemala, mayo 2003.
6. Claudia Lorena Martínez Rojas, Propuesta de Estrategia de Comunicación Interna para Fomentar el ahorro en los colaboradores de la empresa bananera Agroamérica, Guatemala, noviembre, 2014.
7. Carlos Bonilla Gutiérrez, La Comunicación función básica de las relaciones públicas, México, 1988.
8. Aida Esperanza Leuro, Comunicación Eficaz y Positiva, Madrid, España, 2000.
9. Maite Melende, Comunicación e Integración Personal, 2da edición corregida, editorial Sol Terrae, España, 1985.
10. Carlos González Alonso, Principios Básicos de Comunicación, 2ª Edición, México, Trillas: ANUIS, 1989 (reimp. 1990).

11. Jorge Mario Almazon Moscoso, Comunicación y desarrollo, guía práctica para la dirección eficaz de los recursos humanos, Guatemala.
12. María Antonieta Rebell Corella, Comunicación Estratégica en las Organizaciones, México, 2006.
13. Carlos Fernández Collado, La Comunicación en las Organizaciones, México, 2002 (reimp 2009).
14. Nery Josué Urbina Arroyo, Estrategia de Comunicación Interna Instituto Nacional de Bosques –INAB-, Guatemala, noviembre, 2014.
15. William J. Goode, Métodos de Investigación Social, México, 1967.
16. Carlos Eduardo Méndez Álvarez, Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de Investigación con énfasis en Ciencias empresariales, Colombia, 2006.
17. Carlos Muñoz Razo, Cómo Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis, México, 1998.
18. Fernando Arias Galicia, Introducción a la técnica de Investigación en Ciencias de la Administración y del comportamiento, México, décimo primera reimpresión, enero, 1984.
19. Horacio, Cabezas, Metodología de la Investigación, Guatemala, 2000.
20. Aura M. Bavaresco de Prieto, Las Técnicas de la Investigación, Manual para elaboración de tesis, monografías, informes, Mexico, 1979.
21. Ario Garza Mercado, Manual de Técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales, México, 1988.
22. José Antonio Alonso, Metodología, México, 1995.

23. Amado Luíz Cervo, Metodología Científica, Colombia, 1980.
24. María de los Ángeles CeaD´Ancona, Metodología Cuantitativa, Estrategias y Técnicas de Investigación Social, Madrid, España, 2001.
25. Ricardo Homs Quiroga, La Comunicación en la Empresa, México, 1990.
26. Roberto Hernández Sampiere, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio, México, 2004.

Epigrafas

www.rae.es

www.wikipedia.org

anamoralesrosas.blogspot.com

(<http://anamoralesrosas.blogspot.com/2009/09/comunicacion-externa-y-sus-funciones.html>)

4.7 Anexos

Encuesta

Nombres y apellidos:

Puesto:

Edad:

1. ¿TN23 tiene página de internet?

Si tiene

No tiene

2. ¿Por cuál red social sigue a TN23, twitter o Facebook?

twitter

Facebook

3. ¿Conoce y utiliza el sitio de internet, www.youtube.com?

Si

No

4. ¿Se necesita la contratación de una persona, para el manejo de redes sociales, página de internet y you tube?

Si

No

5. ¿Falta un reportero para cubrir otras fuentes de información?

Si

No

6. ¿Los grupos de Whatsapp ayudan a mejorar la coordinación y comunicación?

Si

No

7. ¿Estaría de acuerdo que el noticiero de TN23, incluya en su programación, La buena nota del día?

Si

No

8. ¿Le gustaría mejorar el ambiente laboral con actividades recreativas?

Si

No

9. ¿Son importante las capacitaciones y charlar sobre los temas noticiosos?

Si

No

Fotos de las instalaciones y personal de TN23





Entrevistas

Byron Chinchilla, director de TN23

¿Cómo surge TN23, todo noticias?

Surge como una necesidad, romper aquellos paradigmas que los guatemaltecos solo podían ver noticias en horarios establecidos; a las 06:00 am, 12:00 pm, 13:00 pm, 19:00 pm o 22:00 pm. Como se venía haciendo en las últimas dos décadas. El objetivo era darle al ciudadano que le gusta ver noticias, la oportunidad de observarlas en el momento que están sucediendo. Haciendo uso de las tecnologías existentes para transmitir esas noticias. En un inicio el proyecto surgió como Albanoticias, duro con ese nombre de 6 a 1 año aproximadamente. El uno de marzo de 2012 sale al aire TN23, todo noticias, información las 24 horas del día.

¿Qué representa el logotipo TN23?

