

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura



**“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMPETENCIAS
REDACCIONALES DEL EQUIPO DE COLABORADORES DE LAS REGIONES
ORIENTE Y SUR ORIENTE DE NUESTRO DIARIO”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

SILVIA PATRICIA CHUTÁN GARRIDO

CARNÉ: 200919435

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2017

Consejo Directivo

Director:

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

M.A.. Jhonny Michel González Batres

Secretaria:

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura:

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

Licda Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 24 de agosto de 2017

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista **Silvia Patricia Chután Garrido** con número de carné **200919435**, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **Departamento de Regionales** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **1 de junio** al **31 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMPETENCIAS REDACCIONALES DEL EQUIPO DE COLABORADORES DE LAS REGIONES ORIENTE Y SUR ORIENTE DE NUESTRO DIARIO"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por **Nuestro Diario**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

Jefe Regionales
Diarios Modernos, S.A.

Msc. Jorge Mario García
Jefe departamento de Regionales



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



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante
Silvia Patricia Chután Garrido
200919435
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMPETENCIAS REDACCIONALES DEL EQUIPO DE COLABORADORES DE LAS REGIONES ORIENTE Y SURORIENTE DE NUESTRO DIARIO**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barrios
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



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

DEDICATORIA

- A Dios:** A Él sea la gloria y el honor siempre, porque en medio de las pruebas y dificultades, que en ocasiones me hicieron dudar de que lograría cumplir esta meta, me muestra su amor, poder y misericordia.
- A Oscar Antonio:** Mi mejor amigo, futuro colega comunicador y amado esposo, quien no ha escatimado esfuerzos para apoyarme en mi formación como profesional y que me inspira a dar la milla extra en todo momento. Esto y lo que venga es por y para nuestra familia, mi Pekito.
- A mis padres:** Cecilia y Mario Magdaleno, los bastiones de mi vida, cuyos diferentes talentos, virtudes, habilidades, aptitudes y rasgos, me fueron heredados de cierta forma, como legado invaluable que siempre llevo conmigo y por lo que espero que se sientan orgullosos.
- A mis hermanas:** Brenda Cecilia y Marycela, porque de las cualidades que nos hacen diferentes y fuertes a cada una he aprendido mucho, y al terminar esta etapa tan importante recuerdo que fue posible también por sus muestras de apoyo desinteresado, las cuales valoro mucho.
- A mis sobrinos:** Jorge Pablo y Ana Sofía, aunque todavía son nuestros pequeños, estoy segura que les aguarda una juventud llena de dichas y grandes oportunidades para poder letrarse en la Academia.
- A mis cuñados:** Sergio Armando y Oscar Osiel, porque esta familia es lo que es, en buena parte gracias a ustedes, y personalmente, me han brindado apoyo y demostrado respaldo de diferentes maneras. Los quiero, respeto y bendigo de corazón.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, mi alma máter grande entre las del mundo, por constituirse en mi formadora, no solo en el aspecto académico sino también en conciencia social al despertar el deseo de constituirme parte de la ciudadanía productiva que aporta al país para devolver algo de lo recibido como becaria del pueblo.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, unidad académica en cuyos pasillos viví a plenitud parte de mi vida universitaria y en sus aulas recibí conocimientos invaluable de parte de mentores que de su gran experiencia compartieron sin envidia, para que las nuevas generaciones podamos representar dignamente el nombre de la ECC.

A Diarios Modernos, S.A., Nuestro Diario, empresa que me dio la oportunidad para crecer como profesional y para ejecutar el Ejercicio Profesional Supervisado y de la que me siento orgullosa de formar parte.

Al equipo de Regionales de Nuestro Diario por el respaldo dado para la ejecución de este proyecto académico, apoyo que han demostrado desde el primer día que me uní al grupo que cada día demuestra su entrega y esfuerzo sin importar qué.

A Karen Cardona y Evelyn Ruano, ahora colegas, que en diferentes etapas se constituyeron en maestras “del mejor oficio del mundo” para mí, con sus ejemplos y orientación aprendí muchas de las cosas que solo la práctica puede dar.

A mis entrañables amigos, Javier, Ruth, Vanessa, Fabiola, Estephanie, Desireé, Ana Ruth y Raquel, las personas más fabulosas, francas e incondicionales que pude conocer y que sé que están sinceramente felices por este logro alcanzado.

A los colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diarios, a quienes les tengo un gran aprecio por el compañerismo afectuoso que hemos formado y que estuvieron siempre dispuestos a apoyarme en esta recta final.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1 Ubicación geográfica.....	1
1.2.2 Antecedentes	1
1.2.3 Departamentos.....	3
1.2.4 Misión.....	8
1.2.5 Visión	8
1.2.6 Valores.....	8
1.2.7 Objetivos institucionales.....	9
1.2.8 Público objetivo	10
1.2.9 Organigrama	11
1.3 METODOLOGÍA.....	12
1.3.1 Descripción del método.....	12
1.3.1.1 Método inductivo	12
1.3.1.2 Método mixto	12
1.3.1.3 Método cualitativo	13
1.3.1.4 Método cuantitativo	13
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	14
1.3.2.1 Observación	14
1.3.2.2 Entrevistas	15
1.3.2.3 Encuesta	16

1.3.3 Cronograma del diagnóstico	17
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	18
1.4.1 Reporte de observación participativa	18
1.4.2 Fichas de entrevistas y puntos de encuentros/disensos	20
1.4.3 Gráficas e interpretaciones del resultado de encuesta	21
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	30
1.5.1 Fortalezas	30
1.5.2 Oportunidades	30
1.5.3 Debilidades	31
1.5.4 Amenazas	31

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	33
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	33
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	34
2.2.1 Objetivo general	34
2.2.2 Objetivos específicos	34
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	34
2.4 MENSAJE.....	34
2.5 ESTRATEGIAS	35
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	36

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	43
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	43
3.1.1 Financiamiento.....	43
3.1.2 Presupuesto.....	44
3.1.3 Beneficiarios	44
3.1.4 Recursos humanos	45
3.1.5 Áreas geográficas de acción.....	46

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	46
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	55
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	56
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	61
GLOSARIO DE TÉRMINOS	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65
E GRAFÍA.....	66
ANEXOS.....	68
Guía de observación	68
Transcripción completa de entrevistas	69
Modelo de encuesta	75
Vaciado de encuesta	76
Artículos publicados en blog.....	77
Modelo de afiche	92
Boletines electrónicos.....	93
Referencias fotográficas de equipos de trabajo.....	95
Check list de acciones	97
Fichas de registro de horas de práctica supervisada	99

RESUMEN

Nombre de la institución: Diarios Modernos, S. A. / Nuestro Diario

Nombre del proyecto: Plan de comunicación para el mejoramiento de las competencias redaccionales del equipo de colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario.

Objetivos del proyecto:

General: Facilitar herramientas teóricas para el mejoramiento de la redacción periodística de los colaboradores de los Regionales Oriente y Sur Oriente.

Específicos:

- Crear un espacio de consulta digital con temas relacionados a la efectiva redacción periodística.
- Promover la interacción e intercambio de ideas sobre redacción periodística, por medio de un grupo integrado en una aplicación de mensajería instantánea.
- Evaluar junto a los colaboradores debilidades y mejoras en su redacción periodística.

Sinopsis del proyecto:

Se publicó un blog con artículos sobre fundamentos de la redacción periodística, que deben aplicarse en la labor diaria del departamento de Regionales de Nuestro Diario; los textos formativos fueron publicados cada semana durante el período determinado para la ejecución de plan. También se compartieron boletines electrónicos para retroalimentación de los temas, ambos fueron dados a conocer en un chat grupal en la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, en la que se propició interacción entre colegas. El plan también incluyó el desarrollo de dos talleres con colaboradores y una charla con redactores, los cuales versaron sobre la importancia del aprendizaje y actualización constante en el oficio periodístico y de la coordinación oportuna para agilizar proceso, respectivamente.

INTRODUCCIÓN

El Diccionario de la Lengua Española define al término plan como “modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla”, guía que se llevó a la práctica durante el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se ejecutó un Plan de Comunicación en el departamento de Regionales de Nuestro Diario (Diarios Modernos, S.A.), el cual se planteó y realizó en varias fases, desde la participación en un curso propedéutico, asistencia a talleres de orientación para uso de herramientas tecnológicas, programación de citas de asesoría, elaboración de reportes, hasta la redacción del presente informe final, documento que compila a detalle lo realizado durante cada etapa.

En primera instancia, se presenta un resumen del plan propuesto, para dar paso al Diagnóstico de Comunicación, por medio del cual se obtuvo una radiografía de la situación actual del área en la que el medio de comunicación dio la oportunidad de ejecutarlo, de forma paralela al cumplimiento del trabajo en dicha empresa. Este incluye la descripción de la metodología utilizada para la detección de aciertos o falencias en el desarrollo de las actividades del departamento en el que se enfocó el plan.

El segundo pilar del proyecto es el Plan de Comunicación como tal, integrado por estrategias y acciones que se propusieron para el alcance de objetivos, aporte de soluciones y fortalecimiento de determinada área, con base en lo detectado en el diagnóstico. Este también incluye elementos determinantes para la ejecución del plan, como la descripción de productos, público objetivo, tipos de mensaje, entre otros.

Finalmente se incluye el apartado de Informe de Ejecución, en el cual se detallan los resultados de lo realizado durante el período de Práctica Supervisada, que constituyó más de 300 horas de labores, en un período de dos meses. Así como la sección de anexos, con material fotográfico, herramientas de medición y documentos que complementan lo señalado en los tres principales capítulos de este texto.

JUSTIFICACIÓN

La planificación es un proceso fundamental en todo proyecto por el que se apuestan resultados satisfactorios y la consecución de objetivos planteados. En el ámbito de la Comunicación y el Periodismo no es la excepción, pues la previsión de estrategias y acciones permiten contar con una guía de orientación en cada una de las etapas de determinada tarea, o bien para buscar alternativas que se adecúen a las necesidades del objeto de investigación, en este caso comunicacional.

En ese sentido, se desarrolló el presente Plan de Comunicación para el mejoramiento de las competencias redaccionales del equipo de colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario, como propuesta para el aprovechamiento de fortalezas, visualización de oportunidades, mejora de debilidades y reacción ante posibles amenazas.

En su mayoría, las acciones ejecutadas del Plan de Comunicación propuesto hicieron uso de herramientas y medios de comunicación digitales, por las características del grupo objetivo al que fue dirigido: colaboradores de Nuestro Diario que laboran en Santa Rosa, Jutiapa, Jalapa, Zacapa, Chiquimula y El Progreso. Lo cual no tuvo mayor inconveniente, debido a que los beneficiarios del proyecto están familiarizados con estas formas de interacción y las utilizan frecuentemente como parte de su labor.

Se focalizaron los esfuerzos en la realización de acciones que coadyuvaran a la mejora progresiva de las habilidades lingüísticas de los colaboradores, pero particularmente la de escritura, ya que es fundamental que esta sea efectiva para facilitar y optimizar los procesos en la elaboración de ediciones diarias de regionales.

Ejecutar este tipo de propuesta como parte del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura fue la opción que se tomó, en este caso, para concluir la formación de dicho grado académico superior, ya que es una oportunidad que brinda la Escuela de Ciencias de Comunicación para propiciar el contacto directo del aprendiz con las experiencias que le permiten forjarse como profesional competente en un campo que demanda actualización constante y presentación de propuestas novedosas.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo general

- Elaborar un diagnóstico sobre la dinámica comunicacional actual entre la jefatura, editores, redactores y colaboradores que trabajan en el departamento de Regionales de Nuestro Diario.

1.1.2 Objetivos específicos

- Reconocer a actores involucrados y procesos que se realizan cada jornada de trabajo en el departamento de Regionales de Nuestro Diario.
- Identificar barreras comunicacionales existentes entre editores, redactores y colaboradores, quienes proveen información diaria o periódica en forma escrita y gráfica, para la elaboración de los regionales de Nuestro Diario.
- Plantear y presentar, posteriormente, un plan de comunicación para dar solución a parte de las problemáticas detectadas.

1.2 LA INSTITUCIÓN

1.2.1 Ubicación geográfica

Avenida Petapa 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala, Guatemala.

1.2.2 Antecedentes

Durante la década de 1950 existió en el país un periódico llamado Nuestro Diario, propiedad de su fundador Federico Hernández León. En esa época, dicho medio era dirigido por Pedro Julio García, en el cargo de director; la jefatura de Redacción estaba a cargo de Álvaro Conteras. En la Redacción laboraban los profesionales Salvador Girón Cullier (+), Mario Sandoval Figueroa y el distinguido comunicador Isidoro Zarco (+).

Debido a las fuertes presiones y sometimiento del medio de comunicación impreso a favor de los partidos oficiales de Jacobo Árbenz Guzmán, dicho grupo de periodistas y amigos deciden formar un nuevo periódico, llamado Prensa Libre, el cual lideró el mercado informativo a partir de ese entonces.

Fue hasta 47 años después, en 1998 que Álvaro Contreras Valladares, hijo de Álvaro Contreras Vélez y otros socios del grupo Prensa Libre proponen un nuevo proyecto y lanzan un nuevo periódico.

Esta propuesta pretendía formar parte de la estrategia de mercado para hacer frente a la competencia que ejercía en ese entonces el grupo Corporación de Noticias, el cual tenía bajo su administración al matutino Siglo XXI, quien aliado con el Grupo La Nación, de Costa Rica, había lanzado meses atrás el periódico popular Al Día.

En ese contexto, el grupo Prensa Libre busca impulsar el proyecto denominado Nuestro Diario, por lo que une esfuerzos con Aldea Global, casa editora del periódico, para poder comenzar el proyecto bajo un esquema de recursos compartidos, lo cual les permitiría a ambas organizaciones mantener bajos niveles de costos para las producciones.

Nuestro Diario circuló por primera vez el 16 de enero de 1998 y tras 19 años de operaciones ha logrado posicionarse como el diario de mayor circulación en Guatemala y el tercero a nivel latinoamericano (Gerencia de Recursos Humanos Diarios Modernos, S.A.,2014).

Al cabo de un año, el recién lanzado Nuestro Diario superó a Al Día, alcanzando una distribución de más de 90 mil ejemplares diarios. Esto significó que para 2001, Al Día quedaba en el cuarto lugar en circulación nacional.

En la actualidad, el matutino se integra con secciones informativas del ámbito nacional, internacional, de impacto, deportivo, de farándula, familiar, opinión, así como 12 ediciones de ediciones departamentales segmentadas, para dar cobertura a las noticias generadas en los diferentes territorios.

Las doce entregas segmentadas geográficamente, como insertos en las ediciones capitalina y departamental, son Metro (notas comunitarias de las áreas urbanas y periferia

del departamento de Guatemala), Diario Xela (Quetzaltenango), Occidente (Totonicapán Huehuetenango y San Marcos), Centro Occidente I (Sacatepéquez y Chimaltenango), Centro Occidente II (Quiché y Sololá), Escuintla.

También abarca las regiones Oriente (El Progreso, Zacapa y Chiquimula), Sur Oriente (Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa), Norte (Izabal y Petén), Verapaz (Alta Verapaz y Baja Verapaz), Sur Occidente (Suchitepéquez y Retalhuleu) y Costa Sur (municipios fronterizos de Quetzaltenango y San Marcos); los cuales son alimentados por una red de más de 110 colaboradores que residen en todo el país.

En julio 2017 a nivel nacional el promedio de circulación se posicionó en poco más de 195 mil ejemplares a nivel nacional, de los cuales casi 12 mil corresponden a la región Oriente, al igual que en Sur Oriente, cuya cifra es menor por mínima diferencia.

Según el estudio Lectores de Nuestro Diario en Guatemala, elaborado de enero a agosto de 2017 por la empresa de investigación de mercado, Explico, S.A., que tomó una muestra de 3,004 personas, de un universo de 7.2 millones, se estima que el alcance del periódico es de 1.6 millones personas al día y que 3.1 millones leen Nuestro Diario, por lo menos una vez a la semana.

1.2.3 Departamentos

- ✓ Editor general: Vela por que se mantenga la política periodística de la empresa, da solución a problemas que surgen y determina el material que se publica.
- Gerencia de Redacción: Encargada de coordinar la logística necesaria para la operación del área de redacción en general, tiene a su cargo al personal de las unidades móviles, mensajeros y recepcionistas.
- Jefatura de Redacción: Área en la que se proponen, crean contenidos, se seleccionan noticias y se revisa la información que se brindará al lector

- Jefatura de cierre: Revisa el contenido de la edición y modifica algunos aspectos de fondo y diseño final, en caso de que no se haya apegado a algún lineamiento del medio.
- Jefatura de información: Responsable de la revisión de la portada y página final, aprueba los temas que se van a incluir en cada una de las secciones. Coordina la labor de los diferentes jefes y editores.
 - Deportes: Aborda información generada en el deporte local, nacional e internacional. Cuenta con equipo de reporteros y fotógrafos.
 - Investigación: Se dedica a la elaboración de trabajos de profundidad investigativa sobre determinados temas que son de interés para el público objetivo del medio.
 - Fotografía: Dicta lineamientos a los reporteros gráficos respecto al tipo de material fotográfico que el medio requiere. Recopila, clasifica, selecciona y edita las imágenes que se utilizarán en cada uno de los productos que integrarán cada edición.
 - Nacionales: Se encarga de la información de interés nacional que se genera diariamente, en el ámbito político, económico y de sucesos. Incluye los hechos más relevantes de todo el país. Cuenta con reporteros y fotógrafos para la cobertura de diferentes fuentes informativas.
 - Internacionales: Elabora un resumen diario de noticias relacionadas con política, economía y curiosidades, entre otras, que ocurren en diferentes países y tienen incidencia en la dinámica global. Prioriza la fotografía para presentar los datos de forma sencilla, concisa y breve.
 - Metro: Elabora seis ediciones a la semana con noticias comunitarias, de servicio, deportivas, sociales y religiosas, dando prioridad a la información que interesa a vecinos de colonias y barrios de la ciudad y municipios del

departamento de Guatemala. Se alimenta con información provista por los colaboradores del área, así como de reporteros y fotógrafos.

- Familia: Comparte con los lectores información y consejos aplicables en la vida cotidiana, relacionadas con las relaciones familiares, interpersonales, estética personal, hábitos, costumbres, finanzas domésticas y salud, entre otros temas educativos que promueven mejoras en la calidad de vida.
- Estrellas: Presenta un resumen de noticias relevantes y populares de la farándula, así como entrevistas y reportajes enfocados en el ámbito artístico y cultural, cuyos protagonistas son figuras importantes del cine, teatro, la música y la televisión, tanto nacional como internacional.
- Regionales: Departamento que elabora diez diferentes ediciones con noticias departamentales, que abarca información comunitaria, social, deportiva y cultural, entre otras de interés, para igual número de espacios geográficos segmentados del país. Cada uno de los Regionales está a cargo de un editor, un redactor y colaboradores que envían la información que se publica en ediciones regulares, que circulan de lunes a viernes, y en suplementos especiales que corresponden a fiestas locales o eventos de trascendencia para cada poblado en específico.
- Diario Empresa: Cubre y publica notas empresariales de novedades y servicios que lanzan las diferentes compañías que pautan y han establecido relaciones comerciales con el medio.
- Corrección: Departamento encargado de verificar el uso correcto del lenguaje y corregir los errores de forma de los textos periodísticos elaborados por las diferentes secciones informativas.
- Infografía: Sección encargada de elaborar el material infográfico con el que se complementan materiales elaborados por las diferentes secciones, así

como de láminas y gráficos educativos que constituyen un producto completo como tal.

- Diseño: idea, propone y elabora la parte visual de las diferentes secciones según las necesidades de cada una, haciendo uso de programas y herramientas digitales especializadas. Se apegan a las características de imagen que maneja el medio por tratarse de un periódico de tipo popular.
- Gerencia General: Responsable legal de la empresa y vela por el cumplimiento de todos los requisitos de Ley que se requieren para llevar a cabo sus funciones y operaciones.
- Gerencia de Producción: Se encarga de la adquisición de insumos para la elaboración del material impreso y de dirigir al recurso humano que ejecuta el proceso de producción. En esta dependencia laboran los jefes de taller, mantenimiento y post prensa; así como bodegueros, montacarguistas, consejeros, guillotinistas, elementos de seguridad, montadores, prensistas, ayudantes, asistentes de mantenimiento, encargados de compaginación, compaginadores y técnicos de pre-prensa digital.
- Gerencia de Circulación: Es la responsable de ejecutar la estrategia de circulación del medio, coordinarla, evaluarla y proponer las mejoras correspondientes cuando sea necesario. Está integrada por jefes de marca/circulación, de sectores metropolitanos, de sectores departamentales, de transporte y de suscripciones; así como de supervisores de mercadeo, de circulación, ejecutivos de ventas por sectores, coordinador de logística y transporte, supervisores de reparto, voceadores, repartidos, motoristas encargados de suscripciones y personal administrativo de apoyo.
- Gerencia de Ventas: Su objetivo es mantener y aumentar las ventas, por medio de la administración eficiente del recurso humano encargado y del mercado potencial

de clientes. En ella laboran jefes de tráfico y anuncios, de ventas directas, de agencias departamentales, de publicidad, de arte y diseño. También tiene a su cargo a asistentes de tráfico y ejecutivos de ventas senior, junior, y de telemarketing.

- Gerencia de Mercadeo: se encarga de promocionar la imagen del medio con anunciantes y público objetivo. Debe tomar las decisiones necesarias para garantizar el éxito de una oferta presentada. Para esta dependencia laboran jefes de marca de publicidad, de circulación, para Metro y para Regionales.
- Gerencia de Tecnologías de la Información (T.I): planifica, organiza, dirige, ejecuta y supervisa los servicios informáticos, da soporte técnico y administra las redes, aplicaciones y comunicaciones digitales internas. Es dirigida por jefes de estrategia, de diseño y de operación de servicios; así como de ingenieros de aplicaciones, de bases de datos y de infraestructura; también por técnicos de soporte Front Office y Back Office.
- Gerencia de Finanzas: le corresponde administrar de forma eficiente el capital de trabajo, tomando en cuenta el equilibrio entre riesgos y rentabilidad de inversiones. Se apoya con jefes de cuentas corrientes, de controles y el contador general; también por cobradores, asistentes y auxiliares de créditos y cobros; así como de asistentes de contabilidad.
- Gerencia de Recursos Humanos: se encarga de gestionar, organizar y maximizar el desempeño del capital humano. Además del gerente encargado, en ella labora el coordinador de admisión de personal, el reclutador de desarrollo departamental, la coordinadora de servicios para personal, el administrador de la Asociación Solidarista de Empleados Modernos (Asedimo), el supervisor de servicios generales; también asistentes de aplicación y desarrollo, de personal y prestaciones.

- Gerencia de operaciones: es dirigida por el jefe de seguridad, también integra al subjefe de seguridad, supervisor de seguridad, seguridad ejecutiva y agentes de seguridad interna.

1.2.4 Misión

Lograr una mejora en la calidad de vida de nuestro lector, en lo social y económico, a través del aporte informativo, comercial, educativo y de entretenimiento.

1.2.5 Visión

Ser un diario popular, ligero, con contenido de calidad centrado en el lector; y el de mayor circulación en América.

1.2.6 Valores

✓ Honestidad

- Que la verdad sea el factor central de todas nuestras actividades.
- No utilizar medios incorrectos, ni seguir procedimientos impropios para incrementar la circulación.
- No generar ni divulgar información falsa.
- Sostener relaciones basadas en transparencia y lealtad.
- Tener comunicación clara con los colaboradores.
- Respetar los activos y servicios de la empresa.
- Mantener relaciones respetuosas con terceros.

✓ Fidelidad

- Publicar noticias tal y como son.
- No publicar noticias o notas no confirmadas.
- No promover rumores y evitar murmuraciones.
- Llevar a cabo las tareas de la forma en la que se ha acordado.

- Actuar según las normas y valores de la empresa.
 - Ser leales hacia la empresa y sus colaboradores.
- ✓ Ecuanimidad
- Compartir con los colaboradores el fruto del esfuerzo de forma equitativa, desde la posibilidad que tenga cada uno de contribuir a dicho esfuerzo.
 - Incentivar en el personal la cultura del ahorro para aumentar sus ingresos y los de la empresa.
 - Trata de forma igualitaria a hombres y mujeres.

1.2.7 Objetivos institucionales

- Dar prioridad a la satisfacción de los intereses del lector.
- Mantener un continuo aprendizaje e innovación.
- Compartir la riqueza y conocimientos.
- Operar bajo los más altos estándares éticos.
- Ser ejemplo de valores y virtudes periodísticas y empresariales en la sociedad donde operamos.
- Ser el medio más influyente en los sectores populares.
- Buscar que todas las áreas tengan un desempeño de la más alta calidad profesional.
- Mantener un estándar de credibilidad editorial y comercial.
- Enseñar y exigir con base en el ejemplo.
- Asumir la responsabilidad en los fracasos y dar reconocimiento al éxito de los subalternos.
- Actuar con claridad y transparencia.
- Estar abierto a nuevas ideas y la crítica constructiva.
- Anteponer los intereses de la institución a los intereses personales.
- Manejar profesionalmente todo desacuerdo entre colaboradores en presencia de los involucrados y no durante su ausencia.

- Enfrentar todo problema, error o falta para buscar una solución de forma conjunta.

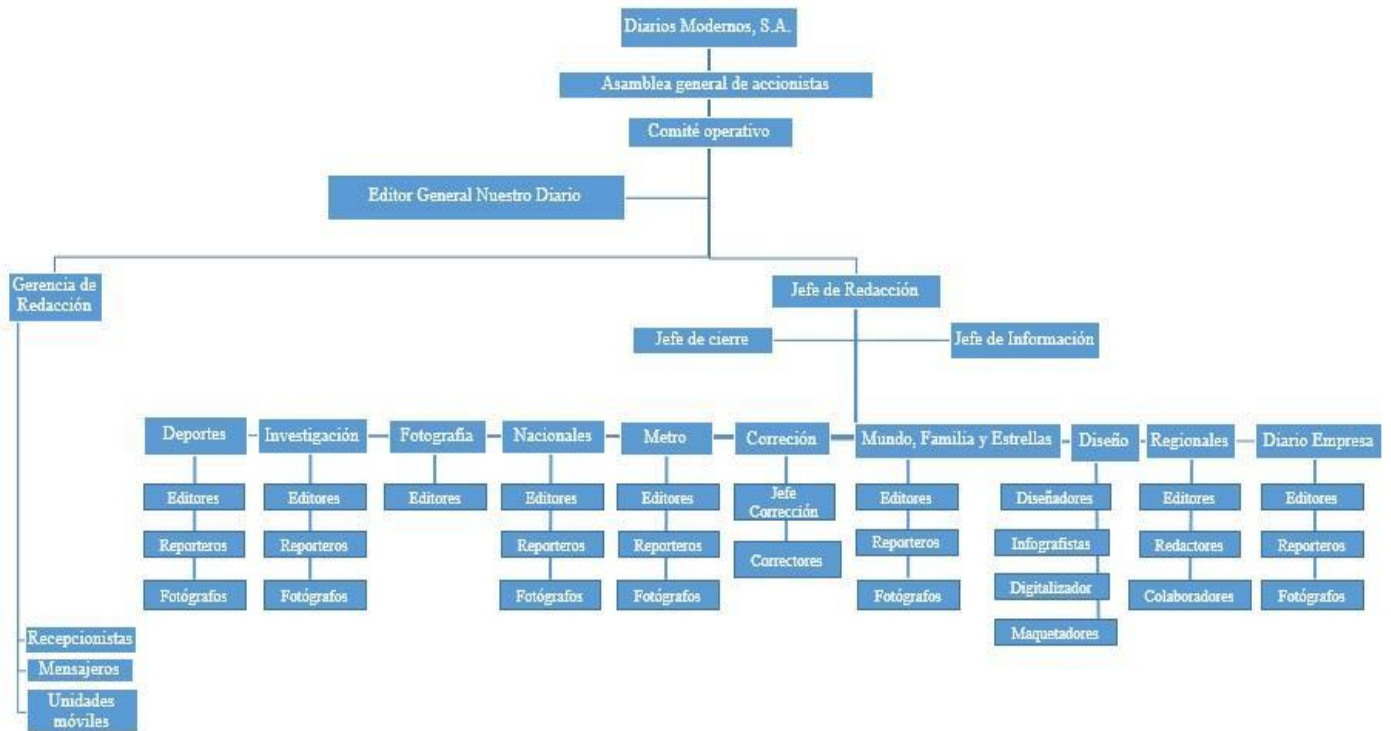
1.2.8 Público objetivo

La mayoría de los lectores de Nuestro Diario son hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 a 60 años, aunque también se integra parte del segmento de 13 a 17, grupos que se caracterizan por ser de niveles y patrones de consumo correspondientes a los ingresos populares y medios, los cuales tienen una condición social, moral y económica solvente. En su mayoría, desempeñan cargos en áreas administrativas, profesionales y técnicas.

De acuerdo con el estudio Lectores de Nuestro Diario en Guatemala, elaborado de enero a agosto de 2017 por la empresa de investigación de mercado, Explico, S.A., de sus lectores, 48 por ciento se encuentra en el rango de edad considerado milénial (34 años o menos), 39 por ciento son de la generación equis (34 a 55) y 29 por ciento son llamados *baby boomers* (55 o más). En cuanto a poder adquisitivo, se considera que 44 por ciento de los lectores pertenecer al nivel popular y 41 por ciento al nivel medio.

El lector promedio de Nuestro Diario, generalmente, no tiene el tiempo ni el gusto por otras publicaciones que no han sido escritas pensando en ellos, es decir algo que le deje algo de provecho para su diario vivir.

1.2.9 Organigrama



Fuente: Gerencia de Recursos Humanos, Diarios Modernos, S.A., 2014.

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del método

1.3.1.1 Método inductivo

Este parte de lo individual a lo general para encontrar algunas relaciones generales que fundamenten cierta teoría o hipótesis. Con esta forma de razonamiento se alcanza la capacidad de pasar de un conocimiento con cierto grado de generalización a otro mucho mayor. (Gómez, 2012, p.14).

En la labor investigativa se puede hacer uso de dos tipos de inducción: la completa, que requiere tener claro el número exacto de individuos o elementos que se abordarán en el estudio, o bien que al generalizarlos sean limitados; así como la incompleta, que se refiere a las inferencias inductivas que el ser humano aplica cotidianamente.

Al elaborar el diagnóstico se dio prioridad a la aplicación de la metodología de investigación inductiva, ya comenzó de lo particular a lo general, es decir que a partir de diferentes variables se establecen algunas de las conclusiones sobre la situación del entorno comunicacional. Aunque el enfoque cuantitativo que también se aplicó en una parte, aplica la metodología deductiva, su contraparte tomó protagonismo.

1.3.1.2 Método mixto

Hace referencia al conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos en una investigación en los cuales se recolectan y analizan datos tanto cuantitativos como cualitativos. Cuando estos se integran y se discuten en conjunto se pueden obtener inferencias que abarquen todos los puntos recabados y con ello alcanzar mayor conocimiento del fenómeno que se estudia.

Se vale de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos, entre otros para entender el problema que se aborda. Cuando se utiliza el enfoque mixto en una investigación se puede lograr una perspectiva más amplia y profunda, obtener datos más ricos y variados, desarrollar nuevas destrezas o competencias investigativas (Hernández S., Fernández y Baptista, 2010).

1.3.1.3 Método cualitativo

Este enfoque se fundamenta en la recolección de información sin recurrir a mediciones numéricas, para posteriormente afinar preguntas que permiten estructurar el proceso de investigación. Utiliza datos que corresponden a descripciones de situaciones, eventos, individuos, interacciones, conductas y sus manifestaciones. Las realidades que se estudian responden a variaciones en la forma, individuos, grupos o culturas.

Cuando se aplica este estudio, las preguntas e hipótesis pueden surgir antes, durante e incluso después de la recolección de datos. Aunque en este enfoque, el investigador plantea un problema, esto no quiere decir que siga un proceso definido como tal (Hernández S., Fernández y Baptista, 2010).

En este mecanismo la interacción física entre el investigador y el fenómeno es cercana, es decir que generalmente hay contacto entre ambas partes. Además la teoría no necesariamente es fundamentada de estudios realizados con anterioridad, sino que se construye a partir de los datos empíricos obtenidos y procesados.

Según Corbetta, en la investigación cualitativa la falta de homogeneidad de la información es uno de sus principales elementos constitutivos, es decir que la mayoría de sus datos son subjetivos, flexibles y relativos. (Corbetta, 2007).

1.3.1.4 Método cuantitativo

El investigador que hace uso del enfoque cuantitativo en su labor aplica la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico. Esto le permite establecer patrones de comportamiento y probar teorías científicamente respaldadas. Se apega a procesos, ya que es de carácter secuencial y probatorio.

Ya que los datos obtenidos mediante esta metodología son producto de mediciones se representan como cifras y se analizan a través de métodos estadísticos. Por esta característica es que la parte cuantitativa de una investigación mixta debe ser lo

más objetiva posible, ya que los fenómenos medidos no pueden ser alterados por el investigador (Hernández S., Fernández y Baptista, 2010).

En la comparación elaborada por Corbetta, el método cuantitativo debe ser estructurado, ya que las fases siguen una secuencia lógica y se utiliza una muestra estadísticamente representativa. (Corbetta, 2007).

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Cada investigador recurre a herramientas en función de las necesidades de su labor. Las más recurrentes estarán vinculadas a otras disciplinas, como las ciencias sociales.

Se debe tener claro cuáles son las condiciones materiales e institucionales, así como los obstáculos que se podrían enfrentar al momento de planificar y ejecutar el uso de instrumentos de recolección. (Domínguez, Valdez y Zanduetta, 2013).

Por abordar una investigación de comunicación, y que muchos de estos trabajos se enfocan en el método cualitativo, se aplicaron las técnicas más utilizadas por este enfoque que prioriza la interpretación de lo subjetivo. Sin embargo, no se dejará de lado uno de los instrumentos insignias del método cuantitativo, la encuesta, ya que a nivel general la metodología del presente diagnóstico es mixta.

1.3.2.1 Observación

Esta es una de las técnicas de investigación cualitativa clásicas, en ella el investigador se adentra en un grupo social determinado de forma directa (cuando se trata de observación participante), durante un período de tiempo establecido, en el entorno natural (sin ningún tipo de intervenciones que alteren la situación), estableciendo una interacción personal con sus miembros para describir sus acciones y comprender causas determinadas.

Cuando hacemos referencia a observación participante aludimos al tipo de observación que incluye la intervención directa del investigador en el objeto estudiado. A decir de Corbetta, el investigador puede obtener ciertos elementos subjetivos, ya que la subjetividad de la interacción y la interpretación es una de la característica de esta técnica (Corbetta, 2007).

En la elaboración de este diagnóstico se aplicó la observación participativa, ya que en el contexto de esta investigación se tienen conocimientos previos del fenómeno a evaluar, hay diferencias en los puntos de vista de los diferentes actores involucrados y el objeto de estudio no admite la presencia de extraños, es decir que su acceso es más fácil para quienes están directamente involucrados con él.

1.3.2.2 Entrevistas

Es la herramienta que tiene como objetivo obtener datos preguntado a los sujetos, pero con la característica del enfoque cualitativo de conocer la individualidad y opinión de la persona entrevistada. Se busca conocer la perspectiva del entrevistado, sus interpretaciones, percepciones y motivaciones.

Se trata de una reunión previamente programada para conversar e intercambiar información; por medio de preguntas y respuestas se logra establecer diálogo y construir significados respecto a un tema. Pueden ser estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas. Para garantizar la aplicación efectiva del instrumento, el entrevistador debe conocer sobre las técnicas de la entrevista, manejo de emociones, comunicación verbal y no verbal, así como programación neurolingüística.

No se trata únicamente de un procedimiento de obtención de información, sino de un proceso de interacción social. Sin embargo, sus protagonistas son sujetos seleccionados según un plan sistemático para la recolección de datos (Corbetta, 2007).

1.3.2.3 Encuesta

Se trata de la recolección de información haciendo preguntas a los individuos que son objeto de investigación, este conjunto conforma una muestra representativa. Se utiliza un cuestionario estandarizado para estudiar las relaciones entre variables.

Este está formado por dos partes fundamentales: las preguntas y las respuestas. Algunas de las ventajas de esta herramienta son la estandarización de los datos y la posibilidad de comparar las respuestas, permite obtener un volumen considerable de información en un tiempo relativamente corto y que puede adaptarse para obtener información de casi cualquier tipo de población.

Es una alternativa viable, ya que se basa en el diseño y aplicación de preguntas para obtener determinados datos (Gómez, 2012).

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

Fecha	Enero 2017			Febrero				
Actividad	16-20	22-26	29-02	5-11	12-16	17-18	19-23	24
Participación en curso propedéutico.								
Identificación del método de investigación a utilizar en la elaboración del diagnóstico.								
Búsqueda de respaldo teórico para aplicación de herramientas y técnicas de investigación.								
Ejecución de observación participativa.								
Solicitud de información oficial para la elaboración del apartado institucional.								
Recopilación de datos y redacción preliminar de documento diagnóstico.								
Realización de entrevistas y encuestas a actores del proceso comunicacional objeto de estudio.								
Procesamiento de información obtenida.								
Reuniones de asesoría y revisión de diagnóstico.								
Finalización de redacción y corrección de detalles de forma del documento.								
Entrega de informe del diagnóstico a asesores del EPSL 2017.								

Fuente: elaboración propia, 2017.

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Reporte de observación participativa

Tema: elaboración de diagnóstico comunicacional del departamento de Regionales de Nuestro Diario.

Fecha: del 5 al 16 de febrero de 2017.

Lugar: Redacción, segundo nivel, edificio de Nuestro Diario.

Observador: Epesista Silvia Patricia Chután Garrido.

Episodio: Proceso de planificación, redacción, edición, selección de fotografías, diagramación y cierre de ediciones diarias de los Regionales de Nuestro Diario.

Planificación: La jornada comienza con la revisión de la edición del día anterior, del material disponible en plataforma, comunicación con los colaboradores por medio de llamadas telefónicas para determinar cuál es el material pendiente de subir a la plataforma digital del medio y que está en proceso; estructuración de las páginas asignadas con las notas que se incluirán. En tanto, el jefe del departamento participa en la reunión de coordinadores de sección, donde se comenta el material con que se dispone como propuesta para integrar cada una.

Redacción: Mientras el redactor elabora el menú noticioso del día, el editor se encarga de subir al sistema operativo plantillas de páginas que se trabajarán. Posteriormente, el redactor se encargará de revisar e interpretar la información provista por los colaboradores para reescribirla en los artículos configurados en el programa correspondiente.

Edición: El editor recibe las notas redactadas y revisa aspectos de forma y fondo. Verifica que el enfoque que tengan sea el adecuado, según la línea editorial y características del regional que tiene a su cargo. Cuando concluye esta revisión, el artículo pasa a corrección para que el texto sea revisado en aspectos puramente de forma y que los encargados hagan las sugerencias correspondientes.

Selección de fotografías: Este paso corresponde a la selección de material fotográfico que realizan los editores de Fotografía, tras la revisión que hacen de lo enviado por los colaboradores. Las imágenes noticiosas que puedan ser utilizadas para la edición de cada regional, así como retratos de rostros para sondeos de opinión, son almacenadas en carpetas de una red a las que tienen acceso todos los involucrados en la elaboración del material; tras ser seleccionadas también pasan por un proceso de edición digital.

Diagramación: El equipo de este departamento es el encargado de maquetar las páginas, hacer los cambios respectivos en el diseño para adecuarlos a las necesidades editoriales, colocar fotos e imprimir los formatos modelo en tamaños 100 por ciento y 70 por ciento para las penúltimas y últimas revisiones, respectivamente.

Corrección: Cuando una nota termina de ser editada, es tarea del corrector de estilo revisar la forma de los textos, es decir ortografía, gramática y sintaxis de los mismos. Hacen dicha revisión en la versión digital de la nota y en los impresos tamaño 100 por ciento y 70, en los que hacen anotaciones, cuando proceden cambios.

Cierre: es la revisión final de cada página, en la versión impresa de 70 por ciento, la cual corresponde al editor y jefe del departamento, previo a ser trasladada al encargado de la enviarla en formato digital a los talleres de impresión. Según el área geográfica a la que se deba enviar cada regional, es su hora de cierre. Es recomendable que los que serán distribuidos en territorios más alejados de la ciudad capital deben cerrar a las 14:00 horas, como el caso de Oriente, y los que están en cercanías pueden hacerlo a las 16:00 horas, que es lo que corresponde a Sur Oriente.

1.4.2 Fichas de entrevistas y puntos de encuentros/disensos

Se realizaron tres entrevistas estructuradas a integrantes del departamento de Regionales, de tres jerarquías distintas, todas aplicadas en el área de Redacción del edificio de Nuestro Diario. La finalidad de estas fue conocer sus apreciaciones sobre los mecanismos actuales de comunicación con los colaboradores departamentales y si consideran que son adecuadas para las necesidades diarias; sus funciones y atribuciones diarias, falencias que creen que existen en el desempeño de los colaboradores y las consecuencias que estas tienen al momento de procesar la información y estructurar cada edición.

➤ Fichas de entrevistas

Entrevistado:	Msc. Jorge Mario García
Puesto:	Jefe departamento de Regionales
Tema:	Situación actual de la comunicación con colaboradores
Fecha:	15 de febrero de 2017
Hora programada:	9:30 am

Entrevistado:	Msc. Mario Morales
Puesto:	Editor de los Regionales Norte y Sur Occidente
Tema:	Situación actual de la comunicación con colaboradores
Fecha:	21 de febrero de 2017
Hora programada:	6:30 pm

Entrevistado:	Andrea Marleny Fuentes
Puesto:	Redactora del Regional Oriente
Tema:	Situación actual de la comunicación con colaboradores
Fecha:	19 de febrero de 2017
Hora programada:	4:00 pm

➤ **Puntos de encuentro y disensos entre entrevistados**

Encuentros: ✓

Disensos: ✗

Variable	Cargo	Jefe Regionales	Editor	Redactor
Los procesos son funcionales.		✓	✗	✗
Se disponen de suficientes mecanismos de comunicación.		✓	✓	✓
La redacción de los colaboradores podría mejorar.		✓	✓	✓
Las falencias causan pérdida de tiempo.		✓	✓	✓
Los colaboradores deberían recibir más capacitaciones.		✓	✓	✓

Fuente: elaboración propia, 2017.

1.4.3 Gráficas e interpretaciones del resultado de encuesta

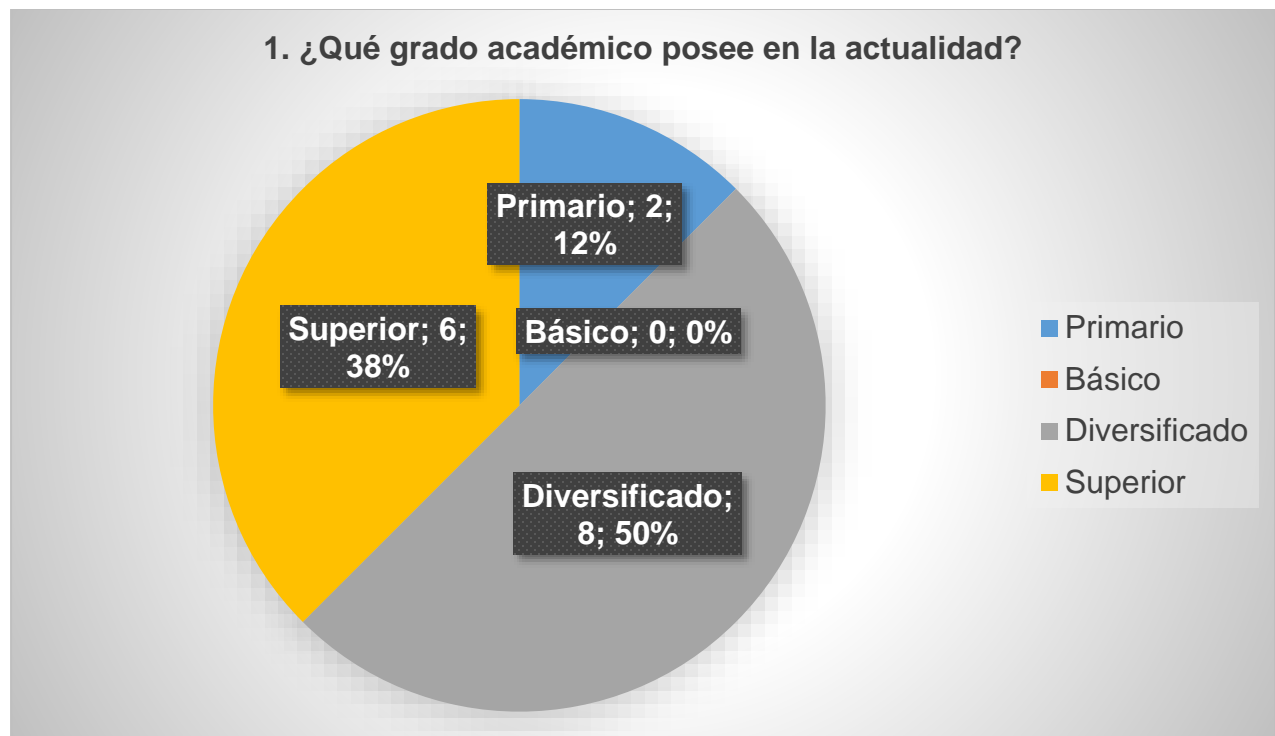
Se aplicó una encuesta a una muestra del grupo de corresponsales de las regiones Oriente y Sur Oriente, con preguntas cerradas sobre características de su labor y la percepción del trabajo que realizan. Posteriormente se realizó un vaciado de los datos obtenidos para finalmente analizar las gráficas correspondientes.