Las letras T y N significan todo noticias. El 23 es el número de frecuencia en UHF. Aprovechando ese numero es como se unifica y se crea TN23. Al inicio creo confusión, pues se creía que el canal esta ubicado en el canal 23 de cualquier empresa de cable. Actualmente los televidentes ubican a TN23 en diferentes números, todo depende de la empresa de cable. El color anaranjado es porque TN23 pertenece a la corporación Albavisión, dicho color es la base de ese nombre. Además color anaranjado le da fuerza a la imagen.

¿Cuántas personas trabajan actualmente en TN23?

Cuando inicio el proyecto como Albanoticias eran 12. Cuando cambio a TN23 en el 2012 el personal aumento a 28 y actualmente se registran 35 personas, diez mujeres y 25 hombres.

¿A parte de la transmisión de noticias, qué otros programas se transmiten?

Es un canal de noticias, entretenimiento e información. Se transmiten programas de salud, tecnología, El Rostro de la Noticia, Rincones de mi Patria, Farandula, deportes y Arte al Descubierta. De lunes a viernes el contenido es en un 75% noticias. Los fines de semana predomina el entretenimiento y la información.

¿Qué medios digitales se utiliza para transmitir?

Se tiene cuenta de twitter y Facebook. Por la facilidad se maneja mas la red social twitter, en 140 caracteres se debe informacion una noticia. El Facebook es una red social no es para un público que le guste informarse.

Redes sociales, y Facebook.

Anexo 3

Víctor Bolaños, subdirector TN23

¿Cuándo inicio el programa y cuál es su objetivo?

Inicio al mismo tiempo que el noticiero TN23 en marzo de 2012. Siendo un canal de noticias innovador, se crearon varios programas: de salud, tecnología, deportes y arte, entre estos El Rostro de la Noticia. Su objetivo era generar opinión, analizando con expertos en la materia aquellos programas nacionales o de interés nacional. Los analistas dan su postura, dando a conocer datos, de esa cuenta los televidentes forman su propia opinión con datos de expertos que están involucrados o conocen de los temas.

¿Qué días se transmite el programa y cuánto dura?

Se transmite de lunes a viernes de 16:00 a 16:30 horas. Los sábados y domingos se repite. En marzo de 2012 se inició con dos programas a la semana, después fueron tres y ahora son cuatro en vivo. Los viernes se repite el tema analizado más importante de la semana.

¿Es suficiente los 30 minutos que dura el programa?

La media hora es aceptable. Para el televidente actual los treinta minutos esta correcto, no tiene toda la tarde para ver el programa. A nivel personal el programa debería de tener una hora.

¿Los programas están subidos a una página web del canal para verlos?

No. El canal no tiene una página de internet, en la cual se suba los programas de cada semana. Las instituciones del estado o asociaciones que son invitados al programa

graban los temas analizados. Ellos suben los temas a sus páginas web de cada institución o asociación. En youtube están subidos algunos.

¿Qué temas son más interesantes para los televidentes?

Los sociales. Como la explotación de niños, maltrato, desigualdad, racismo y personas de la diversidad sexual.

Anexo 4

Axel Cardona/ Jefe de Información

¿Cuál es la programación de los programas de información y entretenimiento que transmite TN23?

Programa de Tecnología

Iniciando la semana nosotros nos enfocamos con el programa de tecnología, buscando tendencias como innovaciones tecnológicas que es a disponibilidad del usuario. Tecnología digital, tecnología móvil, últimos avances electrónicos, todo enfocado precisamente a la vanguardia, a lo último de la tecnología. Invitamos a especialistas, tanto en programación como en conocedores de dispositivos móviles. Hay marcas reconocidas que trabajan con nosotros para dar a conocer sus últimos dispositivos que tiene a nivel mundial. Esto ubica a Guatemala en buen lugar, pues se tiene un programa que da a conocer lo último en la tecnología. Últimos avances en software y hardware de compañías de electrónica, además de últimos avances de las redes sociales. También se toma en cuenta inventos de guatemaltecos.

Programa de Salud

En este programa tenemos dos opciones, notas médicas y una entrevista. En salud abordamos las enfermedades dependiente las épocas, las enfermedades que pueden afectar al guatemalteco, un resfriado o una alerta que ese a nivel internacional. (chicungunya, ebola). Tratamos de abordar los temas de salud, prevención, consecuencias. En las entrevistas invitamos a doctores de diferentes ramas o especialidades, tanto de hospitales como de clínicas médicas privadas, docentes de la facultad de medicina de la Universidad de San Carlos de Guatemala o privadas, esto

para ampliar y profundizar en los temas que interesan al televidente. Las entrevistas son los martes y las notas medicas los jueves.