Se recopilaron datos generales como el lapso de tiempo que tienen de laborar para el medio de comunicación donde se realizó el estudio, su preparación académica formal y adicional; y los hábitos de lectura de textos propios y reestructurados, entre otras. El universo estudiado es de 22 individuos y el instrumento se aplicó a una muestra de 75

por ciento, es decir a 16 personas, de los cuales 69 por ciento son hombres y 31 por ciento mujeres.

De la muestra, la tercera parte es de género femenino, ya que del total de colaboradores (22) es la misma fracción de diferencia entre la cantidad de hombres y mujeres que integran el equipo: siete mujeres (31 por ciento) y 15 hombres (69 por ciento).

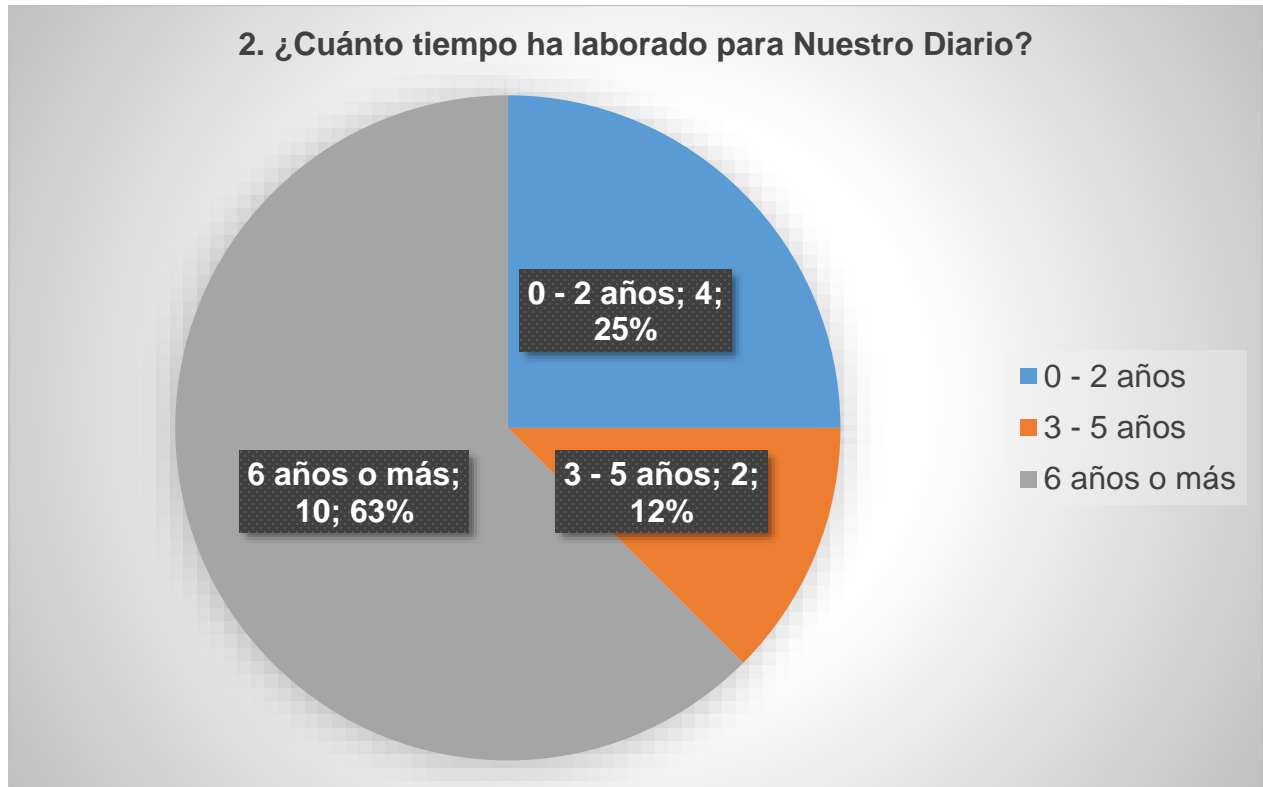
Gráfico 1



Fuente: elaboración propia, 2017.

La mitad de encuestados cursó estudios formales hasta el nivel de educación diversificada, mientras que 38 por ciento indican tener estudios universitarios; aunque de este grupo no todos concluyeron su preparación académica superior. Finalmente, el 12 por ciento de la muestra únicamente cursó primaria. Ninguno indicó haber concluido formación en el nivel básico.

Gráfico 2



Fuente: elaboración propia, 2017.

El gráfico número dos, refleja más de la mitad de los colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente han forjado trayectoria en la labor reporteril dentro de este medio impreso, ya que llevan más de seis años ejerciendo el oficio, algunos incluso manifestaron que tienen más de una década en sus puestos.

A este grupo le sigue el segmento de nuevas generaciones de comunicadores, ya que 25 por ciento se integró al grupo de trabajo en los últimos dos años; y 12 por ciento se han establecido en el medio, al laborar en este desde entre 3 y 5 años.

Gráfico 3

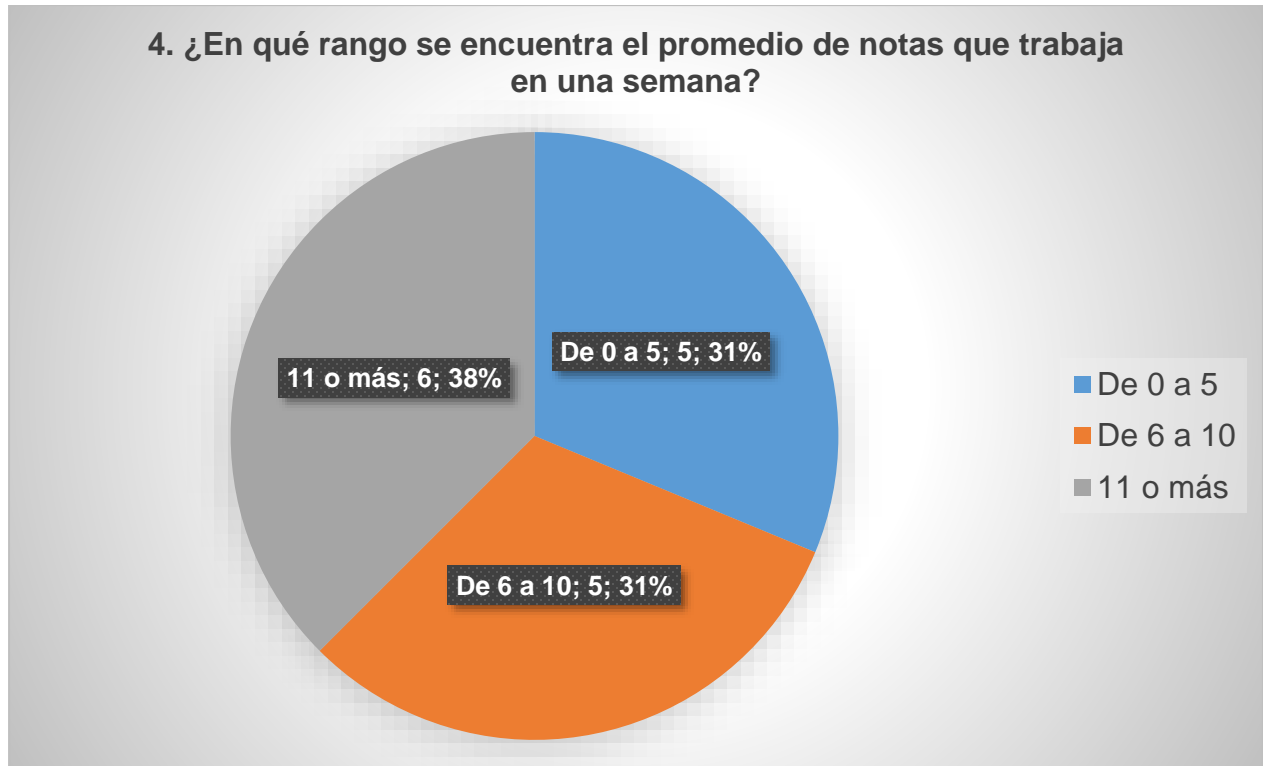


Fuente: elaboración propia, 2017.

En el gráfico número 1, se observó que la mayoría de encuestados posee estudios concluidos hasta nivel diversificado, de carreras como magisterio, perito contador y bachillerato.

Sin embargo, poco más dos terceras partes de quienes integraron la muestra han tenido la oportunidad de recibir orientación técnica y profesional en materia de redacción periodística, impartida específicamente por grupos de apoyo a comunicadores, organizaciones e iniciativa privada. Otro tercio del grupo no ha participado en estos programas formativos.

Gráfico 4

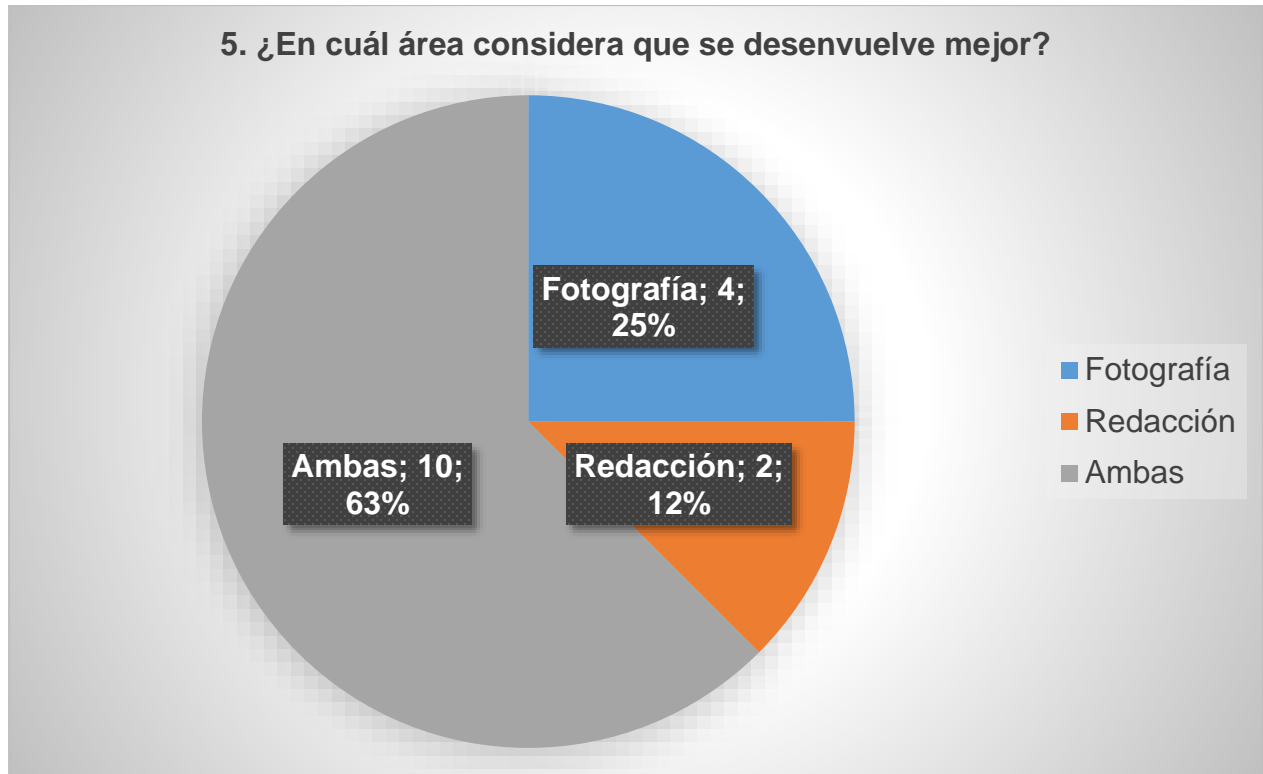


Fuente: elaboración propia, 2017.

Debido a que el regional Oriente, regularmente, es uno de los tres regionales con mayor paginaje diario, la producción de material informativo debe responder a este requerimiento. Por ello, los colaboradores han adoptado un ritmo de trabajo dinámico en el que mantienen alimentada con la plataforma noticiosa, según las necesidades. Este también es el caso de los colaboradores en cabeceras departamentales de Sur Oriente.

Esto se ve reflejado en el gráfico número 4, en el que se aprecia que 38 por ciento del grupo trabaja 11 o más notas durante la semana, le sigue el segmento que produce entre 6 y 10 notas, en el mismo período de tiempo, que abarca 31 por ciento de la muestra; mismo que se repite en el grupo de quienes únicamente trabajan entre cero y 5 notas, que corresponde a quienes cubren municipios y áreas rurales, en su mayoría.

Gráfico 5

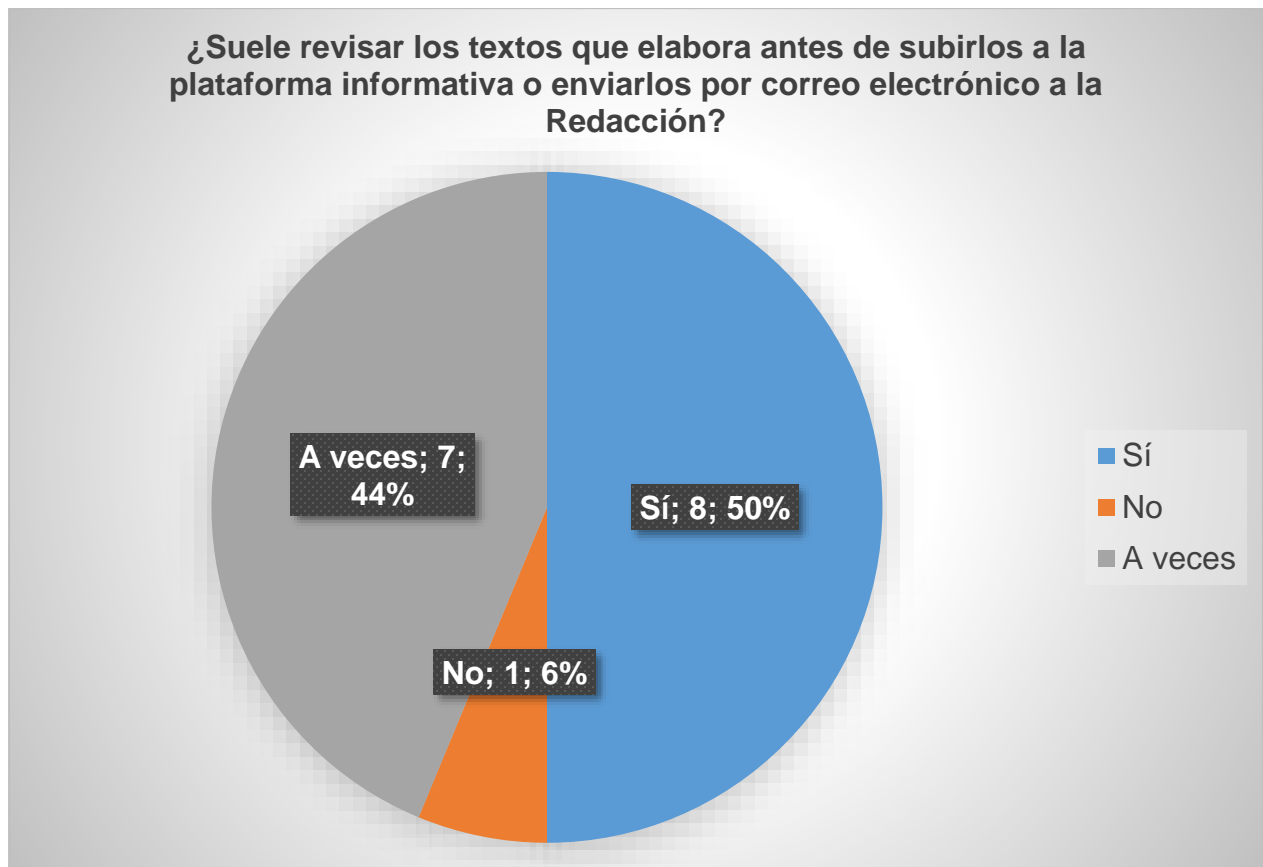


Fuente: elaboración propia, 2017.

Se puede deducir que la experiencia empírica y el tiempo que tiene la mayoría de encuestados de dedicarse al oficio reporteril les genera confianza sobre la calidad del trabajo, pese a que en ocasiones los editores y redactores señalan falencias o áreas de oportunidad para que mejoren en la generación de material noticioso.

Como se puede apreciar en la gráfica número 5, el 63 por ciento asegura que se desenvuelve de forma efectiva en el campo de la redacción y fotografía. Mientras que el 25 por ciento reconoce que se desempeña mejor al captar material fotográfico y únicamente el 12 por ciento indicó que la redacción es su fuerte en esta labor.

Gráfico 6



Fuente: elaboración propia, 2017.

Aunque al momento de verificar el material escrito que procesan los colaboradores, se suele detectar en ocasiones que la redacción no cumple con los parámetros requeridos en la labor periodística, la mitad de encuestados asegura que lee y revisa los textos antes de subirlos a la plataforma noticiosa en la que se administran, almacenan y consultan, o bien previo a enviarlos por correo electrónico.

En tanto, el 44 por ciento acepta que en ocasiones no lo hace; algunos individuos de este grupo enfatizaron que la razón por la que no siempre lo revisan es la premura con la que deben reportear, redactar y enviar el material. La muestra correspondiente al 6 por ciento no lo hace.

Gráfico 7

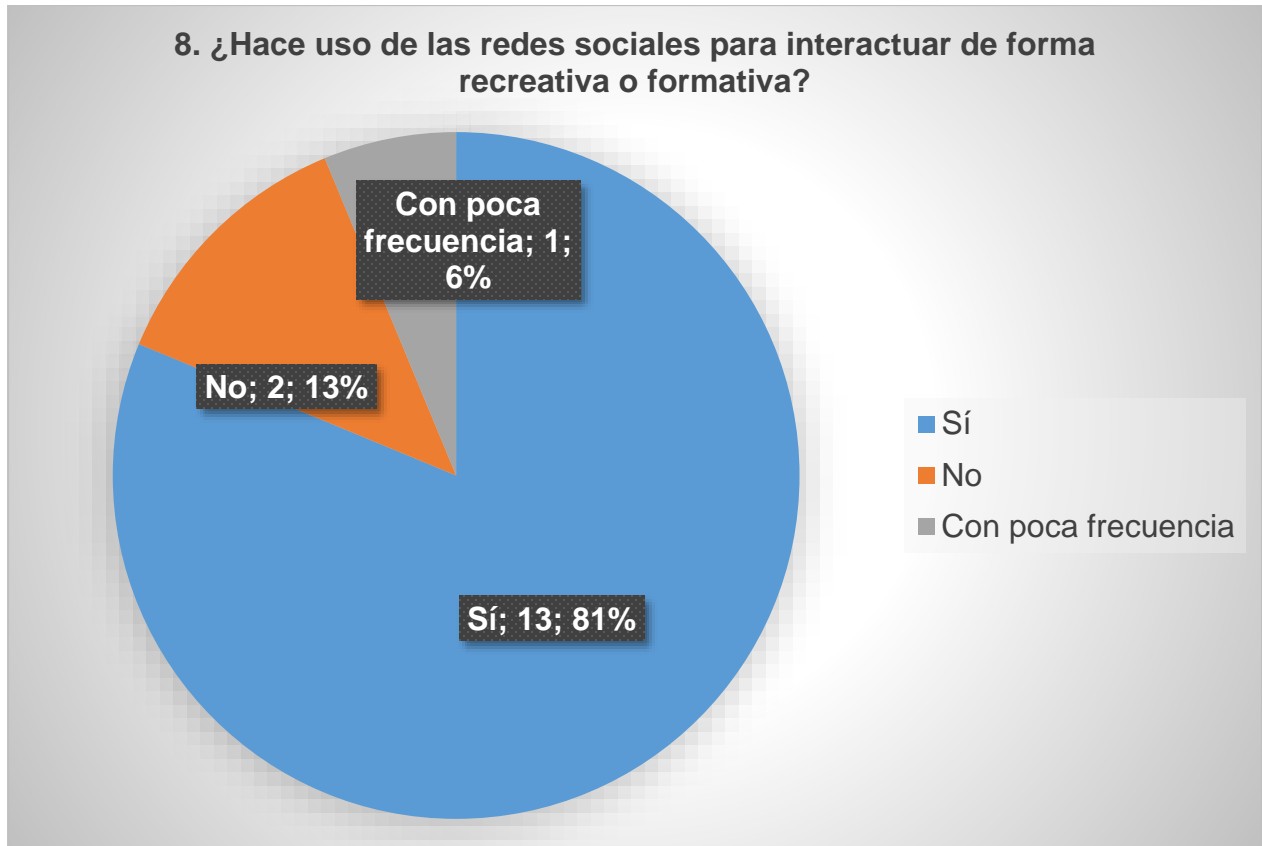


Fuente: elaboración propia, 2017.

El hábito de la lectura es una obligación de todo aquel que se dedica a la labor comunicacional. Esta no es la excepción para los corresponsales, que en su quehacer diario dedican parte de su tiempo a lecturas informativas o recreativas. En este sentido, poco más de tres cuartas partes de los encuestados aseguran que leen el texto final del material que producen en sus localidades.

Sin embargo, esta práctica no ha representado cambios significativos en cuestiones de forma y fondo del material que elaboran. El 25 por ciento indica que solo las lee cuando tiene acceso a la edición impresa y el 6 por ciento restante acepta que no lo hace.

Gráfico 8



Fuente: elaboración propia, 2017.

Contar con acceso a medios digitales de interacción e intercambio de información es uno de los requerimientos para cada colaborador. Ya que todos están familiarizados con el uso de programas de computación, navegadores de Internet y servicios de mensajería instantánea, el uso de redes sociales no es la excepción.

De la muestra evaluada, 81 por ciento utiliza una o más redes sociales, en su mayoría Facebook, 13 por ciento indica que no tiene cuenta en estas y que se limita a utilizar aplicaciones de mensajería como WhatsApp y 6 por ciento dijo que sí ha creado cuentas en redes sociales, pero que las utiliza con poca frecuencia.

1.5 Radiografía de la institución

1.5.1 Fortalezas

- La sección de Regionales de Nuestro Diario tiene una red integrada por más de 110 corresponsales departamentales a nivel nacional quienes proporcionan la información para la elaboración de las ediciones diarias.
- Tanto los editores y redactores, así como colaboradores cuentan con una plataforma digital de uso institucional en la que almacenan, consultan y administran el material informativo.
- El equipo de trabajo involucrado cuenta con acceso a comunicación vía Internet para el envío y recepción inmediata de información, por medio de plataforma, correo electrónico e incluso aplicaciones de mensajería instantánea.
- La mayoría de colaboradores tienen varios años laborando para el medio, por lo que conocen a detalle la dinámica de trabajo y requerimientos para propiciar que esta sea ágil y eficaz.
- El personal de la redacción cuenta con experiencia en el ámbito comunicacional y reporteril, por lo que orientan a los colaboradores en su labor diaria.

1.5.2 Oportunidades

- La disposición de herramientas digitales de comunicación, que están al alcance de los corresponsales, para poder capacitarlos.
- El acercamiento que las jefaturas propician cada cierto tiempo, entre editores, redactores y colaboradores con el objeto de intercambiar experiencias que permitan efectivizar el trabajo en equipo.
- La colaboración que podrían brindar diferentes miembros de cada área de trabajo, para la ejecución de una estrategia de comunicación interna, ya sea como propuestas o intervenciones directas.

- La relación cordial, profesional y de compañerismo que se ha entablado entre editores, redactores y colaboradores, propiciados por el trato diario y trabajo en equipo que se forma día a día.
- El espacio que brinda el medio masivo de comunicación para la ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, conveniente para proponer y ejecutar un plan de mejora comunicacional en el área asignada.

1.5.3 Debilidades

- La poca frecuencia con la que se tienen acercamientos directos, intercambio de ideas y capacitaciones junto a los colaboradores.
- El nivel y preparación académica formal en el ámbito comunicacional de algunos de los colaboradores.
- La falta de comunicación con los colaboradores sobre aspectos que se pueden mejorar en la labor periodística que realizan.
- El retraso en el trabajo diario, no únicamente generado por las falencias en el material de los corresponsales, sino por las solicitudes que se deben hacer a otros departamentos para contar con las fotografías que se necesitan o con elementos sugeridos y requeridos en el diseño de páginas.
- El uso inadecuado de herramientas digitales de comunicación, tales como la plataforma noticiosa y grupos de interacción en aplicaciones de mensajería instantánea.

1.5.4 Amenazas

- La carga de trabajo diario que no permite dedicar espacios a la creación de material educativo, de seguimiento e interacción con los corresponsales sobre los aspectos que deben mejorar como comunicadores.
- La carente voluntad y disposición que algunos colaboradores pudieran manifestar para aprender por iniciativa propia y aplicar conocimientos nuevos o actualizados

en sus labores diarias, como creadores de contenido para el medio de comunicación.

- Las fallas técnicas que presentan o afectan a equipos, programas, aplicaciones o redes sociales que se utilizan como canal de comunicación con los colaboradores.
- La falta de recursos o apoyo económico para la puesta en marcha de alguna propuesta comunicacional en la que se requiera invertir, ya sea en material, equipo y viáticos, entre otros.
- Los corresponsales que se integran al equipo de trabajo no cuentan con material de inducción específico para iniciar su labor como reporteros, fotógrafos y redactores de noticias departamentales.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En años anteriores, en la empresa Diarios Modernos, S.A., específicamente en las áreas de Redacción de Nuestro Diario, se han ejecutado proyectos de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos, en las secciones de Metro (cobertura de noticias comunitarias del departamento de Guatemala), Deportes y Regionales.

En esta última, el licenciado en Ciencias de la Comunicación, Mynor Marcelino Arita Letona, ejecutó una estrategia comunicacional para el fortalecimiento interno de la estructura de las notas y coordinación de especiales para las secciones de Deportes de los Regionales, en las que se prioriza la publicación de fútbol de Primera y Segunda División, así como de otras disciplinas deportivas.

Su proyecto fue ejecutado de junio a julio de 2016 y tuvo como objetivo general el fortalecimiento de la comunicación interna, mediante la planificación y capacitación a los más de cien corresponsales que laboran en todo el país para este medio impreso. Para cumplir con su cometido, procuró impulsar la planificación diaria con ideas para dar enfoques concretos a las notas informativas.

Por medio de una página web creada para este fin, proporcionó ideas a los colaboradores sobre la estructuración de notas periodísticas y fotografía deportiva. Además elaboró un calendario con fechas importantes del deporte nacional, como una guía para que los colaboradores pudieran elaborar trabajos especiales y salieran de la cobertura regular de partidos.

Según detalla el profesional en su Informe Final de EPSL también se le brindó folletos y material audiovisual a su público objetivo; además se puso a disposición de este grupo una carpeta con ejemplos de reportajes y notas especiales (Arita, 2016).

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo general

- Facilitar herramientas teóricas para el mejoramiento de la redacción periodística de los colaboradores de los Regionales Oriente y Sur Oriente.

2.2.2 Objetivos específicos

- Crear un espacio de consulta digital con temas relacionados a la efectiva redacción periodística.
- Promover la interacción e intercambio de ideas sobre redacción periodística por medio de un grupo integrado en una aplicación de mensajería instantánea.
- Evaluar junto a los colaboradores debilidades y oportunidades de mejora en su redacción periodística.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

En la ejecución de este plan de comunicación se tomó en cuenta a un público objetivo de tipo interno, el equipo de 22 corresponsales que cubren las regiones de Oriente (Chiquimula, Zacapa y El Progreso) y Sur Oriente (Santa Rosa, Jutiapa y Jalapa) y los dos redactores encargados de cada territorio.

2.4 MENSAJE

Se socializó la frase “Labor que implica responsabilidad”, variante de un fragmento extraído de una popular producción cinematográfica, lanzada en 2002, que tiene como protagonista a un superhéroe. Con ella se buscó que los receptores del mensaje se identificaran como profesionales del gremio periodístico, que constituye el cuarto “poder”, según el vox pópuli.

Además, trató de persuadirlos para que tomen en cuenta que su labor diaria requiere el compromiso de formación constante para ofrecer a los lectores un producto de calidad periodística.

2.5 ESTRATEGIAS

Con base en lo identificado en el diagnóstico de comunicación, se detectó que en el proceso de redacción y edición de las notas informativas incurre en retrasos debido a algunas falencias en la claridad, sencillez y concisión de los textos elaborados por los colaboradores.

En ese sentido se realizaron acciones de comunicación en el período establecido para la ejecución de la práctica supervisada de Licenciatura (1 de junio de 2017 al 31 de julio de 2017):

- Socialización de la importancia y necesidad de optimizar la redacción periodística, entre colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente.
- Publicación digital de artículos con recomendaciones y aspectos teóricos a tomar en cuenta al momento de redactar material periodístico.
- Orientación a colaboradores y redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente, sobre los requerimientos básicos que debe cumplir el material noticioso que generan a diario.
- Divulgación digital de aportes externos relacionados al tema semanal planificado y otros artículos de interés para el colaborador.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
¿A qué estrategia responde?	Socialización de la importancia y necesidad de optimizar la redacción periodística, entre colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente
Problema	Desconocimiento de los obstáculos con los que redactores y editores se encuentran en la jornada de trabajo para comprender algunos de los textos que los colaboradores elaboran y envían a través de la plataforma interna de la empresa.
Producto	Talleres en capacitaciones con colaboradores.
Objetivo comunicacional	Informar las razones por las que es menester contar con colaboradores eficaces en la redacción periodística y las estrategias del plan de comunicación.
Tipo de mensaje	Informativo y deductivo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Presencial: reuniones en la cabecera departamental de Jutiapa y en Río Hondo, Zacapa.

Charla No. 1	
Fecha y hora	30 de marzo de 2017 / 7:30 a.m. –2:00 p.m.
Lugar	Hotel Mansión La Villa. 4a. avenida 3-55 zona 3, Jutiapa, Jutiapa.
Expositores	Jorge Mario García, epesista Silvia Patricia Chután Garrido, Edwin Castro, José Elías Tárano y Carlos Duarte.
Tema	Capacitación colaboradores Sur Oriente.
Programa	<p>7:30 am Desayuno.</p> <p>9:00 am Tema 1: Retos y zona de confort de los colaboradores de Nuestro Diario, por Jorge Mario García.</p> <p>10:00 am Tema 2: Aspectos que debe mejorar el colaborador en redacción, por epesista Silvia Patricia Chután Garrido.</p> <p>11:00 am Presentación de Edwin Castro como integrante del equipo de Regionales de Nuestro Diario.</p> <p>11:20 am Tema 3: Taller de redacción, por José Elías Tárano.</p> <p>12:00 am Tema 4: Taller de fotografía, por Carlos Duarte.</p> <p>1:00 pm Almuerzo y cierre de actividad.</p>

Charla No. 2	
Fecha y hora	5 de mayo de 2017 / 7:30 a.m. – 2:00 p.m.
Lugar	Hotel Santa Cruz. Kilómetro 126, carretera al Atlántico, Río Hondo, Zacapa.
Expositores	Jorge Mario García, epesista Silvia Patricia Chután Garrido, Edwin Castro y José Elías Tárano.
Tema	Capacitación para colaboradores de Oriente
Programa	<p>7:30 am Desayuno.</p> <p>9:00 am Tema 1: Retos y zona de confort de los colaboradores de Nuestro Diario, por Jorge Mario García.</p> <p>10:00 am Tema 2: Aspectos que debe mejorar el colaborador en redacción, por epesista Silvia Patricia Chután Garrido.</p> <p>11:00 am Tema 3: Taller de fotografía, por Edwin Castro.</p> <p>12:00 am Tema 4: Taller de redacción, por José Elías Tárano.</p> <p>1:00 pm Almuerzo y cierre de actividad.</p>

Acción 2	
¿A qué estrategia responde?	Publicación digital de artículos con recomendaciones y aspectos teóricos a tomar en cuenta al redactar material periodístico.
Problema	El mínimo porcentaje de colaboradores posee estudios formales en material de periodismo y comunicación.
Producto	<p>Blog con artículos de consulta: http://soycolaboradoreficiente.blogspot.com/</p> <p>Temas a publicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de la redacción periodística • Estructura básica de la nota informativa • Redacción según el género periodístico • Redacción de titulares • Uso correcto de signos de puntuación • Redacción de pies de foto • Importancia de la lectura y revisión de textos • Factores de interés periodístico
Objetivo comunicacional	Proporcionar herramientas teóricas para la mejora de las competencias redaccionales de los colaboradores.
Tipo de mensaje	Educativo e inductivo.
Público objetivo	<p>Interno: 22 colaboradores y 2 redactores de ambos territorios.</p> <p>Zacapa: Carlos Aquino, Carlos Ramírez, Carlos Monroy, Gerardo Lorenty y Lorena Chacón.</p> <p>Chiquimula: Orlando Reyes, Nehemías Gutiérrez, Nancy Sola y Joaquín Álvarez.</p> <p>El Progreso: Olga Vásquez y Silvia Roca.</p>

	<p>Jalapa: Rosa Ortiz, Gustavo Villalta, Élfego Escobar y Fredi Gálvez.</p> <p>Jutiapa: Emeldina Rizzo, Owens Rizzo, Antony Godoy, Elena Polanco y José Alvarado.</p> <p>Santa Rosa: Oscar Quintana y José Sánchez.</p> <p>Redactores: Andrea Fuentes y Erick Cabrera.</p>
Medio de difusión	Digital: publicación semanal por medio de la plataforma habilitada para este fin; el día y hora anunciada con anticipación al público objetivo.

Acción 3	
¿A qué estrategia responde?	Orientación a colaboradores y redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente, sobre los requerimientos básicos que debe cumplir el material noticioso que generan a diario.
Problema	La carga de trabajo diario minimiza el tiempo que se puede dedicar para guiar a los colaboradores
Producto	Charla y decálogo dirigidos a redactores.
Objetivo comunicacional	Sintetizar diez puntos básicos sobre el tipo de comunicación que se debe entablar con los colaboradores y los requerimientos que se les deben hacer de forma recurrente.
Tipo de mensaje	Educativo e inductivo.
Público objetivo	Interno: redactores de las regiones Oriente y Sur Oriente, Andrea Fuentes y Erick Cabrera.
Medio de difusión	Impreso: afiche con decálogo sobre la orientación diaria que deben recibir los colaboradores.

Charla No. 3	
Fecha y hora	Jueves 1 de junio de 2017 / 3:30 p.m. – 4:00 p.m.
Lugar	Área de Redacción, segundo nivel edificio Diarios Modernos, S.A. Avenida Petapa 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala.
Expositora	Epesista Silvia Patricia Chután Garrido.
Tema y puntos a abordar	<p>Acciones diarias para armonizar el trabajo en equipo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El control de material con el que se dispone en plataforma y correo es provechoso para administrar mejor el tiempo. 2. Las llamadas telefónicas diarias de monitoreo a coberturas de colaboradores deben ser un hábito. 3. Valoremos los esfuerzos del trabajo de campo. 4. Propongamos temas fuera de las coberturas ordinarias para diversificar la oferta de géneros periodísticos que se ofrecen al lector. 5. Reiteraremos la importancia del reporte de hechos relevantes. 6. Aprovechemos los espacios para orientar a los compañeros. 7. Señalemos las deficiencias que pueden ser mejoradas. 8. Reconozcamos y elogiemos los aciertos logrados por el colaborador, como un estímulo motivante. 9. Cada jornada es una oportunidad de aprendizaje. 10. Reafirmemos en todo momento la importancia del respeto mutuo, sin importar la situación o malentendido que pueda surgir.

Acción 4	
¿A qué estrategia responde?	Divulgación digital de aportes externos relacionados al tema semanal planificado y otros artículos de interés para el colaborador.
Problema	Algunos colaboradores proveen material que incumple con los parámetros de calidad que se requieren.
Producto	Newsletter (boletín electrónico).
Secciones del newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestro equipo: columna invitada, escrita por un integrante del equipo de Regionales de Nuestro Diario. • Así lo presentan: material periodístico de medios nacionales o internacionales con información actual que permita comparar estilos de redacción. • Veo, escucho, aprendo: vínculo con material audiovisual elaborado por profesionales extranjeros y que son de acceso público en la plataforma YouTube, relacionados con la mejora de la labor periodística. • El pasatiempo: enlace a manuales o libros gratuitos sobre periodismo y obras literarias clásicas. • El tema de la semana: invitación a no dejar de leer los artículos informativos del blog.
Objetivo comunicacional	Contrastar la importancia que tiene cumplir con los parámetros fundamentales de redacción periodística en la labor diaria.
Tipo de mensaje	Educativo, informativo, inductivo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Digital, por medio de entradas con periodicidad semanal en el blog soycolaboradoreficiente.blogspot.com

Acción 5	
¿A qué estrategia responde?	Orientación a colaboradores y redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente, sobre los requerimientos básicos que debe cumplir el material noticioso que generan a diario.
Problema	Mínimo intercambio de ideas sobre los aspectos que se pueden mejorar en el trabajo diario.
Producto	Grupo vía WhatsApp, aplicación de mensajería instantánea.
Objetivo comunicacional	Relacionar los temas presentados en el blog y boletín con el quehacer diario.
Tipo de mensaje	Interactivo.
Público objetivo	<p>Interno. Se incluirá en el grupo a los 22 colaboradores.</p> <p>Oriente:</p> <p>Zacapa: Carlos Aquino, Carlos Ramírez, Carlos Monroy, Gerardo Lorenty y Lorena Chacón.</p> <p>Chiquimula: Orlando Reyes, Nehemías Gutiérrez, Nancy Sola y Joaquín Álvarez.</p> <p>El Progreso: Olga Vásquez y Silvia Roca.</p> <p>Sur Oriente:</p> <p>Jalapa: Rosa Ortiz, Gustavo Villalta, Élfego Escobar y Fredi Gálvez.</p> <p>Jutiapa: Emeldina Rizzo, Owens Rizzo, Antony Godoy, Elena Polanco y José Alvarado.</p> <p>Santa Rosa: Oscar Quintana y José Sánchez.</p>
Medio de difusión	Digital: de forma periódica a través de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1 Financiamiento

La ejecución del proyecto de comunicación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se realizó con recursos y equipo de cómputo propiedad de Diarios Modernos, S.A, que representaron 5.1 por ciento del total invertido.

Lo correspondiente a 94.3 por ciento de los fondos, fueron financiados por la epesista Silvia Patricia Chután Garrido, provenientes del pago que devenga de forma quincenal por su cargo como Editora Junior de la sección de Regionales de Nuestro Diario. También se contó con el patrocinio gestionado ante la empresa de compra-venta de insumos, Promar-k, que colaboró con 0.55 por ciento de lo invertido.

Fuente	Monto	Porcentaje
Epesista Silvia Patricia Chután Garrido	Q8198.00	94.3%
Diarios Modernos, S.A.	Q450.00	5.1%
Patrocinio Promark	Q48.00	0.55%
Total	Q8696.00	100%

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Asesoría comunicacional, durante un período de 2 meses.	Q8000	Q8000
2	Cuotas por pago de servicio de Internet fijo de 5 Megas.	Q225	Q450
2	Planes mensuales de Internet móvil de 2 Gigas.	Q99	Q198
3	Impresiones full color, tamaño doble carta 11" x 17", en papel tipo husky y guillotinas	Q16	Q48
		Total del proyecto	Q8696.00

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<p>Beneficiarios primarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores de Oriente y Sur Oriente. • Redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprendizaje para la mejora de su labor como reporteros redactores. ✓ Facilitación de su labor diaria en la estructuración de notas informativas.
<p>Beneficiarios secundarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal de los departamentos Corrección y Diagramación. • Lectores de los regionales Oriente y Sur Oriente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agilización en el proceso de elaboración de ediciones diarias. ✓ La optimización del tiempo en cada jornada permite la planificación y propuesta de temas novedosos para ofrecer al lector.

3.1.4 Recursos humanos

Personal	Cargo	Actividad
Msc. Jorge Mario García	Jefe departamento Regionales Nuestro Diario	Apoyo para la ejecución del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura en la sección a su cargo.
Lic. Erick Cabrera	Jefe departamento de Recursos Humanos	Facilitación de documentos para la elaboración del diagnóstico de comunicación.
Lic. Mynor Arita	Reportero sección Deportes, Nuestro Diario	Socialización de experiencias previas en la ejecución de un Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura en Nuestro Diario
Andrea Fuentes	Redactora regional Oriente	Análisis sobre las fortalezas y debilidades de la labor del regional Oriente. Redacción de primera columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.
Erick Esteban Cabrera	Redactor regional Sur Oriente	Análisis sobre las fortalezas y debilidades de la labor del regional Sur Oriente. Redacción de segunda columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.
Jorge del Cid	Editor Deportes Regionales	Redacción de tercera columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.
Licda. Carolina Hernández	Editora Centro Occidente I y II	Redacción de cuarta columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.
Msc. Mario Morales	Editor regional Norte	Redacción de quinta columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.
Rolando Alvarado	Redactor regional Sur Occidente	Redacción de sexta columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.
Jazmin Ortiz	Redactora Centro Occidente II	Redacción de séptima columna de opinión, publicada en blog para colaboradores.

3.1.5 Áreas geográficas de acción

Las diferentes acciones desarrolladas durante la Práctica Profesional supervisada se ejecutaron en tres puntos:

- ✓ Hotel Mansión La Villa: 4a. avenida 3-55 zona 3, Jutiapa, Jutiapa.
- ✓ Hotel Santa Cruz: Kilómetro 126, carretera al Atlántico, Río Hondo, Zacapa.
- ✓ Sede de Nuestro Diario: Avenida Petapa 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- Estrategia 1: Socialización de la importancia y necesidad de optimizar la redacción periodística, entre colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente.

Objetivo comunicacional: Informar y concienciar sobre el valor de la labor de colaboradores eficientes en la redacción periodística.

Descripción: Se impartieron dos talleres en igual número de reuniones de capacitación a las que se convocó y participó la totalidad de colaboradores de los regionales Oriente (El Progreso, Zacapa y Chiquimula) y Sur Oriente (Jalapa, Jutiapa y Santa Rosa).

La presentación fue propicia para socializar el mensaje del plan de comunicación: Labor que implica responsabilidad. Se reflexionó sobre esta consigna como preámbulo al tema principal y otros tratados.

En estas se abordaron temas como la importancia de la planificación en la labor diaria, los mecanismos para agilizar procesos y se dio especial énfasis a los aspectos que se deben mejorar en cuanto a la redacción de notas informativas.

Acciones:

1. Taller en capacitación a colaboradores de Sur Oriente
2. Taller en capacitación a colaboradores de Oriente.

Documentación fotográfica:



Epesista Silvia Patricia Chután Garrido imparte charla sobre aspectos a mejorar en la redacción periodística a colaboradores de la región Sur Oriente. – Marzo de 2017.