Arte al Descubierto

Es un programa en vivo, dura treinta minutos, se da quince minutos a un artista y quince a otro para que tenga un espacio y puedan hablar del arte que fomentan. Espacio de arte y cultura; pintores, poetas, escultores, artistas, actores de teatro, personalidades que han trascendido en la música. El arte es un espacio muy olvidado en Guatemala, el artista nacional tiene poco apoyo, por eso nosotros les brindamos quince minutos a cada uno. Se transmite solo un programa a la semana, por cuestiones de temporalidad que duran las obras de artes, exposiciones de pintura etc. El artista tendrá oportunidad que visiten su exposición o proyectos.

Rostro de la Noticia

Aborda temas de interés social, problemas que afectan a los guatemaltecos de diferentes formas, económicos, políticos y sociales. Se abordan los temas durante toda la semana. Se analizan por medio especialistas, personalidades, analistas, para darle a conocer al guatemalteco la causa, consecuencias y soluciones que los afectan a diario.

Anexo 5

Carlos Letriana

¿Cómo surge Albavisión?

Habría que decir que en Guatemala la televisión inicio en 1955 con el canal gubernativo número 8, canal experimental que no avanza pues su alcance era muy poco. Luego en 1956 surge canal 3 que se convierte en el primer canal comercial de todo Centroamerica y es ahí donde realmente arranca la televisión guatemalteca con un pensamiento y criterio profesional. A raíz del apareamiento de canal 3, empiezan a darse varios cambios importantes, sobre todo a lo que la publicidad, ahora en televisión tenía que verse. Después de todo esto surge canal 7, seguidamente de canal 11 y 13. Los canales 3, 7, 11 y 13 mantuvieron una cierta pugna por temas comerciales. En 1983 la televisión se encuentran en un momento de competencia bastante fuerte, canal 11 y

13 pasaban por un momento de bonanza, sin embargo con canales 3 y 7 encuentran un punto de convergencia y es así como nace Albavisión.

¿Cómo surge el nombre de Albavisión?

Creo entender que según la disposición del socio mayoritario de Albavisión dispone por alguna razón usar un nombre femenino que está muy ligado a él, de esa manera surge el nombre de Alba-vision la empresa. Internacionalmente no puede decirse los canales de fulano de tal, no podría decir los canales 3, 7, 11 y 13, tenía que existir una sombría que cubriera todo y a razón de eso surge el nombre de la empresa Albavisión con cuatro canales.

Patrocinadores de TN23

10. Partido político Libertad Democrática Renovada, LIDER
11. Partido político Unidad Nacional de la Esperanza, UNE
12. Partido político Convergencia.
13. Alka-seltzer
14. Tabcin
15. Telepromos
16. Interacel
17. Teleton
18. Toyota Hilux
19. Ari Seguros
20. TV offer
21. Radios
22. Tepanyaki
23. Puerto Barrios
24. Clínica Less
25. Los Guachos
26. Sears
27. Ashly
28. Genommalab
29. Cines



30/07/2015 hasta 05/08/2015

25 043	Total de Me gusta	▲ 1,2%
338	Nuevos Me gusta	▲ 11,2%
16 904	Alcance total	▼ 10,5%
16 497	Alcance de la publicación	▼ 10,8%
3 255	Personas que interactuaron	▲ 1,4%

Dirígete a las personas que te importan para ampliar tu público.

TODONOTICIAS

Más información >

24,988
Me gusta

A Evelin Morazán, Delia Franco y 57 personas más les gusta esto.

Promocionar página >

15/07/2015 hasta 21/07/2015

24 329	Total de Me gusta	▲ 0,8%
227	Nuevos Me gusta	▼ 30,8%
3 149	Alcance total	▲ 127,4%
2 741	Alcance de la publicación	▲ 277%
443	Personas que interactuaron	▼ 7,9%

Dirígete a las personas que te importan para ampliar tu público.

TODONOTICIAS

Más información >

24,490
Me gusta

A Sharon Mabel, Evelin Morazán y 17 personas más les gusta esto.

@TN23NOTICIAS

33,590 TWEETS | 89 SIGUIENDO | 124,084 SEGUIDORES

TN23NOTICIAS retweeted **Bomberos Municipales** @bomberos... 7 horas
En 15 ave. 30 calle zona 5, fallece una persona de sexo masculino por herida de bala y otra de sexo femenino es trasladada a HR #CBM

TN23NOTICIAS @TN23NOTICIAS 7 horas
8 presuntos integrantes de la mara 18 fueron capturados en Villa Nueva durante un operativo antipandillas. pic.twitter.com/...

Twitterear a TN23NOTICIAS

Facebook Page Analytics (15/07/2015 hasta 21/07/2015)

24,667	Me gusta
---------------	----------

A El Refugio de la Niñez, Evelin Morazán y 17 personas más les gusta esto.

Promocionar página >

Invita a amigos a que indiquen que les gusta >

Fotos de la página >