Epesista Silvia Patricia Chután Garrido imparte charla sobre aspectos a mejorar en la redacción periodística a colaboradores de la región Oriente. – Mayo de 2017.

- Estrategia 2: Publicación digital de artículos con recomendaciones y aspectos teóricos a tomar en cuenta al redactar material periodístico.

Objetivo comunicacional: Proporcionar herramientas teóricas para la mejora de las competencias redaccionales de los colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario.

Descripción: Se analizaron y seleccionaron ocho temas con base en las necesidades de mejora y agilización de procesos de la redacción y edición del trabajo diario en ambos regionales. Los artículos fueron escritos tomando como respaldo textos, libros y documentos autoría de profesionales y académicos de la comunicación, nacionales y extranjeros.

El enfoque que se dio a estos temas buscó que el público objetivo lo tomara como guía para responder mejor a los requerimientos de fondo, pero especialmente de forma, en la elaboración de material informativo.

Las entregas textuales se apegaron a un estilo sencillo, pero conciso, para que los lectores se identificaran con el contenido y que al consultarlo percibieran cierto tipo de acercamiento entre editor y reportero redactor.

Los temas publicados fueron:

- Características de la redacción periodística.
- Estructura básica de la nota informativa.
- Redacción de géneros periodísticos.
- Creatividad e innovación en la redacción de titulares.
- Uso de signos de puntuación.
- Efectiva redacción de pies de foto.
- Importancia de la lectura y revisión de textos.
- Factores de interés periodístico.

Acciones:

1. Planificación, creación y administración del blog <http://soycolaboradoreficiente.blogspot.com/> en el que se publicaron ocho artículos, con periodicidad semanal, los cuales podían ser consultados vía web o teléfono móvil con acceso a internet.

Documentación fotográfica:



Vista previa del blog <http://soycolaboradoreficiente.blogspot.com/>, versión web. – Julio 2017.



Vista previa del blog <http://soycolaboradoreficiente.blogspot.com/>, versión móvil. – Julio 2017.

- Estrategia 3: Orientación a colaboradores y redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente, sobre los requerimientos básicos que debe cumplir el material noticioso que se genera a diario.

Objetivo comunicacional: Sintetizar diez puntos básicos sobre el tipo de comunicación que se debe entablar con los colaboradores y los requerimientos que se les deben hacer de forma recurrente.

Descripción: Tras la observación realizada en el Diagnóstico de Comunicación, se determinaron una serie de prácticas que permiten agilizar y facilitar, en cierta medida, la labor de los redactores que depende del desempeño de los colaboradores; así como armonizar la relación entre miembros del equipo de trabajo. Estas se sintetizaron en diez puntos básicos y de aplicación práctica:

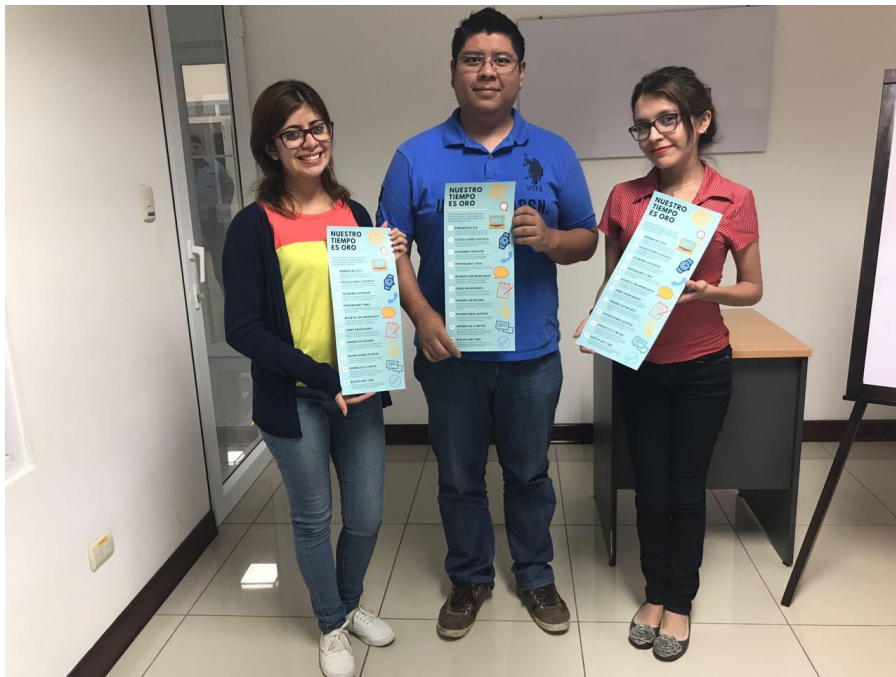
- Control de material en plataforma y correo.
- Llamadas telefónicas diarias como hábito diario.
- Valoración de los esfuerzos del trabajo de campo.
- Proposición de temas para elaborar.
- Llamado a reportar de inmediato hechos relevantes.
- Aprovechamiento de espacios y oportunidades para orientar a los compañeros.
- Detección de cualidades que pueden ser potencializadas.
- Reconocimiento y elogio a los aciertos.
- Valoración de cada jornada como una oportunidad de aprendizaje.
- Reafirmación de la importancia del respeto mutuo.

Acciones: 1. Presentación de Decálogo de buenas prácticas para la agilización de la labor en la Redacción, durante charla dirigida a redactores encargados de los regionales Oriente y Sur Oriente.

Documentación fotográfica:



Presentación de Decálogo de buenas prácticas para la agilización del trabajo en la Redacción, en charla dirigida por epesista Silvia Patricia Chután Garrido.- Junio 2017



Andrea Fuentes, redactora del regional Oriente; y Erick Cabrera, redactor del regional Sur Oriente reciben afiche con el Decálogo de Buenas Prácticas para la agilización del trabajo en la Redacción, entregado por la epesista Silvia Patricia Chután Garrido. – Junio 2017.

- Estrategia 4: Divulgación digital de aportes externos relacionados al tema semanal planificado y de otros artículos de interés para el colaborador.

Objetivo comunicacional: Contrastar la importancia que tiene cumplir con los parámetros fundamentales de redacción periodística en la labor diaria y relacionar los temas presentados en el blog y boletín, con el quehacer diario.

Descripción: El uso de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp es una dinámica que ha facilitado, de cierta forma, la comunicación inmediata con los colaboradores en diferentes circunstancias, ya que además de intercambiar información textual se pueden enviar y recibir audios e imágenes.

Por ello, se optó por aprovechar esta herramienta y abrir un espacio para compartir información e intercambiar opiniones que surgieran como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura. Aunque para fines laborales, se cuenta con grupos separados por región, para la estrategia de este plan se integraron en el mismo grupo los 22 colaboradores que integran el público objetivo, con el fin de enriquecer la interacción y conocer diferentes puntos de vista.

El grupo también permitió hacer evaluaciones semanales del material publicado por ambos grupos. En ese sentido, se reconocieron públicamente, por esa vía, los aportes y propuestas noticiosas de los colaboradores que destacaron durante la semana.

La dinámica posibilitó resaltar los aciertos y ponerlos de ejemplo para que todo el grupo tomara una idea del tipo de notas, reportajes, entrevistas y crónicas que enriquecen a

cada regional y le aportan valor agregado que es bien recibido por los lectores.

Además de la interacción entre colaboradores y epesista, se consideró valioso el aporte de material extra para su formación como periodistas, el cual consistió en videos educativos, ejemplos de material informativo de medios internacionales, vínculos a libros de acceso gratuito y la lectura de una columna escrita por integrantes de la Redacción de la sección de Regionales de Nuestro Diario.

Los enlaces de estos complementos fueron compilados en un boletín electrónico, el cual se tituló La Cápsula, y cuyo eslogan fue “Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos ‘clics’”. Este se publicó semanalmente en el blog <http://soycolaboradoreeficiente.blogspot.com/> cuyo vínculo correspondiente se compartió en el grupo de WhatsApp de colaboradores, para su fácil acceso por medio de teléfonos móviles o vía Web.

Por tratarse de un producto digital de naturaleza amigable y de fácil comprensión, se colocaron los hipervínculos respectivos sobre cada sección del boletín electrónico, de tal forma, que los lectores pudieron redireccionarse de inmediato a las páginas externas con el material extra.

Acciones:

1. Creación y administración de chat grupal en aplicación de mensajería instantánea WhatsApp.
2. Divulgación de ocho boletines electrónicos (newsletter), La Cápsula.

Documentación fotográfica:



Captura de pantalla del grupo en aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, integrado por el público objetivo del Plan de Comunicación de EPS. – Julio 2017.



Modelo del boletín electrónico No. 1, La Cápsula, que se divulgó cada semana, durante el período de Práctica Supervisada. – Junio 2017.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No.	Actividad	Mayo	Junio	Julio
1	Charla sobre mejoras en la redacción, durante capacitación con los colaboradores de la región Oriente.	■		
2	Estructuración y redacción del Plan de Comunicación.	■		
3	Inicio de ejecución de plan del EPS de Licenciatura.		■	
4	Creación de chat grupal en aplicación de mensajería instantánea WhatsApp.		■	
5	Charla y entrega de Decálogo a redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente.		■	
6	Publicación de primer entrada en blog: Características de la redacción periodística.		■	
7	Publicación de segunda entrada en blog: Estructura básica de la nota informativa; y de boletín electrónico número 1.		■	
8	Publicación de tercera entrada en blog: Redacción según el género periodístico; y de boletín electrónico número 2.		■	
9	Publicación de cuarta entrada en blog: Redacción de titulares; y de boletín electrónico número 3.		■	
10	Publicación de quinta entrada en blog: Uso correcto de signos de puntuación; y de boletín electrónico número 4.			■
11	Publicación de sexta entrada en blog: Pies de foto; y de boletín electrónico número 5.			■
12	Publicación de séptima entrada en blog: Importancia de la lectura y revisión de textos; y de boletín electrónico número 6.			■
13	Publicación de octava entrada en blog: Factores de interés periodístico; y de boletín electrónico número 7.			■
14	Concluye ejecución de estrategia y plan del EPS de Licenciatura.			■

Fuente: elaboración propia, 2017.

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>1. Socialización de la importancia y necesidad de optimizar la redacción periodística, entre colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente.</p> <p>Objetivo: Informar y concienciar sobre la importancia de contar con colaboradores eficientes en la redacción periodística.</p>	<p>El 100 por ciento de los colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente (22 comunicadores), es decir todo el grupo objetivo del Plan de Comunicación, participó en las dos capacitaciones organizadas para cada grupo, en las que se abordaron diferentes temas como la mejora de la redacción periodística, que fue el tema central de los talleres dirigidos por la epesista Silvia Patricia Chután Garrido.</p>	<p>“Desde hace casi cuatro años que no nos reuníamos y es importante. Lo que se aprende en las aulas no necesariamente es parte de nuestra línea editorial”</p> <p>-Nehemías Gutiérrez, Chiquimula.</p> <p>“La experiencia fue una buena motivación para poder dar lo mejor a Nuestro Diario”.</p> <p>-Silvia Roca, El Progreso.</p> <p>“Nos orientaron para aplicar mejor los conocimientos, ojalá haya más capacitación”.</p> <p>-Owens Rizzo, Jutiapa.</p> <p>“Reunirnos fue una oportunidad de convivir y de provecho laboral para mejorar”.</p> <p>-Fredí Gálvez, Jalapa.</p>

<p>2. Publicación digital de artículos con recomendaciones y aspectos teóricos importantes a tomar en cuenta al redactar material periodístico.</p> <p>Objetivo: Proporcionar herramientas teóricas para la mejora de las competencias redaccionales de los colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario.</p>	<p>El blog, en el que se publicaron ocho artículos semanales sobre diferentes temas relacionados con la redacción, se compartió a los 22 colaboradores de las regiones Oriente y Sur Oriente.</p> <p>Según las estadísticas generadas por el sitio albergado en blogspot.com, la página acumuló más de 600 visitas desde su creación el 1 de junio de 2017 al 15 de agosto de 2017.</p> <p>Del total de visitas a la página, 36 por ciento fueron desde el sistema operativo Macintosh, 27 por ciento desde Android, 22 por ciento desde Windows, 9 por ciento desde Linux y 3 por ciento desde iPhone.</p>	<p>“Algunas cosas que desconocíamos las pudimos poner en práctica; en lo personal, fue de ayuda para enriquecer mis conocimientos profesionales”.</p> <p>-Carlos Aquino, Zacapa.</p> <p>“Me pareció una buena iniciativa para compartir conocimientos. Traté de dedicar un espacio para leer cada artículo”.</p> <p>-Rosa Ortiz, Jalapa.</p> <p>“Para mí fue una herramienta en la que se nos dieron directrices para mejorar en las coberturas y en nuestro trabajo periodístico”.</p> <p>-Carlos Ramírez, Zacapa.</p> <p>“Tomé recomendaciones para escribir mejor mis notas, especialmente titulares. Es importante que estemos en constante actualización”.</p> <p>-Antony Godoy, Jutiapa.</p>
--	---	--

<p>3. Orientación a colaboradores y redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente, sobre los requerimientos básicos que debe cumplir el material noticioso que generan a diario.</p> <p>Objetivo: Sintetizar diez puntos básicos sobre el tipo de comunicación que se debe entablar con los colaboradores y los requerimientos que se les deben hacer de forma recurrente.</p>	<p>Los dos redactores de los regionales Oriente y Sur Oriente, Andrea Fuentes y Erick Cabrera, participaron en la charla impartida por la epesista Silvia Patricia Chután Garrido. Cada uno recibió un afiche con el Decálogo de buenas prácticas para la agilización de la labor en la Redacción.</p>	<p>“Nos reiteraron datos importantes que se aplican a diario en nuestra labor. Facilitan y refrescan la memoria para poder cumplir con efectividad cada tarea”.</p> <p>-Andrea Fuentes, redactora regional Oriente.</p> <p>“Me pareció interesante la manera de compilar dicha información en un decálogo. Lo recomendado era sencillo y de aplicación diaria”.</p> <p>-Erick Cabrera, redactor regional Sur Oriente.</p>
<p>4. Divulgación digital de aportes externos relacionados con el tema semanal planificado, y de otros artículos de interés para el colaborador.</p> <p>Objetivo: Contrastar la importancia que tiene cumplir con los parámetros fundamentales de</p>	<p>Se elaboraron y publicaron ocho boletines electrónicos titulados La Cápsula, en igual número de semanas. La compilación de material digital se dividió en cinco segmentos.</p> <p>Además los 22 colaboradores de ambas regiones integraron el grupo de WhatsApp creado para el intercambio de ideas, opiniones y</p>	<p>“Ha sido una herramienta útil y práctica. Hemos comprobado que la comunicación es la base del entendimiento”.</p> <p>-Élfego Escobar, Jalapa.</p> <p>“Este tipo de circulares vía internet nos ayuda y fortalece conocimientos para los que nos dedicamos al periodismo”.</p> <p>-Carlos Monroy, Zacapa.</p>

<p>redacción periodística en la labor diaria y relacionar los temas presentados en el blog y boletín, con el quehacer diario.</p>	<p>evaluaciones espontáneas que surgieron como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.</p>	<p>“Los grupos de WhatsApp con fines laborales son la manera más rápida de comunicarnos, además por esa vía también damos a conocer nuestro trabajo de campo para que sea tomado en cuenta”. -Oscar Quintana, Santa Rosa.</p> <p>“Le hemos dado uso adecuado a la herramienta para la retroalimentación de directrices y la coordinación de trabajo”. -Joaquín Álvarez, Chiquimula.</p>
---	---	---

CONCLUSIONES

La ejecución del Plan de Comunicación del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura, en el departamento de Regionales de Nuestro Diario, permitió aplicar en campo habilidades, conocimientos adquiridos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así como las estrategias propuestas bajo supervisión del asesor del EPS.

Por su naturaleza, la carrera periodística requiere recurso humano competente que esté en constante actualización y formación para garantizar que su trabajo estará apegado a las necesidades del campo noticioso actual. En ese sentido, la búsqueda de conocimientos y herramientas que permitan responder a dicho panorama fueron aprovechadas por quienes tienen la voluntad y disposición de mejorar como profesionales, ya que muchas de estas están al alcance y son gratuitas.

La facilidad con la que se pueden crear sitios educativos de consulta digital, y lo sencillo que resulta navegar en ellos son una oportunidad con potencial. En este caso, el blog sirvió para compartir artículos sobre temas relacionados con el quehacer periodístico, específicamente en aspectos de redacción que podían ser mejorados. Además, el contenido del boletín electrónico permitió retroalimentar y brindar opciones de consulta digital para reforzar los temas.

Mantener comunicación constante como equipo de trabajo es fundamental, especialmente en la labor noticiosa, para garantizar el flujo de información entre los miembros del grupo. Pese a que deben ser de uso complementario, las aplicaciones de mensajería instantánea son eficaces para dar a conocer información textual, gráfica y auditiva de forma inmediata, tanto para el quehacer diario, como para el intercambio de ideas, que pueden ser de tipo formativo y evaluativo.

La valoración del desempeño de colegas, identificación de aciertos y de oportunidades de mejora, emisión de recomendaciones, así como la autoevaluación son prácticas que deben ser propiciadas por quienes desempeñan cargos editoriales, en este caso la epesista. La fase de práctica supervisada fue un espacio propicio para realizar dicha acción, que generalmente se deja rezagada, en ocasiones porque la cantidad de trabajo diario absorbe las oportunidades para realizar dichas acciones.

RECOMENDACIONES

Tras concluir las fases de diagnóstico, elaboración y ejecución del Plan de Comunicación para el mejoramiento de las competencias redaccionales del equipo de colaboradores de los regionales Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario, recomiendo:

- Que los colaboradores mantengan la buena disposición de aprendizaje y seguimiento de directrices que se emiten desde la Redacción, para dinamizar de mejor forma el proceso de elaboración de las ediciones noticiosas diarias; así como el aprovechamiento de recursos formativos en materia de comunicación que estén a su alcance.
- La búsqueda de espacios y mecanismos, por parte de los editores de los diferentes Regionales, para intercambiar opiniones e ideas, así como destacar los esfuerzos de los colaboradores para motivar a cada integrante del equipo, lo cual podría incidir en la optimización constante de su desempeño. Para ello, se podrían aprovechar aplicaciones y redes sociales a las que los colaboradores tienen acceso.
- A los redactores de Regionales, que más allá de la coordinación de cobertura noticiosa, traten de establecer una relación tipo orientador-aprendiz, entre ellos y los colaboradores, para que esto permita en cierta medida, que se genere el tipo de material que facilite el trabajo y permita ofrecer al lector un producto noticioso de la calidad que merece.
- Que la jefatura del Departamento de Regionales organice, de forma periódica pero con cierta regularidad, reuniones de capacitación en las que se interactúe de forma directa y se expongan lineamientos, recomendaciones, demandas, observaciones y opiniones sobre la dinámica laboral en la que los convocados se involucran.

- A Nuestro Diario, que como referente y medio impreso de mayor circulación en todo el país, continúe apoyando la formación y experiencias de campo de futuros profesionales, de la forma en la que lo han hecho, al abrir sus puertas y dar oportunidades invaluableles a epeistas y practicantes de las carreras a nivel técnico y Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de diferentes casas de estudios superiores.
- En cuanto a los compañeros estudiantes y colegas periodistas que optarán por realizar Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, en general les sugiero que realicen este proceso con toda la seriedad y compromiso que requiere; y a quienes emprendan dicha tarea en Nuestro Diario que pongan especial atención a la fase de Diagnóstico de Comunicación para que los aportes estratégicos que puedan hacer sean aprovechados lo mejor posible para beneficio de la empresa.
- A las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que continúen fomentando la academia y la práctica en campo, como en los últimos años, para que las nuevas generaciones de comunicadores estén en capacidad de responder a la demanda de profesionales vanguardistas, que en cualquier ámbito en el que ejerzan representen con honor a la Universidad de San Carlos de Guatemala.

GLOSARIO

- **Baby boomer:** Término usado para describir a las personas que nacieron durante el llamado *baby boom*, que sucedió en países anglosajones en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1964.
- **Blog:** Bitácora o sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor, contenido de su interés, que es actualizado con frecuencia y a menudo comentado por los lectores.
- **Colaborador:** Profesional con conocimientos técnicos y teóricos sobre comunicación que labora a nivel externo de la Redacción y provee material noticioso que es remunerado por el medio de comunicación tras su publicación.
- **Competencia:** Conocimientos, habilidades y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y practicar en el entorno en el que se desenvuelve.
- **Configurar:** Dar determinada forma a algo.
- **Decálogo:** Conjunto de normas y consejos que, aunque no necesariamente sean diez, son básicos para el desarrollo de cualquier actividad.
- **Enlace:** Secuencia de caracteres que se utiliza como dirección para acceder a información adicional en un mismo o distinto servidor.
- **Generación X:** Hace referencia a las personas nacidas tras la generación del *baby boom*, suele incluir a las personas nacidas a principios de 1960 hasta aquellos nacidos en 1980.
- **Infografía:** Representación visual informativa o diagrama de textos escritos que resume o explica figurativamente. Se compone de gráficos y signos como pictogramas, ideogramas y logogramas para formas descripciones, secuencias e interpretaciones.

- **Maquetador:** Persona encargada de hacer la maqueta de una publicación que se va a imprimir.
- **Mensajería instantánea:** Forma de comunicación en tiempo real entre dos o más personas basada en textos enviados a través de dispositivos conectados a redes de internet o datos móviles, sin importar la distancia entre los destinatarios conectados.
- **Milénial:** Persona que llegó a la etapa adulta después del 2000, es decir con el cambio de siglo y que posee cualidades como amor por la tecnología.
- **Newsletter:** Publicación digital informativa que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad. Contiene artículos de interés sobre el ambiente en el que se desenvuelve.
- **Nivel popular:** Término para identificar a un estrato económico de la sociedad, que corresponde a las familias cuyo núcleo genera mensualmente ingresos de o menores a Q10 mil.
- **Paginaje:** Cifra que hace referencia a la cantidad de páginas que compone alguna edición de periódico, revista o gaceta, generalmente en formato impreso.
- **Plataforma informativa:** Herramienta digital interna en la que se almacena, administra, consulta y califica el material noticioso, en forma de texto y fotografías, que son compartidas por los colaboradores. Cuenta con accesos específicos para colaboradores, redactores, editores y administradores.
- **Red social:** Medio de comunicación social que permite establecer contacto con otras personas por medio de la web o aplicaciones móviles conectadas a internet.
- **Regionales:** Departamento noticioso de Nuestro Diario que se encarga de elaborar 12 ediciones de noticias departamentales, segmentadas por ubicación geográfica.

BIBLIOGRAFÍA

- Arita, M. (2016). Estrategia comunicacional para el fortalecimiento interno de la estructura de las notas y coordinación de especiales para la sección de deportes de regionales de Nuestro Diario. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Gerencia de Recursos Humanos Diarios Modernos, S.A. (2014). Documento de inducción, *Nuestra Empresa*, Guatemala: Nuestro Diario. 20 pp.
- Interiano, C. (2016). *La información periodística*. En ABC del periodismo (pp. 17-36). Guatemala: Editorial Estudiantil Fénix.
- Paiz, C. (2009). *Los géneros periodísticos*. En Didáctica de la redacción periodística (pp. 66-80). Guatemala: Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos.
- Salvatierra, H. (2015). *Factores de interés periodístico, los objetivos de la prensa*. En Periodismo esencial, claves de un ejercicio apasionante (pp. 49-52). Guatemala: Artemis Edinter.

E GRAFÍA

- Blanck, E. (2014). *Ortotipografía*. En *Periodismo para periodistas* (pp. 54-59). Guatemala: Centro Civitas. Disponible en <http://www.dosesguatemala.org/wp-content/uploads/2012/03/Periodismo-par-Periodistas.pdf>
- Corbetta, P. (2007). *La recopilación de los datos: técnicas cualitativas*. En *Metodología y Técnicas de Investigación Social* (pp. 301-367). España: McGraw Hill/Interamericana de España, S.A. U. Disponible en <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/metodologc3ada-y-tc3a9cnicas-de-investigacic3b3n-social-piergiorgio-corbetta.pdf>
- Doménech Fabregat, H. (2003). *Por un pie de foto explicativo para la fotografía informativa en prensa*. España. Universitat Jaume I. Disponible en http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79632/forum_2003_36.pdf?sequence=1
- Domínguez, N., Valdés, R., & Zanduetta, L. (2013). *Reflexiones sobre métodos, técnicas y herramientas para la investigación en comunicación*. En *Aportes Teórico Metodológicos para la Investigación en Comunicación* (pp. 81-103). Argentina: Editorial de la Universidad de La Plata. Disponible en <http://www.perio.unlp.edu.ar/iicom/sites/perio.unlp.edu.ar.iicom/files/libro-aportes-teorico-metodologicos.pdf>
- F. Mallete, M. (1998). *Redacción de titulares: decirlo todo en breve*. En *Manual para periodistas* (pp. 109-112). Estados Unidos: Instituto de Prensa, Sociedad Interamericana de Prensa. Disponible en <http://media.sipiapa.org/adjuntos/185/documentos/001/795/0001795728.pdf>

- Gómez, S. (2012). *Recogida de datos*. En Metodología de la Investigación. México: Red Tercer Milenio (pp. 58-60). Disponible en http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Nacimiento de un proyecto de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta: la idea*. En Metodología de la Investigación (pp. 24-31). México: McGraw Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Disponible en https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- López Pourailly, M. (2001). *Aprender a escribir, aprender a redactar*. En Material de apoyo para estudiantes de periodismo. Chile. Red Universitaria Nacional. Disponible en <http://clea.edu.mx/biblioteca/Lopez%20Pourailly%20Maria%20-%20Aprender%20A%20Escribir%20Aprender%20A%20Redactar.pdf>
- Martínez Albertos, J. (1974). *Los estilos periodísticos, el estilo informativo*. En Redacción periodística, los estilos y los géneros en la prensa escrita (pp. 29-44). España: A.T.E. Disponible en <https://www.insumisos.com/LecturasGratis/martinez%20albertos%20jose%20-%20redaccion%20periodistica.pdf>
- Unión Europea (2011), *Cómo escribir con claridad*. Bélgica. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. Recuperado de <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c2dab20c-0414-408d-87b5-dd3c6e5dd9a5/language-es>

ANEXOS

Guía de observación

Guía de observación participativa



Tema: Elaboración del diagnóstico comunicacional del trabajo en el departamento de Regionales de Nuestro Diario.

Fecha: del 5 al 16 de febrero de 2017.

Lugar: área de Redacción, segundo nivel, edificio de Nuestro Diario.

Observador: Silvia Patricia Chután Garrido.

Episodio: Proceso de planificación, redacción, edición, diagramación y cierre de las ediciones diarias de los Regionales de Nuestro Diario.

Con este ejercicio se busca conocer el proceso diario de elaboración de las ediciones regionales. Se inició deductivamente, ya que el primer paso fue solicitar las ediciones impresas de estos materiales para observar su estructura, diseño, material fotográfico y estilo de redacción.

Posteriormente se observó cada uno de los pasos que realizan los jefes, editores, redactores, diagramadores, correctores, editores de fotografía y colaboradores para consolidar el material final. Todo esto en tiempos específicos para poder cumplir con las horas de cierre establecidas para el departamento, las cuales se apegan a la ubicación geográfica a la que se enviará cada Regional.

La dinámica se replicó durante dos semanas, previamente planificadas dentro del cronograma del Diagnóstico del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017, período durante el cual se logró determinar las atribuciones y funciones que cumple cada elemento humano, así como el orden en que se debe realizar cada paso del proceso para que este tenga los resultados deseados.

Transcripción de entrevistas

Entrevista 1

Fecha: 15 de febrero de 2017 Hora: 9:30

Lugar: Edificio Nuestro Diario, ciudad de Guatemala.

Entrevistado: Msc. Jorge Mario García, jefe departamento de Regionales.

Preguntas:

1. ¿Nuestro Diario proporciona algún tipo de manual o material de inducción a quienes empiezan a laborar como colaboradores?

Es importante mencionar que existe gran diversidad de corresponsales. Para empezar, podemos decir que el 5 por ciento tiene preparación académica adecuada, entre 30 y 40 por ciento se dedica mucho a su trabajo con la autoformación que está a su alcance, y el resto podríamos decir que no tiene ningún tipo de capacitación. Por eso es relativo, porque si se contrata a alguien con la formación académica adecuada no hay necesidad de darle este tipo de inducciones que es lo que el medio trabaja.

Se les da inducciones sobre el uso de la plataforma informativa y qué es lo que se requiere que trabaje. No existen manuales como tal, sino únicamente procesos de inducción. Esto se hace porque las regiones son muy diferentes, es decir que no es la misma situación para quien trabaja en Occidente que para quien lo hace en Escuintla.

2. ¿Cuáles son los requisitos básicos para poder integrarse a laborar como colaborador?

Hay tres requerimientos fundamentales: que tome fotografías, que sepa escribir y que conozca su territorio, es decir autoridades, instituciones y contexto local. Son aspectos muy básicos y si solo cumple estas tres características se va trabajando con él en el camino en cuanto a los conocimientos extras que debe tener.

3. ¿Existe en la actualidad algún tipo de mecanismo o espacio digital para reforzar los conocimientos periodísticos de los colaboradores?

No se ha propuesto uno como tal. La única forma de comunicación que existe es un chat en una aplicación de mensajería instantánea con todos los corresponsales. Lamentablemente, algunos han hecho un uso inadecuado del recurso, como la filtración del material que debiese ser exclusivo para Nuestro Diario, y por eso se prefiere que la comunicación sea más directa.

Un blog como tal tampoco existe, solo la plataforma de información. Esta al principio tenía algunas de esas funciones, tenía todo tipo de información útil para los corresponsales; ellos podían encontrar en la antigua versión un espacio con artículos útiles como la redacción de una nota periodística, elaboración de titulares, entre otros consejos. Con el cambio a Plataforma 2.0 el material se retiró. Creo que esto se eliminó porque, en cierto punto, no resultó funcional debido a que muchos no lo pusieron en práctica, a mi parecer porque algunos no están interesados.

4. ¿Cuáles considera que son algunas de las falencias más recurrentes de los colaboradores?

Hay muchos compañeros que tienen actitud positiva y deseos de hacer su trabajo, pero cuando envían el material resulta que es, por ejemplo, dos líneas mal escritas y fotos mal tomadas. En otros casos, hay colaboradores que envían muy buen material fotográfico pero los textos están mal redactados. El área de desempeño fuerte de cada uno es diferente. Por eso la situación en cuanto a la capacitación es muy diversa.

5. ¿Considera que podría ser valioso retomar la formación para colaboradores?

Sí valdría la pena, se ha hecho pero hay personas que aunque reciban las capacitaciones no lo ponen en práctica. En este momento se está capacitando a algunos grupos en el interior y se les llevan ideas, las cuales ponen en práctica durante dos o tres días, por ejemplo, y luego vuelven a las costumbres anteriores.

Entrevista 2

Fecha: 19 de febrero de 2017 Hora: 16:00

Lugar: Edificio Nuestro Diario, ciudad de Guatemala.

Entrevistado: Andrea Fuentes, redactora regional Oriente.

Preguntas:

1. ¿Cuál es el proceso general que se sigue para la estructuración de un Regional?

Primero se revisa la información contenida en la Plataforma, y se identifica un tema con potencial para ser nota de portada, información de cabeceras departamentales y si se cuenta con suficiente material para la cantidad de páginas asignadas. A partir de eso se programa la edición correspondiente del día y se elabora el menú noticioso.

Posteriormente se configuran los artículos de las plantillas que utilizaremos por cada página y se comienza a redactar. Cuando se revisan los textos del corresponsal hay que constatar que cuenten con todos los datos requeridos o fuentes necesarias, sino, se les debe llamar vía telefónica para solicitarlos.

Las notas ya redactadas se envían a edición, luego a corrección, se modifican los aspectos de forma y diseño, y finalmente las jefaturas, en diferentes niveles, les dan el visto bueno a cada página.

2. ¿Cuántos corresponsales tiene a su cargo y cómo se comunica con ellos?

Once colaboradores, distribuidos en diferentes municipios de El Progreso, Zacapa y Chiquimula. Además de la Plataforma noticiosa, que funciona como un tipo de agencia informativa, y las llamadas telefónicas directas, con algunos utilizamos Messenger de Facebook y WhatsApp para comunicarnos en el transcurso del día.

3. ¿Considera que la labor de los colaboradores departamentales es lo suficientemente funcional para lo que se necesita?

El trabajo de ellos es muy básico y en ocasiones no tan funcional como debería. En algunas notas hay fallas en fotos, en otras no hay testimonios de testigos o vecinos, sino más bien de funcionarios.

4. ¿Cuáles son algunos de los inconvenientes con los que se encuentra al momento de ejecutar su labor como redactora?

La redacción con falencias, falta de información y la deficiente comunicación que a veces tienen los colaboradores con nosotros.

5. ¿Qué consecuencias trae en su labor los inconvenientes antes mencionados?

Provocan retrasos, y como en todo medio escrito, tenemos horas de cierre que en ocasiones se retrasan porque no se tuvo a tiempo el material necesario o no se lograron entender en primera instancia los textos que enviaron, lo cual, en el peor de los casos significa haber dado a conocer algo con algún detalle que pudo haber sido explicado de mejor forma.

6. ¿Qué mecanismos considera que hacen falta para poder subsanar las fallas que son recurrentes en el trabajo diario?

Creo que hace falta recalcarles los inconvenientes y hacerles ver sus errores. También darles algunas sugerencias como leer sus textos antes de compartirlos, consultar las notas cuando ya fueron impresas, entre otros. Esto podría hacerse en capacitaciones presenciales o en todo caso utilizar las herramientas digitales que tenemos a nuestro alcance.

Entrevista 3

Fecha: 21 de febrero de 2017

Hora: 18:30

Lugar: Edificio Nuestro Diario, ciudad de Guatemala.

Entrevistado: Mario Morales, editor regionales Norte y Sur Occidente.

Preguntas:

1. ¿Cuáles son los mecanismos de comunicación que se utilizan entre editores, redactores y colaboradores?

La primera es la telefónica, quienes tienen el hábito de informar sobre alguna cobertura noticiosa se comunican directamente a la redacción. Otra de las vías es llamarlos a ellos, dependiendo del tipo de trabajo que le compete a cada uno se debe hacer, en este caso es atribución de los redactores comunicarse con ellos diariamente para que den a conocer qué información tiene para la jornada o para complementar información que ya está en la Plataforma.

La mayoría de veces siempre surgen dudas en cuanto a lo que envían, algunas notas están incompletas y prácticamente desde aquí se termina “reportéandolos” a ellos porque se les olvida u obvian colocar datos, en algunas ocasiones porque consideran que no son importantes y no los agregan.

La que considero que es la más importante es la Plataforma, que es un portal web en donde se cargan las notas. A ellos les sirve como herramienta para enviar información y a nosotros como herramienta de consulta, porque además de las notas y fotografías también almacena datos de contacto de cada colaborador.

2. ¿Cuáles son los principales inconvenientes con los que se encuentra un redactor y editor al momento de revisar la información enviada por los colaboradores?

Principalmente es en la redacción, los datos son muy escuetos, poco contenido, sin fuentes, no es información precisa. Por eso es que terminamos “reporteándolos” a ellos.

3. ¿Qué significa para el equipo de redacción y edición que el material se encuentre en dichas condiciones?

Principalmente pérdida de tiempo, ya que si dispusiéramos de una nota bien elaborada eso nos facilitaría el trabajo y no tendríamos que llamarlos. Incluso a veces no contestan las llamadas por estar en otras coberturas.

4. ¿Qué considera que hace falta para contrarrestar parte de estas falencias?

Si yo fuera corresponsal y me gustara mi trabajo me preocuparía por prepararme porque la formación académica es fundamental para que se mejore la calidad del trabajo. En el caso del medio, se debe colaborar con ellos con capacitaciones periódicas, lo cual se ha hecho cada cierto tiempo, pero en ocasiones se dificulta ya que algunos de los que no tienen formación académica no siempre aplican las sugerencias que se les da, enfocadas en los que requerimos. Debería haber capacitación constante para acabar con esos inconvenientes.

5. ¿Calificaría como útil algún mecanismo para darles capacitación y seguimiento periódico a los colaboradores a través de los medios digitales con los que se cuenta?

Sí, sería lo ideal. Pero en el caso de Nuestro Diario son más de cien corresponsales, por lo que se requiere de mucho recurso, habría que contar con un equipo especializado que se encargue de eso ya que nosotros con las atribuciones del día a día que tenemos, se nos hace difícil, pero sí sería importante.

Modelo de encuesta

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura



Encuesta para elaboración de diagnóstico

Género: _____

Fecha: _____

Instrucciones: A continuación se le presentará una serie de preguntas cerradas en las que debe marcar la opción que más se adecue a su situación.

1. ¿Qué grado académico posee en la actualidad?
Primario Básico Secundario Superior
2. ¿Cuánto tiempo ha laborado para Nuestro Diario?
0– 2 años 3 – 5 años 6 años o más
3. ¿Ha recibido capacitaciones o participado en cursos sobre redacción periodística, independientes a las capacitaciones organizadas por el medio?
Sí No
4. ¿En qué rango se encuentra el promedio de notas que trabaja en una semana?
0 – 5 notas 6 -10 notas 11- 15 notas 16 notas o más
5. ¿En cuál área considera que se desenvuelve mejor?
Fotografía Redacción Ambas
6. ¿Suele revisar los textos que elabora antes de subirlos a la plataforma informativa o enviarlos por correo electrónico a la redacción?
Sí No A veces
7. Cuando ya fueron publicadas sus notas ¿acostumbra a leerlas para analizar cómo fueron reestructuradas?
Sí No A veces
8. ¿Hace uso de las redes sociales para interactuar de forma recreativa o formativa?
Sí No Con poca frecuencia

Vaciado de la encuesta

Género de los encuestados

Hombres	Mujeres
11	5

1. ¿Qué grado académico posee en la actualidad?

Primario	Básico	Diversificado	Superior
2	0	8	6

2. ¿Cuánto tiempo ha laborado para Nuestro Diario?

0 - 2 años	3 - 5 años	6 años o más
4	2	10

3. ¿Ha recibido capacitaciones o participado en cursos sobre redacción periodística, independientes a las capacitaciones organizadas por el medio?

Sí	No
11	5

4. ¿En qué rango se encuentra el promedio de notas que trabaja en una semana?

De 0 a 5	De 6 a 10	11 o más
5	5	6

5. ¿En cuál área considera que se desenvuelve mejor?

Fotografía	Redacción	Ambas
4	2	10

6. ¿Suele revisar los textos que elabora antes de subirlos a la plataforma informativa o enviarlos por correo electrónico a la redacción?

Sí	No	A veces
8	1	7

7. Cuando ya fueron publicadas sus notas ¿acostumbra a leerlas para analizar cómo fueron reestructuradas?

Sí	No	A veces
11	1	4

8. ¿Hace uso de las redes sociales para interactuar de forma recreativa o formativa?

Sí	No	Con poca frecuencia
13	2	1

Artículos escritos para blog soycolaboradoreiciente.blogspot.com/

- Tema 1: Características de la redacción periodística.
Fecha de publicación: 8 de junio de 2017.

Punto de partida básico

Como reporteros generalmente nos topamos con un sinfín de datos, cifras, elementos de contexto, aportes enriquecedores y opiniones, entre otros elementos informativos con los que podemos, en algún momento, sentirnos abrumados e incluso pensar "¿cómo plasmo adecuadamente todo esto?".

Estas situaciones requieren, en primer lugar, que analicemos el enfoque de lo que queremos dar a conocer, ordenemos nuestras ideas y tratemos de estructurar textos que cumplan con las características básicas de la redacción periodística.

Esto puede parecer complicado, en algunos casos, especialmente si se trata de una temática que requiere del uso de términos técnicos o legales. Sin embargo, si cumplimos con requisitos elementales al redactar, podemos proyectar que el objetivo de informar de forma eficaz se cumplirá.

Estos pueden resumirse a tres: precisión en la información, claridad en el lenguaje y concisión en la exposición de los hechos. Tenerlos en mente y tomarlos en cuenta al empezar a escribir, puede ser la clave para elaborar un material cuya lectura y comprensión sea más fácil.

En el libro ***La redacción periodística, los estilos y los géneros en la prensa escrita***, el periodista español José Luis Martínez Albertos, enfatiza la necesidad de apegarse a estas cualidades que sintetizan las características generales de la efectiva redacción periodística.

Trío elemental

La precisión se refiere a que nuestro relato debe contar con exactitud lo que ocurre, es decir no dejar ningún cabo suelto o ambigüedades que le generen o dejen dudas al lector, que bien pudieran ser despejadas. A ninguno de nosotros nos gustaría que nos contaran una historia a medias, especialmente si es de nuestro interés.

También debemos incluir datos de contexto que permitan comprender mejor una nota. De un periodista experimentado, que muchos hemos tenido el gusto de conocer, José Elías Tárano, don Pepe Elías, aprendí que un hecho, aunque sea parte de una serie de acontecimientos, debe entenderse de forma general en una sola nota, sin tener que

recurrir a la consulta de otras entregas para comprenderlo, "*la nota debe ser completa en sí misma*", refiere Elías al orientar a otros colegas.

El término claridad habla por sí mismo. Para ser claros debemos utilizar adecuadamente el lenguaje y aplicar las reglas gramaticales, ortográficas y sintácticas de la lengua española. La idea es exponer los hechos de tal forma que no haya espacios para confusiones por alguna coma no colocada o una tilde faltante, por ejemplo.

Martínez Albertos hace énfasis en que al escribir debemos pensar que nuestras letras van dirigidas a un público amplio, es decir que tenemos que comunicar eficazmente para que, desde el más hasta el menos ilustrado nos comprendan. Tomar en cuenta que así como nos leerá un funcionario, también lo hará el campesino que esté en capacidad de hacerlo.

Para ser concisos debemos dejar fuera los rodeos o elementos que no aportan nada significativo, especialmente las opiniones propias, que únicamente son válidas si estamos redactando una columna o un artículo que las requieran. "Menos es más" dice una frase que en cierto modo podemos relacionar con el hecho de ser concisos, ya que no necesariamente un texto extenso será mucho más rico en información importante que algo breve que vaya al grano.

En ese sentido Martínez Albertos considera que: "no es el número, sino la elección cuidadosa y certera de los vocablos y su empleo en reproducir adecuadamente la visión y experiencias del suceso, lo que comunica realismo y vida al texto de las noticias".

Consultas provechosas

Un aporte educativo que podemos consultar, en línea y de forma gratuita, sobre redacción básica es un texto elaborado por la Comisión Europea, en 2011. Esta instancia lanzó el manual titulado ***Cómo escribir con claridad***, dirigido a sus colaboradores.

No obstante, el folleto puede ser aprovechado por todo aquel profesional o estudiante que desee mejorar en su redacción, ya que como bien lo enuncia el material "un documento claro siempre será más eficaz y rápidamente comprendido".

En solo 11 páginas, de lectura fácil, imagen agradable y con varios ejercicios sencillos, encontraremos recomendaciones para mejorar nuestra redacción. Sin embargo, como todo en esta vida, no hay nada como la práctica y autoevaluación constante.

- Tema 2: Estructura básica de la nota informativa.
Fecha de publicación: 15 de junio de 2017.

Páginas con firma de profesionales

Si tuviéramos que resumir la acción más importante de nuestra labor diaria en una sola palabra, me atrevería a decir que es informar. Por medio de esta acción nos convertimos en emisores de datos que inciden de diferente forma en la opinión pública, según el grupo objetivo al que nos dirigamos. En esta dinámica hay un elemento fundamental que da sentido a este oficio: la noticia.

En su libro **El ABC del periodismo**, el licenciado en Ciencias de la Comunicación y doctor en investigación social, Carlos Interiano, define a la noticia como el reporte de un hecho que ocurrió, o que podría ocurrir, que es de interés general. El autor la considera como "la razón de ser del periodismo".

Con el auge de las redes sociales y la inmediatez con la que se puede compartir información a través de estas a todas partes del mundo, muchas personas crean sus páginas noticiosas en las diferentes plataformas, con la buena voluntad de llevar reportes de interés para sus seguidores o con otros fines.

Sin embargo, muchos de estos escritos no cumplen con las características básicas de la redacción periodística. En nuestro caso, como profesionales, redactar de forma ágil no significa que descuidemos la estructura elemental que debe tener cada nota informativa. Ya que en esta debe imperar la brevedad e inmediatez, podemos sintetizar sus partes en tres componentes generales: entrada, cuerpo y cierre.

Estos elementos concuerdan con el esquema que muchos teóricos del periodismo enseñan y llaman Pirámide Invertida, en los que se colocan los elementos del que tiene mayor al que tiene menor importancia.

La entrada o lid debería responder a las interrogantes básicas (seis W, por la escritura de los términos en lengua inglesa) qué, quién, dónde, cuándo, cómo y porqué. Según el doctor Interiano, los dos primeros párrafos de la nota informativa, conforman la entrada de la misma, entonces en estos se debería encontrar las respuestas a estas preguntas.

Además, si lo analizamos y nos ponemos en los zapatos del lector, lo lógico es que lo más importante de una noticia lo leamos de inmediato y no tengamos que rebuscar entre párrafos, o peor aún, no encontrarlo por ninguna parte.

Para no saturar el lid, Interiano indica que el "porqué" y el "cómo" de los hechos, pueden abordarse en el cuerpo de la nota. También es importante incluir en este apartado elementos de contexto y antecedentes. Interiano refiere: "Es claro que el tamaño del cuerpo, es decir el número de párrafos que debe contener, está sujeto a factores como el espacio que dispongamos para publicar, la capacidad de interpretación y recolección de información".

La sensación de que algo está inconcluso incomoda. Por eso debemos darnos a la tarea de redactar un cierre que aporte algún dato extra o posibles previsiones que nos aporten las fuentes respectivas, relacionadas con el tema que tratamos. El objetivo es que el cierre nos permita mantener la atención del público de principio a fin.

- Tema no. 3: Redacción de géneros periodísticos.
Fecha de publicación: 22 de junio de 2017.

Oportunidad para ser creativos

Una de las características que en primera instancia me "enamorado" del oficio que ejercemos es que la monotonía no es algo de lo que tengamos que preocuparnos. Es obvio que hay ciertos procedimientos en los que se debe seguir una serie de pasos similares y sistematizados, pero en cada jornada nos topamos con elementos que hacen a cada una diferente de otra con las historias, relatos, opiniones y situaciones particulares que le dan el "toque" a esta labor.

Así como las jornadas no están limitadas a lo "mismo de siempre" todos los días, la forma en que presentamos cierta información tampoco debería estarlo. Según los elementos con los que contamos y los que podamos buscar para enriquecer los hechos podemos adentrarnos a trabajar otros géneros periodísticos, más allá de la nota informativa.

En esta ocasión abordaremos tres, que bien podemos aplicarlos en nuestra labor si nos lo proponemos y planificamos adecuadamente. Retroalimentemos un poco nuestros conocimientos sobre el reportaje, la entrevista y la crónica.

Más allá de...

El reportaje debe ser un relato puramente informativo y quien lo elabora debe quedar siempre en segundo plano, lo más importante son los hechos que se narran. El licenciado en Ciencias de la Comunicación, César Augusto Paiz Fernández, en su libro ***Didáctica***

de la Redacción Periodística, considera a este como un "examen" del tema que se aborda, ya que proporciona antecedentes, comparaciones, derivaciones y consecuencias para que el asunto quede tratado con amplitud.

Este género se puede clasificar en estándar y profundo, ambos generalmente siguen un orden descendente. Primero dan un resumen de la noticia y continúan con los hechos, según su importancia. La diferencia es que el profundo proporciona antecedentes, argumentos y da conclusiones.

"El reportaje le dice al lector qué sucedió, cuándo, quiénes son los protagonistas, cómo y porque sucedió; narra la causa y efectos de los mismos. Puede generarse de noticias y de fenómenos sociales permanentes", explica Paiz.

Así como podemos tomar como base un hecho específico, también puede hacerse de algún problema coyuntural y de interés público. Su contenido tiene mayor vigencia que el de una noticia, eso no quiere decir que constituya "la última palabra" de determinado tema o que pueda cambiar la información que lo compone.

El autor de Didáctica de la Redacción Periodística recomienda seguir una serie de pasos para elaborarlo:

1. Definir el tema o personaje que será objeto del reportaje e indagar antecedentes que sean de utilidad.
2. Hacer todas las entrevistas necesarias.
3. Recopilar información más directa en los lugares correspondientes.
4. Ordenar la información en orden lógico y cronológico.
5. Redactar.

Protagonista del escrito

La entrevista nos permite entrar en contacto con individuos que proporcionarán información determinada. Se clasifica según la relevancia de dos aspectos fundamentales, el qué y el quién. Es decir, si algún personaje específico nos brindará información sobre un tema que domine como profesional o protagonista, o si abordaremos al personaje en sí, sus logros, sus aportes, su historia, entre otros aspectos.

En ese sentido, la entrevista informativa o de noticia corresponde a la primera descrita y la de retrato o de personajes a la segunda. En la de retrato es valioso que el entrevistador se apoye de la descripción física, de la personalidad del individuo y su lenguaje corporal,

así como del ambiente que lo rodea para dar más colorido y transportar al lector al entorno en el que se charló con el protagonista.

"Antes de describir al personaje se deben conocer detalles como: carácter, carrera profesional, vida privada, trabajo, aficiones, opiniones. También rasgos físicos y de expresión que reflejen su personalidad. El entrevistador debe seleccionar lo más significativo del diálogo", refiere Paiz.

Es fundamental que el reportero se prepare antes de acudir a hacer una entrevista que programó con anticipación, que esté informado sobre generalidades del tema a tratar o parte de la biografía del sujeto al que se le consulta para que esto no se interprete como falta de interés.

Relatores con estilo

La crónica suele ser un género poco publicado, a no ser que se trate de un encuentro deportivo, pero esto no significa que no podamos tomar la iniciativa y trabajarlas sobre un tema de interés local o histórico, o bien darle esta forma a las historias con las que nos topamos de forma frecuente en un hecho de violencia o historia de vida.

Este es un relato integrado por hechos noticiosos y algunos comentarios sobre estos, lo que la distingue de otros géneros es el manejo del tiempo, el orden cronológico, alrededor de este se estructura la narración.

Puede clasificarse en crónica, propiamente dicha y croniquilla. Esta última abarca un espacio de tiempo corto, el de una jornada, por ejemplo. También se clasifican en:

- Informativa: se limita a informar un suceso.
- Opinativa: se informa y opina simultáneamente (como los partidos de fútbol).
- Interpretativa: ofrece datos esenciales, interpretación y juicios del cronista.

En cualquiera de los casos de la crónica periodística, según muchos académicos, esta debería tener un estilo libre, siempre y cuando no se descuide la sencillez, concisión y originalidad. Su extensión queda a criterio del reportero, pero dependerá de la importancia del hecho que aborde.

- Tema 4: Redacción de titulares.
Fecha de publicación: 29 de junio de 2017.

Imán que invita a adentrarse a nuestros relatos

Si de extensión de texto se trata, podríamos decir que el titular es lo que podemos redactar de forma más rápida, pero en lo personal, en ocasiones es lo que más me lleva tiempo de hacer, incluso a veces hasta hace que “me quiebre la cabeza” para encontrar la combinación de palabras que considero la ideal.

Además, en esta tarea también aplica el hecho que es más importante la calidad que la cantidad, ya que si nuestro titular no cumple ciertos parámetros nos arriesgamos a que nuestra nota, crónica, entrevista o reportaje sea simplemente ojeado o que pase desapercibido.

En esta ocasión se me ocurrió comparar al titular con un imán, ya que como esta pieza mineral que atrae al hierro, acero y otros cuerpos, las palabras que conformen nuestros titulares deben "atraer" la atención del lector con un dato que impacte o que resuma de forma brevísima la esencia de la noticia, especialmente si, como en nuestro caso, estamos limitados al espacio que tienen las páginas del impreso.

Sin embargo, eso no quiere decir que no podamos formular frases llamativas, pero eficaces, que nos permitan cumplir nuestro cometido. El **Manual para periodistas** elaborado por la Sociedad Interamericana de Prensa, con apoyo del Comité Mundial para la Libertad de Prensa y editado por Malcom F. Mallete, afirma que escribir un titular exige, más que acomodar caracteres en los espacios asignados, capturar la esencia de la noticia sin que se disminuya ni exageren los hechos, esta debe ser reflejada con precisión.

Una de las primeras observaciones sobre este tema que se presenta en este folleto, dirigidos a periodistas de todo el continente, es que los verbos claros y bien utilizados son el sostén principal de los titulares; además que se deben evitar los adjetivos y términos que sean redundantes.

"Una técnica útil para redactar titulares puede ser escribir primero una oración en estilo narrativo normal que resuma la noticia en detalle o en tema. Luego elimine las palabras innecesarias. Suele quedar un buen titular", recomienda el texto.

Además, como todo buen titular lo que espera es "vender" la noticia debe tener palabras clave y la selección de estas debe ser la adecuada para asegurar que vamos a proporcionar un dato fundamental que invita a continuar la lectura. Tomemos en cuenta

que tenemos espacio limitado, por lo que las palabras de relleno deben quedar eliminadas.

Como recomendación final, comparto algunos de los lineamientos que tratamos de aplicar en la Redacción para proporcionar al lector titulares efectivos:

- ✓ Siempre tratar de acomodar nuestra propuesta de titular en el espacio que disponemos; probablemente requerirá tiempo y creatividad colocar los términos de tal forma que cumplamos el cometido.
 - ✓ Usar siempre verbos, de preferencia en tiempo presente.
 - ✓ Si el espacio nos los permite, se debe incluir sujeto en la frase.
 - ✓ Evitar los artículos indirectos: un, uno, una, unos, unas.
 - ✓ Emplear lo menos posible los artículos indirectos: la, lo, las y los, a no ser que sean imprescindibles en la oración.
 - ✓ Dejar como última opción los verbos ser o estar y sus respectivas conjugaciones.
-
- Tema no. 5: Uso de signos de puntuación.
Fecha de publicación: 6 de julio de 2017.

Signos que cambian y dan sentido a las frases

Más que saber leer y escribir, redactar requiere aplicar técnicas y reglas para que nuestros textos sean comprendidos de forma efectiva por los receptores de nuestros mensajes. Estos parámetros tendrían que aplicarse de forma universal, pero especialmente y de forma obligatoria en textos académicos y profesionales, como es nuestro caso.

Entre las reglas que no podemos dejar de lado al momento de escribir, es el uso correcto de los signos de puntuación, ya que estos símbolos o su ausencia pueden cambiar por completo el sentido de las frases que escribimos.

En el folleto ***Periodismo para periodistas***, elaborado con la colaboración de varios comunicadores reconocidos del país que fueron convocados por el Centro Civitas, se reflexiona sobre que "el talento de los periodistas, entre otras cosas, se mide por el uso que hagan del lenguaje, su principal instrumento de trabajo".

Los signos de puntuación no son para nada ajenos a nuestra cotidianidad, ya que son la representación gráfica de la forma en que entonamos las palabras, las pausas que

hacemos o la intención que les damos a los términos al hablar; por lo que aplicarlos correctamente permite transmitir de forma adecuada lo que queremos dar a entender, sin espacio para interpretaciones erróneas.

Entre los errores más comunes en los que podemos incurrir están los causados por el uso u omisión de la coma cuando debe aplicarse. A continuación se detallan algunos de los usos más frecuentes de este signo, según el material elaborado por el Centro Civitas:

La coma

Usos más frecuentes:

- » Los elementos de una serie de palabras o grupos de palabras, incluso oraciones, de idéntica función gramatical, cuando no van unidos por conjunción: "Maestros, obreros, campesinos y oficinistas marcharon ayer".
- » Los vocativos: "Compañero, le corresponde hablar". El vocativo es una llamada o invocación a una persona.
- » Los incisos que interrumpen momentáneamente el curso de la oración: "En octubre, se rumora, habrá crisis".
- » Las locuciones y adverbios *sin embargo, efectivamente, en realidad, no obstante*.
- » Se escribe coma detrás de una proposición subordinada cuando precede a la principal: "Aunque me lo jures, no lo creo".
- » Detrás de la prótasis condicional (es decir, la proposición encabezada por *si*): "Si la ves, dile que la espero".
- » Detrás de un nombre cuando le sigue otro nombre en aposición: "*El planeta de las perdices*, filme de Ted Gibson, se estrenó en medio de la polémica".

En lugar de un verbo que se omite: "La Policía patrulla la capital, y el Ejército, las provincias".

☹️ sujeto , verbo objeto

☹️ sujeto verbo , objeto

😊 sujeto verbo objeto

» La coma **nunca debe separar el sujeto del predicado**: Ejemplo de incorrección: "El huracán, inundó diez comunidades".

Fuente: Centro Civitas, Periodismo para periodistas, 2014.

No está de más recordar la importancia del uso del punto para separar oraciones con una pausa larga, punto y seguido; para separar párrafos, punto y aparte; para indicar el uso de una abreviatura, el punto abreviativo; y para concluir un texto, el punto y final.

El punto y coma es uno de los signos con uso poco frecuente, este sirve para indicar una pausa más larga que la de la coma, pero ligeramente más breve que la del punto. También permite separar dos ideas relacionadas al mismo tema y separar dos cláusulas dentro de una enumeración en la que ya hay alguna coma.

Los dos puntos señalan una pausa, pero con ella no se termina la enunciación del pensamiento completo. Se utilizan antes de una enumeración explicativa o constatación y de las citas textuales.

Los signos de exclamación sirven para indicar que una oración o frase va cargada de emotividad, no solo expresan admiración, sino también odio o desprecio. Los de interrogación, como su nombre lo indica, se utilizan para cuestionamientos.

Las comillas encierran citas y declaraciones ajenas o propias literales, también marcan barbarismos, solecismos —falta de sintaxis; error cometido contra las normas del idioma—, expresiones con un sentido o tono distinto del estrictamente propio de esas palabras, o palabras transcritas literalmente para denotar que no fueron pronunciadas o escritas por el autor.

Cuando sea necesario incluir comillas dentro de un texto ya entrecomillado, se aplica un orden jerárquico: primero las dobles y después las simples: "Me dijo: 'No tiene razón'".

- Tema 6: Redacción de pies de foto.
Fecha de publicación: 13 de julio de 2017.

En búsqueda del complemento ideal

Todos en algún momento hemos escuchado el dicho "una imagen vale más que mil palabras" y, en efecto, en la labor periodística esta frase no es para nada ajena a la realidad de nuestra labor, ya que en ocasiones las fotografías que logran captar los reporteros son tan explícitas que una descripción escrita puede ser un complemento, en el caso que, la foto por sí sola contenga la información gráfica que se requiere para comprenderla en sí.

Sin embargo, este no es el caso de todas las imágenes que acompañan a una nota informativa o a cualquier otro género periodístico. En ese sentido, los pies de foto son un elemento que no le puede faltar en la parte gráfica del material que se toma y propone para ser publicado. Incluso, la plataforma de colaboradores tiene el espacio específico para colocar estos textos.

En su folleto ***Por un pie de foto explicativo para la fotografía informativa en prensa***, el profesor de Periodismo de la universidad española Jaume I, Hugo Doménech describe al pie de foto como el elemento que permite anclar un sentido concreto para cada imagen,

con una leyenda que puede ser de varios párrafos o constar de solo tres o cuatro palabras.

El profesional también reflexiona sobre la función y protagonismo que han tomado cada día las fotografías, tanto en los medios como en publicaciones en general, que buscan ser mucho más visuales, cualidad que debería ir de la mano con una mayor preparación y formación para la adecuada redacción de los textos breves que las describen o acompañan.

Además los considera necesarios e invita a comprobarlo por medio de un ejercicio sencillo. Este consiste en abrir el periódico y observar las fotografías, sin leer u ocultando los pies de foto y todo el resto del texto. Lo que es probable que ocurra es que se aprecie una imagen genérica a la que no relacionemos con algo en específico, debido a que carecemos de dicha información fundamental.

Una de las limitaciones que tiene la fotografía en prensa es que puede responder de forma aislada a no más de tres de las seis preguntas esenciales del periodismo, por lo que su éxito también depende de la redacción de la leyenda adecuada para acompañarla. Una de las preguntas que no podrá responder la fotografía será "cómo" y tampoco podrá aportarnos contexto previo del acontecimiento, ya que retrata un momento único e irrepetible.

Algunas recomendaciones para redactar pies de foto:

- ✓ Este complemento debe trabajarse para cada imagen, no colocar uno genérico para el conjunto de tomas que fueron hechas por cada nota.
- ✓ Deben ser puramente informativos e independientes al texto que acompañan.
- ✓ La redacción de estas porciones no deben hacerse "por salir del paso", deben tener un objetivo preciso y de ser necesario darnos varios minutos para pensar lo que podría acoplarse mejor a nuestro material.
- ✓ Reiterar lo que resulta obvio en la imagen es desaprovechar espacio que podríamos utilizar para aportar algo extra.
- ✓ No debe ser una frase escogida del texto de la nota informativa.
- ✓ En el formato de Fotonota la leyenda que la acompaña debe ser más extensa a lo regular y se debe titular de forma creativa.
- ✓ Si la imagen alude a una o varias personas se debe especificar el nombre de estas, sin importar si se trata de un personaje reconocido o un ciudadano como tal.
- ✓ Los sitios donde fue tomada la imagen deben indicarse de forma clara.

- Tema 7: Importancia del hábito de lectura y revisión de textos.
Fecha de publicación: 20 de julio de 2017.

Más que un hábito, una costumbre que enriquece

Las campañas de promoción del hábito de lectura dirigidas a estudiantes de los niveles primario y básico son actividades recurrentes en centros educativos; incluso a muchas de estas se les da cobertura y publican como apoyo a las mismas. Como emisarios de este mensaje de fomento a esta práctica intelectual es importante que también reflexionemos sobre si nosotros mismos tenemos esta costumbre.

Al desempeñarnos como comunicadores, las habilidades lingüísticas (expresión oral y escrita, así como la comprensión y lectora) son nuestras herramientas más importantes. Pero, eso no quiere decir que todo está hecho con el simple hecho de ser talentosos para hablar, escuchar, escribir y comprender textos, sino que como en toda actividad, la capacitación y ejercicio constante son fundamentales para perfeccionar nuestra labor y actualizarnos.

De cierta forma, estas habilidades se complementan. Por ejemplo, cuando enriquecemos nuestro acervo a través de la lectura, nuestras habilidades como redactores mejoran y se perfeccionan a medida que ampliamos nuestro vocabulario, aplicamos las reglas ortográficas y gramaticales, aprendemos a estructurar de mejor forma nuestras ideas y enriquecemos nuestra cultura general.

Los beneficios de la lectura son universales. No obstante, para los periodistas la lectura, más que una obligación, debería ser el "pan diario" que alimente el intelecto y esto se vea reflejado en el trabajo.

Además de seleccionar lecturas noticiosas para estar al tanto de la coyuntura actual, tanto local como nacional e internacional, contar con opciones de lectura recreativa representa un aporte valioso para nuestro intelecto, además de entretenido; y aunque parezca lo más fundamental, no está de más recordar lo importante que es leer el trabajo propio.

En ese sentido, se deben leer las notas informativas que se envían a la plataforma, como tal, para autoevaluar si cumplen con los requisitos de fondo y forma necesarios, y hacer las correcciones que sean necesarias. En ese momento, debemos ponernos "en los zapatos" de los lectores y analizar si es el tipo de material que queremos compartir con ellos.

En el folleto ***Aprender a escribir, aprender a redactar***, elaborado por la licenciada en periodismo María José López Pourailly para la Red Universitaria Nacional de Chile, la autora reitera que a medida que releamos lo escrito podremos corregir errores, clarificar dudas y, en algunos casos, eliminar palabras o párrafos que nos parezcan redundantes o innecesarios.

"Lo escrito nunca se entiende del mismo modo que lo hablado. No se habla igual que como se escribe. No se escucha igual que como se lee. Funcionamos en niveles distintos de comprensión. Cuando al hablar digo algo que luego descubro no es correcto, puedo rectificar de inmediato y mi interlocutor lo entenderá, pasando por alto mi error. Si al escribir cometo un error, en el mejor de los casos pasará un día completo antes de que pueda rectificarlo y será demasiado tarde: lo que el público leyó en las páginas que escribí en el diario en que trabajo, ya lo internalizó", reflexiona López Pourailly.

La autora recomienda que como reporteros y redactores podemos "editar" nuestros propios textos, es decir, revisar la ortografía, estructura y contenido. En caso de que podamos, también se debe compartir a alguien que desconozca el tema que tratamos para que posteriormente nos comente si nos dimos a entender.

No menos importante es que el material impreso también sea consultado y verificado para constatar que la información fue publicada con precisión, y para comparar los posibles cambios que sufrió el material en el proceso de edición, ya que a partir de este ejercicio podemos tomar ideas para mejorar de forma paulatina.

- Tema no. 8: Factores de interés periodístico.
Fecha de publicación: 27 de julio de 2017.

Situaciones con potencial noticioso

Como periodistas, llevar una agenda de temas para trabajar o un espacio de anotación de ideas y organización de tiempos e itinerarios es una guía muy útil para garantizar que dispondremos de material para publicar, independientemente de las convocatorias que recibamos para dar cobertura a alguna actividad pública de determinada institución pública o privada.

Sin embargo, en algún momento podemos enfrentarnos a la pregunta "y ahora ¿qué trabajo? o ¿qué propongo?" ya que es normal que tengamos duda si alguna de las cosas que proyectamos para trabajar tiene o no potencial noticioso.

Para disipar nuestras dudas podemos someter nuestra idea a un análisis superficial sobre si determinada propuesta tiene uno o varios factores de interés periodístico. En su libro ***Periodismo esencial, claves de un ejercicio apasionante***, el licenciado en Ciencias de la Comunicación, Héctor Salvatierra enumera algunos de los componentes que, como profesional de este oficio, considera que despiertan la atención del lector y pueden ayudar a determinar "qué es publicable".

"Las sociedades mantienen dinámicas que diariamente generan procesos de comunicación hacia adentro y hacia afuera de ella. Sin embargo, no todo lo que motiva las relaciones sociales es objeto de atención de la prensa. Los factores de interés periodístico son los que justifican y sustentan informar acerca de determinados eventos", describe Salvatierra en uno de los capítulos del texto mencionado.

Entre estos factores, no necesariamente en orden de importancia, podemos mencionar:

Actualidad: Se refiere al reporte de novedades, cuya vigencia puede cambiar en determinado tiempo; abarca también situaciones nuevas de origen o que son efectos de algún hecho.

Expectación: Un acontecimiento que despierte inquietud de un grupo o sociedad siempre será de interés, posibles consecuencias a futuro de alguna decisión o medida, así como lo que requiere algún tipo de seguimiento, es decir que responderemos al lector qué pasó después de determinado hecho que informamos con anterioridad.

Prominencia: Esta cualidad la tienen las notas, reportajes o entrevistas cuyos protagonistas son figuras públicas que sobresalen en diferentes ámbitos, así como sitios, hechos o elementos que tienen relevancia histórica, social o que salen de lo común.

Conflicto: Este es parte del "pan diario" con el que generalmente los colaboradores se topan en su labor, los problemas entre determinados grupos por situación que afecten a una de las partes o discrepancias. Estos son de los temas principales en nuestros espacios primarios, ya que damos voz a las personas que son afectadas por diferentes flagelos.

Trascendencia: Tienen esta característica todas las situaciones que inciden en las dinámicas sociales y que aportan valor cualitativo o cuantitativo en la vida de las personas. Cualquier hecho relevante y de impacto que rompe una dinámica es trascendente.

Proximidad: Lo que ocurre en nuestro entorno inmediato es generalmente de interés del colectivo local. Esta cualidad puede ser una sensación física, geográfica o emocional.

Magnitud: Se refiere a la información que aporta datos y cifras que sintetizan o reflejan determinado hecho.

Progreso: Hace referencia a los avances de la ciencia en cualquiera de sus manifestaciones, así como los acontecimientos que representan una mejora cualitativa para la humanidad o determinado grupo.

Hazaña: La superación de metas, logros deportivos, sociales o de otros ámbitos, que vayan más allá de lo usual o cotidiano, siempre dará gusto leer, especialmente si enorgullece a nuestra localidad.

Rareza: Los episodios o estampas chuscas y extravagantes que retraten lo curioso y colorido de la cotidianidad también tienen potencial noticioso. Este tipo de cuadros son los que generalmente nos encontramos cuando menos lo esperamos.

Humor: Puede parecer similar a rareza, pero tiene su cualidad particular. Se centra en las situaciones contradictorias respecto de la personalidad o funciones de determinado personaje objeto de la atención periodística, lo cual genera cierto grado de jocosidad.

Y porque nunca está de más un extra...

Motivación: Las historias de superación y perseverancia ante los obstáculos, especialmente de personas con las que los lectores se identifican, son valiosas ya que apelarán a los sentimientos y emociones de quienes se adentren en la lectura de la historia. Esta es una opción noticiosa, siempre y cuando se tenga la autorización del protagonista de la situación, antes de publicarse.

Afiche entregado a colaboradores

Decálogo sobre buenas prácticas para la agilización del trabajo en la Redacción

NUESTRO TIEMPO ES ORO

Cada minuto de la jornada es valioso para que el cierre diario se haga a tiempo. Los pequeños hábitos pueden ser aliados de los procesos ágiles y efectivos.

- 1 HERRAMIENTA ÚTIL**
Disponer de una lista de las notas para las próximas ediciones nos ahorrará tiempo al programar, ya que tomaremos en cuenta sus elementos para ubicarlas.
- 2 ESTABLEZCAMOS CONTACTO**
La jornada debe empezar con un monitoreo telefónico sobre el material reciente o en proceso, para evaluar las prioridades para la edición del día.
- 3 VALOREMOS ESFUERZOS**
Ponerse en los zapatos del colaborador nos permitirá dimensionar el trabajo que conllevó determinado material y el espacio en el que podría publicarse.
- 4 PROPONGAMOS TEMAS**
Los aportes que desde la Redacción puedan hacerse a los colaboradores pueden incidir directamente en la variedad temática del Regional.
- 5 REPORTES SON IMPORTANTES**
Informar sobre acontecimientos relevantes de último minuto debe ser un hábito de los colaboradores. Recordémosles que tienen esta responsabilidad.
- 6 SOMOS ORIENTADORES**
En la interacción diaria con los compañeros podemos apoyarles con instrucciones o recomendaciones que les permitan perfeccionar su trabajo como profesionales.
- 7 PODEMOS SER MEJORES**
En ocasiones, los errores en el material recibido, más que por falta de interés, pueden ser descuidos ocasionales. Motivemos a los compañeros para que traten de minimizar sus errores.
- 8 RECONOZCAMOS ACIERTOS**
Un estímulo valioso para los colaboradores son los elogios al buen trabajo y dedicación que plasman en el material que elaboran, especialmente sus propuestas.
- 9 APRENDIZAJE ES MUTUO**
Este oficio "el más lindo del mundo" nos da la oportunidad de aprender cosas nuevas en cada jornada. Aprovechemos cada conocimiento que la información diaria nos proporcione, para nuestro acervo.
- 10 RESPETO ANTE TODO**
Sin importar la circunstancia, el trato respetuoso entre compañeros debe prevalecer. Cualquier situación irregular es mejor reportarla a la Jefatura de Regionales.

Silvia Patricia Chután Garrido, 2017.
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, ECC Usac.

Fuente: elaboración propia, 2017.

Boletines electrónicos posteados semanalmente en blog:

MARTES 12 DE JUNIO DE 2017 NÚMERO 1

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clicks"



Seamos periodistas claros, concisos y precisos

El blog creado para los colaboradores de los regionales Oriente y Sur Oriente abrió con este tema, ya que cumplir con estas características al redactar puede mejorar nuestra forma de presentar la información.

Nuestro equipo: la columna invitada de Andrea Fuentes

La periodista profesional y redactora del regional Oriente, nos cuenta cómo inició en este apasionante mundo de la comunicación y parte de las satisfacciones que cada día le deja esta labor y el trabajo en equipo.

VISITE ESTA SEMANA

Veo, escucho, aplico
El comunicador Diego Rubio nos recomienda cinco claves para escribir mejor.

Así lo presenta El País
En México darán recompensas a quienes apoyen investigaciones de crímenes contra periodistas.

El pasatiempo
¿Qué tal si leemos Crónica de una muerte anunciada, de Gabriel García Márquez?

Newsletter no. 1. – Junio 2017.

MARTES 20 DE JUNIO DE 2017 NÚMERO 2

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clicks"

La estructura de los textos pueden hacer la diferencia

Contar una noticia en determinado orden, de lo más a lo menos importante, es fundamental para generar interés en el lector y para ello podemos partir del modelo básico de nota informativa.

Nuestro equipo: la columna invitada de Erick Cabrera

El comunicador y redactor del regional Sur Oriente, nos comparte parte de su experiencia diaria y la responsabilidad y compromiso que representa preparar un producto con calidad profesional.

VISITE ESTA SEMANA

Veo, escucho, aplico
La periodista Genoveva Flores, explica por qué es básico usar la "pirámide invertida".

Así lo presenta El Universal
Empleados de la fábrica de artículos de Ivanka Trump, en India, son sometidos a abusos.

El pasatiempo
Leamos la crónica A sangre fría, del novelista estadounidense Truman Capote.



Newsletter no. 2.- Junio, 2017.

MARTES 27 DE JUNIO DE 2017 NÚMERO 3

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clicks"

Pongamos a prueba nuestra creatividad al escribir

Aunque el modelo básico de la nota informativa es al que generalmente recurrimos con frecuencia, pero esto no debe limitarnos para demostrar nuestra habilidad como escritores de otros géneros periodísticos con nuestro estilo.

Nuestro equipo: la columna invitada de Jorge del Cid

El comunicador y editor de la información deportiva de Regionales, relata cómo se inició en esta profesión que le ha dejado muchas satisfacciones y aprendizajes a lo largo de 21 años de carrera en medios de comunicación.

Veo, escucho, aplico
El docente colombiano Carlos Mario Correa explica de forma leve y sencilla las características de los géneros periodísticos.

Así lo presenta El ABC Internacional
Este medio español informa sobre la sentencia que se le dictó a una enfermera canadiense que asistió a ocho ancianos.

El pasatiempo
La propuesta de esta semana es leer el ensayo *Los cinco no sirven para este oficio*, del periodista polaco Ryszard Kapuściński.



Newsletter no. 3.- Junio 2017.

MARTES, 4 DE JULIO DE 2017 NÚMERO 4

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clicks"

Frases que permiten atraer la atención de los lectores

Redactar titulares efectivos puede que sea una de las tareas más retadoras a las que nos enfrentemos cada jornada, ya que unas cuantas palabras pueden hacer la diferencia entre invitar o no a adelantarse en la lectura de nuestras notas.

Nuestro equipo: la columna invitada de Carolina Hernández

La editora de las Regionales Centro Occidente relata cómo ha sido su trayectoria y experiencia desde 2008, dirigiendo equipos de trabajo integrados con colaboradores de todo el país.

Veo, escucho, aplico
El canal Librotina presenta un video en el que de forma leve se explica la importancia y tipos de titulares que se pueden utilizar al redactar.

Así lo presenta Clarín Digital
Este periódico de Argentina presenta una interesante nota sobre las multas que imponen en Italia por dar uso indebido al patrimonio.

El pasatiempo
El libro *El ridículo oficio de escribir* del periodista argentino, Rodolfo Walsh, es la propuesta de lectura para esta semana.



Newsletter no. 4.- Junio 2017.



MARTES, 11 DE JULIO DE 2017 NÚMERO 5

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clics"

VISITE ESTA SEMANA

Frases y párrafos que cumplen su cometido

Inspirarnos y poner mucho empeño en la redacción de un texto puede ser una labor que se vea empesada si no se utilizan correctamente los signos que dan sentido a la intención de cada frase y permiten su efectiva comprensión.

Veo, escucho, aplico
El canal de Youtube Monitor Fantasma nos presenta algunas recomendaciones para saber en qué ocasión utilizar los signos de puntuación.

Así lo presenta The New York Times ES
El icónico medio norteamericano presenta una nota tecnológica sobre la dependencia enfermiza a los teléfonos inteligentes.

Nuestro equipo: la columna invitada de Mario Morales

El periodista, consultor en imagen pública y editor de los Regionales Sur Occidente y Norte, Luis Mario Morales, reflexiona sobre una de las prácticas que atentan contra la ética profesional del comunicador.

El pasatiempo
La novela histórica de misterio, publicada en 1980, *El nombre de la rosa* del semólogo y escritor italiano Umberto Eco, es la propuesta de lectura para disfrutar en esta semana.

Newsletter no. 5.- Julio 2017.

MARTES, 18 DE JULIO DE 2017 NÚMERO 6

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clics"

VISITE ESTA SEMANA

Elemento que da valor agregado a las imágenes

Aunque muchas fotografías hablan por sí solas, la parte gráfica, por su naturaleza, no puede aportar datos específicos o contexto que permite ampliar la información que podemos aportar al lector desde nuestra perspectiva como reporteros.

Veo, escucho, aplico
En su canal de Youtube, el reportero gráfico mexicano Diego Reynoso comparte algunas recomendaciones para redactar pies de foto.

Así lo presenta BBC Mundo
Este medio internacional presenta un reportaje sobre la condición médica de un joven británico en la que si "se queda dormido", puede morir.

Nuestro equipo: la columna invitada de Rolando Alvarado

El periodista y redactor del regional Norte, con ocho años de experiencia en el medio, reflexiona sobre el valor que tiene la cultura general y la constante actualización para quienes se dedican a este oficio.

El pasatiempo
Este año que se conmemora el aniversario de oro de la entrega del Premio Nobel de Literatura a Miguel Ángel Asturias es propicio para adentrarnos en sus memorables obras, como *El Señor Presidente*.



Newsletter no. 6.- Julio 2017.



MARTES, 25 DE JULIO DE 2017 NÚMERO 7

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clics"

VISITE ESTA SEMANA

Hábito que debe ser el "pan de cada día"

La nuestra labor diaria la lectura debe ser una práctica fundamental, tanto para estar actualizados del acontecer actual, como para enriquecer nuestro acervo cultural y mejorar nuestras habilidades lingüísticas.

Veo, escucho, aplico
El canal de Youtube *See-Heer Mejía* nos invita a reflexionar sobre una de las importantes razones para que la lectura se convierta en una actividad diaria.

Así lo presenta CNN en español
El portal de esta importante cadena noticiosa de televisión informa sobre los motivos de la exhumación del artista español Salvador Dalí, a 28 años de su fallecimiento.

Nuestro equipo: la columna invitada de Jazmin Ortiz

La periodista y redactora del regional Centro Occidente II, aborda la importancia que tiene la actualización de conocimientos y la disposición de mejorar y aprender para quien se dedica al oficio de informar de forma responsable.

El pasatiempo
La poesía del escritor y dramaturgo argentino Jorge Benediti es una buena opción para adentrarnos en la lectura de este género literario, entre estos sus *Poemas de la oficina* y *Poemas del Inparabot*.

Newsletter no. 7.- Julio 2017.



MARTES, 1 DE AGOSTO DE 2017 NÚMERO 8

LA CÁPSULA

Aprender algo nuevo cada día puede estar a tan solo unos "clics"

VISITE ESTA SEMANA

Campos y situaciones que podemos aprovechar

El "olfato periodístico" es una habilidad que con la experiencia vamos afinando, pero en ocasiones hay ciertos parámetros que podemos seguir para determinar si algún hecho o acontecimiento es de tipo noticioso.

Veo, escucho, aplico
En esta ocasión, más que un video educativo les compartimos un comentario que el canal de Youtube *Ranking de Brevitas* hace sobre las diez mejores cintas sobre periodismo.

Así lo presenta Soy 502
Este popular medio digital guatemalteco, que desde este año cuenta con versión impresa, da a conocer que el popular Paseo de la Sexta, de la zona 1 capitalina, cambiará de nombre.

Nuestro equipo: ahora es mi turno

Luego de haber invitado a varios compañeros y poder conocer sus visiones, opiniones y el amor que le tienen a este oficio, me animé a también plasmar una columna, en vísperas de la culminación de esta fase de mi carrera universitaria.

El pasatiempo
Rayuela es una de las novelas más representativas del escritor argentino Julio Cortázar, la cual el mismo ha denominado "contranovela". Descargar esta obra es fácil, así que no hay excusa para no adentrarnos en su lectura.

Newsletter no. 8.- Agosto 2017.

Referencias fotográficas de equipos de trabajo y productos finales



Grupo de colaboradores del regional Sur Oriente (Santa Rosa, Jutiapa y Jalapa) y epesista Silvia Patricia Chután Garrido. Jutiapa, Jutiapa.- Marzo 2017.



Grupo de colaboradores del regional Oriente (Zacapa, Chiquimula y El Progreso); epesista Silvia Patricia Chután Garrido; jefe de Regionales, Jorge Mario García, y redactora, Andrea Fuentes. Río Hondo, Zacapa.- Mayo 2017.

AFRONTAN CARENCIAS

Pese a que los Bomberos Voluntarios están en apuro ante cualquier emergencia, deben costear sus gastos operativos con recaudaciones y donaciones particulares.

EL PROGRESO
TRABAJAN EN COMPAÑÍA
Silvia Roca
COLABORADORA

Guadalupe. Colinas en calles y apoyo edil es lo que transfiere en un momento a la 101 Compañía de Bomberos Voluntarios. El director de la institución, Anibal Prada, explicó que cuentan con diez elementos fijos y cinco honorarios, quienes realizan, en promedio, 225 servicios al mes. De los diez primeros, solo dos pueden ser remunerados con los fondos que aporta la entidad. "Ella solo tiene más de siete meses y medio de su contrato con apoyo. Debíamos ser municipales, porque recibimos más apoyo de la alcaldía", comentó. La situación obliga a los voluntarios a organizar diferentes actividades para recaudar fondos y mantener abastecidas las unidades.



Este sábado realizarán una venta de cochinos para reunir dinero. **AGUIRRE**

Zacapa, Zacapa
BUSCAN EVITAR ACOSO ESCOLAR
Carlos Aquino
COLABORADOR

Identificar a posibles víctimas de agresión escolar y conducir agresivos en entornos es el objetivo de maestros de todos los niveles. Cabe señalar, los docentes son capacitados por personal de la supervisión educativa, también del área urbana como rural.

LEA MAÑANA ESQUIPULAS SE PREPARA PARA LAS ALEGRES FIESTAS VII

RECOGERÁN ANIMALES

Con el fin de evitar accidentes, la comuna aprobó la implementación del poste municipal para reubicar en un corral a los semovientes que deambulen en las calles.

BREVES

ZACAPA
DAN PROPUESTA
 Río Hondo. Vecinos, funcionarios y activistas participan en un taller para la prevención, investigación, sanción y renovación de expresiones como parte de la política preventiva de la criminalidad.

ZACAPA
NO SOBREVIVIR
 Río Hondo. Tras nueve de lucha en el Interoceánico hospital regional. El día de 55 años, falleció por un paro cardiorrespiratorio. La semana pasada, el resultado herido en un accidente de tránsito en el km 15 de la ruta al Atlántico en el que pereció su Lucrecia Agustín, de 78 años.



La medida la implementarán por el alto riesgo de accidentes. **AGUIRRE**

Jalapa, Jalapa
PREOCUPA ROBO DE MOTOS
Rosa Ortiz
COLABORADORA

Tomar precauciones y buscar parques seguros son dos de los consejos que la Policía Nacional Civil recalcó a los motociclistas. Esto debido a que la cifra de robos de vehículos de dos ruedas continúa incrementándose. Así como ocurrió entre 2015 y 2016. En 2015 se fueron quitadas a sus dueños 27 motos; en 2016, 68, y en lo que va de este año, 36. El subcomisario María Virginia López comentó que la mayoría de denuncias las recibe ocho horas después del hecho. Lanzamos campañas de prevención para disminuir las cifras", expresó. Agregó que por estar cerca de la frontera, los motos pueden ser llevadas a El Salvador, lo que dificulta su localización.

BUSQUE MAÑANA SUPLEMENTO ESPECIAL POR LA FERIA PATRONAL DE MATAQUESSINTI



Sandoval pidió a los afectados denunciar los casos. **AGUIRRE**

Jutiapa, Jutiapa
ALERTAN DE VENTA DE PLAZAS
Emelina Rizo
COLABORADORA

Autoridades del hospital nacional informaron que dos personas ofrecen puestos de trabajo a cambio de dinero. El director del nosocomio, Iván Sandoval, informó que de forma interna sí había una convocatoria de 18 plazas. "En ningún momento hay negociaciones. Sabemos desde se reúnen, son hechas de 40 personas afectadas de San José Acatempa, Quetzalá y Jutiapa", explicó. Agregó que como centro asistencial pueden denunciar, pero sí ofrecer asesoría jurídica y acompañamiento a los agredidos.

CHIQUIMULA	
76	12
93	58
40	58

Informe de la Policía Nacional Civil del 1 de julio de 2017.

Muestra de las ediciones regulares de los regionales Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario.- Julio 2017.

Check list de acciones

Actividad	Realizada	No realizada	Descripción
Charlas en sesiones de capacitación, dirigidas a los colaboradores.	✓		En visitas a la cabecera departamental de Jutiapa y Río Hondo, Zacapa, se impartió la charla sobre las oportunidades para mejorar en la labor diaria.
Creación de blog con artículos educativos para colaboradores.	✓		Se abrió el blog durante la fase de planificación y tras aprobación del proyecto se publicaron ocho temas de forma semanal, durante los dos meses de ejecución del Plan de comunicación.
Charla y exposición de Decálogo sobre buenas prácticas para la agilización del trabajo en la Redacción.	✓		Se entregaron dos afiches tamaño doble carta, a los redactores encargados de cada región, con una breve descripción de los diez puntos sintetizados para ese fin.
Creación y administración de grupo en aplicación de mensajería instantánea WhatsApp.	✓		Desde el primer día de Práctica Supervisada se incluyó a los 22 colaboradores en el chat grupal para intercambio de ideas y aportes.
Divulgación de boletín electrónico, La Cápsula.	✓		Se compartieron vínculos a ocho de estas circulares con temas de interés periodístico.

<p>Evaluación cuantitativa sobre los conocimientos adquiridos con la lectura de artículos del blog por medio de cuestionario facilitado por Google Forms.</p>		<p>✘</p>	<p>Se descartó esta forma de evaluación, debido a que más que medir lo aprendido, por medio de preguntas cerradas, se consideró más valiosa la apreciación directa en el trabajo diario de los colaboradores y optar por la cuantificación del alcance en personas y productos, que tuvo cada acción del plan.</p>
<p>Evaluación cualitativa por medio de una escala de estimación de ocho indicadores, determinados por observación directa de los productos generados por los colaboradores.</p>		<p>✘</p>	<p>La apreciación subjetiva de los beneficiados en cada una de las acciones del plan, por medio de opiniones recibidas y plasmadas en el informe de ejecución del Plan de Comunicación fue la alternativa que se tomó para hacer la evaluación cualitativa.</p>



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Silvia Patricia Chután Garrido
 No. Carné y DPI: 200919435 / 169571090101
 Jefe o Encargado (a): Msc. Jorge Mario García, jefe de Regionales
 Institución o Empresa: Diarios Modernos, S.A. / Nuestro Diario
 Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la semana
			Dom.	Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vier.	
1	Del: 1 / Al: 2	Junio					8		8 hrs.
2	Del: 4 / Al: 8	Junio	8	8	8	8	8		40 hrs.
3	Del: 11 / Al: 15	Junio	8	6	8	8	8		38 hrs.
4	Del: 18 / Al: 22	Junio	8	8	8	8	8		40 hrs.
5	Del: 25 / Al: 29	Junio	8	8	8	8	8		40 hrs.
6	Del: 3 / Al: 6	Julio	0	8	8	8	8		32 hrs.
7	Del: 9 / Al: 13	Julio	8	8	8	3	8		35 hrs.
8	Del: 16 / Al: 20	Julio	8	8	9	9	8		42 hrs.
9	Del: 23 / Al: 27	Julio	8	8	8	8	9		41 hrs.
10	Del: 30 / Al: 31	Julio	8	8					16 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									332 hrs.

Jorge Mario García
 Jefe Regionales
 Diarios Modernos, S.A.
 (f)
 Msc. Jorge Mario García - Encargado

(f)
 Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL