

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



**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL
DEPARTAMENTO DE REDACCIÓN DE TELEDIARIO”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

KARLA YANET MEJIA ESCOBAR
CARNÉ 200215437

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre del 2017

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.S.c. 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 Barrrios.



HISTORIAS QUE SON NOTICIA

Guatemala, 16 de Octubre de 2017

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional 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 **Karla Yanet Mejía Escobar** con número de carné: **200215437** 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 Redacción de Telediario, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 01 junio al 31 julio del año en curso, tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: Estrategias para fortalecer la comunicación interna en el departamento de redacción de Telediario, entregando el material respectivo y debidamente recibido por Telediario.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del 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.

De antemano agradezco por toda su ayuda y fina atención,

Atentamente,


Lic. Alexis Ponce
Productor Periodístico
Telediario
Tel. 2410-3200



TELÉFONO: 2410-3200
DIRECCIÓN: 30 AV. 3-40 Z. 11
E-MAIL: CORREO@TELEDIARIO.COM.GT



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



Guatemala 19 de octubre de 2017

Estudiante
Karla Yanet Mejía Escobar
200215437
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 **ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DEPARTAMENTO DE REDACCIÓN DE TELEDIARIO**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

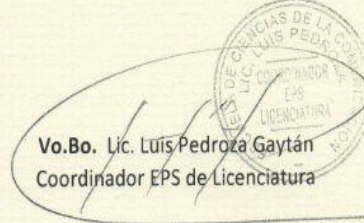
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

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

Sin otro particular


Licda. Sandra Noheми Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


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: Por mantenerme con vida recibiendo sus bendiciones, y permitirme llegar a esta etapa profesional de mi vida.
- NICOLÁS: Mi hijo, este es su regalo del primer año de vida, para que él al igual que sus padres luche y se esfuerce por ser una buena persona y un gran profesional.
- EDWIN: Mi amado esposo, el que me ha permitido avanzar personal y profesionalmente, gracias por ser mi asesor de vida, por la paciencia y el tiempo que me das.
- ILSY: Mí adorada madre que incondicionalmente me ha apoyado desde el principio de mis estudios, quien me ha impulsado a seguir adelante para ser una mejor persona.
- DELIA: Mi hermana que me cuidó desde pequeña y me ha apoyado en todo momento para tener todo lo que he deseado. Gracias hermosa Sheny.
- SOBRINAS: Daphne y Keyla, espero ser un buen ejemplo para que uds también salgan adelante en lo profesional.
- AMIGOS: A todos los que me han acompañado a lo largo de mi carrera, especialmente: Cristhel, Maité, Misael, Mario, Juan Pablo, Elfrid, Acisclo, mi padrino Daniel, Krisly, Vivi y demás amigos que han apoyado y festejado mis logros.
- CATEDRÁTICOS: Hugo Gálvez, y Mario Argueta quienes son más que maestros para mi

AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, por ser la fuente de sabiduría, el hogar donde me forjé profesionalmente.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación** y los docentes que me brindaron su conocimiento. Eternamente estaré agradecida.

Al licenciado **Luis Pedroza**, coordinador del EPS de Licenciatura. Gracias por su esfuerzo y dedicación.

Al MSc. **Sergio Morataya**, por abrir las puertas a los estudiantes y brindar oportunidades para cerrar este ciclo.

A **Telediario**, por abrirme las puertas para desarrollarme profesionalmente.

A Licda. **Francisco Mendía**, director de Telediario, por la oportunidad de desarrollar el EPS en la institución.

A Lic, **Alexis Ponce** por su guía, su apoyo y ánimos durante el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado.

A los licenciados **Fernando Flores, Evelyn Hernández y Sandra Hernández**, supervisores del EPS de Licenciatura. Gracias por su esfuerzo y enseñanza.

INDICE

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 Integración a Alianzas Estratégicas	1
1.2.3 Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4 Departamentos o Dependencias.....	3
1.2.5 Misión	7
1.2.6 Visión	7
1.2.7 Objetivos Institucionales	7
1.2.8 Público Objetivo	7
1.2.9 Organigrama	8
1.3 METODOLOGÍA	9
1.3.1 Descripción del Método	9
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	10
1.3.3 Cronograma del diagnóstico	11
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS.....	12
1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	12

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	22
1.5.1 Fortalezas	22
1.5.2 Oportunidades	22
1.5.3 Debilidades	22
1.5.4 Amenazas.....	22

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	23
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	23
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	24
2.2.1 Objetivo General	24
2.2.2 Objetivo Específicos	24
2.3 PUBLICO OBJETIVO.....	24
2.4 MENSAJE	25
2.5 ESTRATEGIAS	25
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	26

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	28
3.1 PROYECTO DESARROLLADO.....	28
3.1.1 Financiamiento.....	28
3.1.2 Presupuesto.....	28
3.1.3 Beneficiarios	29
3.1.4. Recursos Humanos	29
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	30
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	30
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	36
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO	37

CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES	39
GLOSARIO DE TERMINOS.....	40
BIBLIOGRAFÍA	41
EGRAFÍA.....	42
ANEXOS	43
Fichas de Entrevistas.....	43
Resultado de las Entrevistas	46
Ficha de Práctica	49

RESUMEN

Nombre de la Institución: TELEDIARIO.

Nombre del Proyecto: Estrategias para fortalecer la comunicación interna en el departamento de redacción de telediario.

Objetivos del Proyecto:

Objetivo General:

- Elaborar un plan de comunicación interna en el departamento de la redacción de Telediario.
-

Objetivos Específicos:

- Mejorar las herramientas digitales para reporteros y editores.
- Fortalecer la comunicación interna y trabajo en equipo.
- Instruir a los trabajadores a tener reuniones y capacitaciones constantes.

Sinopsis: El proyecto comunicacional en su diagnóstico evidenció a través de métodos y técnicas, las carencias y problemáticas respecto a la comunicación interna que se desarrolla dentro del departamento de redacción. Un método de comunicación interna ha permitido mejorar el trabajo dentro de la sala de redacción de Telediario.

Durante el proceso del plan se realizaron ejecuciones de carácter presupuestario, tiempo y recurso humano. Las acciones: reunión informativa y retroalimentación por medio de correo electrónico que sirvió para conocer las opiniones de los trabajadores, convivencia y cambio de ideas que se hicieron públicas y fueron alentadoras para la mayoría de empleados.

INTRODUCCIÓN

El presente informe es el resultado del proyecto ejecutado de ejercicio profesional supervisado en el departamento de redacción de Telediario, el cual permitió emprender acciones que contribuyeron a la comunicación interna efectiva.

En este documento se detallan tres capítulos sobre los problemas, análisis de solución, fases de operación, los conocimientos y procedimientos científicos y técnicos que la sustentan.

Cada una de las actividades y estrategias realizadas durante el ejercicio profesional supervisado se exponen con el único fin de impulsar nuevas prácticas para mejorar la comunicación en la redacción de Telediario.

Se presentó la ejecución del proyecto incluyendo propuestas como reuniones para mejorar la información, y actividades que amplíen el conocimiento en las labores diarias para mejorar la comunicación interna en la redacción.

El plan solventó la necesidad de optimizar el ambiente laboral y organizarse de forma adecuada para demostrar que existen procesos distintos de recopilación de información, que pueden mejorar el trabajo en equipo.

JUSTIFICACIÓN

Telediario es uno de los noticieros con más audiencia y la calidad informativa es uno de los aspectos que constantemente están en mejora continua, es por ello que el proyecto viene a solucionar las debilidades dentro del departamento de redacción, esa situación permitió realizar acciones y estrategias comunicacionales a través del ejercicio profesional supervisado las cuales contribuyeron a mejorar y reforzar la entrega de material noticioso y la forma de comunicarse.

La ejecución del proyecto facilitó a los trabajadores los procesos de comunicación logrando aportar ideas, soluciones a los problemas cotidianos, con ello mejorar la fluidez de la información, aumentó la eficiencia y la efectividad de los procesos.

En los últimos tres años el departamento de redacción de Telediario ha enfrentado una serie de cambios en tecnología que repercuten en los diversos sistemas de comunicación que se usan para hacer eficaz la labor periodística, estas carencias se han visto reflejadas en los contenidos informativos.

Telediario se proyecta a ser el noticiero televisivo líder en información noticiosa a escala nacional y por esa razón se busca detectar las anomalías que no permiten que los contenidos informativos sean de mayor calidad a lo que actualmente se plantea.

El personal de redacción conformado por redactores, editores y periodistas, han tratado de ordenar procesos internos de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos noticiosos.

Para generar el cambio propositivo de las noticias fueron consensuados con la dirección, editores, reporteros y redactores, logrando un acuerdo en el cual todos aportaron de su conocimiento saliendo beneficiados para tener una mejor labor periodística dentro de la institución .

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico comunicacional interno en la redacción de Telediario.

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1 Objetivo General:

- Presentar un diagnóstico de comunicación interna.

1.1.2 Objetivo Específico:

- Evaluar cuáles son los problemas de comunicación interna que existen en la redacción de Telediario.
- Observar herramientas digitales que utilizan para trasladar información.
- Analizar el tipo de comunicación que se mantiene en el departamento de redacción de Telediario.
- Examinar el trabajo en equipo.

1.2 La institución:

Telediario

1.2.1. Ubicación Geográfica

30 Avenida, 3-40 zona 11 ciudad de Guatemala

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

Telediario integra a Radio Televisión Guatemala S. A. (Canal 3), televisora que se constituyó como la primera estación de televisión privada del país, luego de los

incipientes experimentos de la televisión estatal en 1955. Formada la sociedad por empresarios de ramas muy distintas a la naciente industria de la comunicación, pero visionarios en ese sentido, la identificación de la televisora se emitió al aire por primera vez a las 18 horas el 15 de mayo de 1956.

Además, Telediario tiene estrecha relación estratégica comunicacional con el grupo Albavisión, el cual es propietaria de Radio Televisión Guatemala (Canal 3), Televisiete S.A. (Canal 7), (Canal 11) y (Canal 13), y administran bandas de frecuencias reguladas a través del derecho de usufructo otorgado por el Gobierno de Guatemala.

La más reciente estrategia de alianza que tiene Telediario es la integración de contenido informativo con Noti 7, TN23 Todo Noticias y T13; conformando así la Corporación de Noticias.

1.2.3. Antecedentes o Historia

Telediario fue creado el 4 de mayo de 1998 con una sola emisión nocturna y luego fue transmitido en seis horarios. No obstante en la actualidad cuenta con tres emisiones, la primera comienza a las 6 horas, la segunda entrega informativa empieza a las 12 horas y la tercera a las 19 horas.

Luego de más de una década de no contar con un noticiario propio, la empresa Radio Televisión Guatemala S. A. tomó la decisión de implementar un proyecto informativo. El esquema fue desarrollado a lo largo de un año y tomó forma con título de "Telediario".

En los primeros tres años de funcionamiento de Telediario el promedio de receptores era escaso. Conforme fue teniendo mejor el noticiero la información periodística llenó los espacios que en un principio fueron de cuatro horas nocturnas, y hoy abarca cinco horas en todos el día.

Los espacios de noticias se han sucedido en forma alterna desde viejos noticiarios como: "Cuestión de Minutos, Tele Últimas, Teleflash, Noticias, mientras fuma un cigarrillo", entre otros.

El formato gira en torno de un informativo de servicio informamos sobre lo que es útil a la comunidad. Esto va desde las grandes notas de corte político y económico, hasta la parte social.

Debe comprenderse esto último, como los grandes acontecimientos gubernamentales e institucionales de la iniciativa privada, hasta las vivencias de comunidades.

1.2.4. Departamentos o dependencias Director:

Es la máxima autoridad en materia administrativa del noticiero Telediario, frecuentemente su responsabilidad se basa en verificar que los contenidos noticiosos que se divulgan sean de calidad y estén alineados a los objetivos.

Actualmente el director es Francisco Mendía, quien durante su gestión está constantemente verificando que los procesos de verificación de noticias se cumplan y llenen las expectativas planificadas.

La dirección de Telediario también se encarga de planificar la logística de cómo los reporteros con conductores se trasladan fuera de la sede a recoger información y elaborar noticias.

La toma de decisiones, línea editorial, estilo de entrega noticiosa y la agenda del medio son responsabilidad de la dirección de Telediario.

Coordinadores:

Los coordinadores en Telediario son periodistas experimentados que a diario planifican la agenda noticiosa que se estará divulgando en el noticiero. Esta sección de coordinadores tiene como característica la toma de decisiones inmediatas, y depende de los acontecimientos.

Estos periodistas experimentados suelen planificar y gestionar las noticias con el director y reporteros.

Editores de video:

El personal a cargo de la edición del material videográfico, son especialistas en el manejo de programas audiovisuales, y tienen la capacidad de crear secuencia de imágenes atractivas a la audiencia.

Los profesionales de la edición tienen la capacidad de entender e interpretar las imágenes de las noticias que los reporteros han recabado en sus fuentes. Constantemente mantienen comunicación con los periodistas para definir la forma en que se elaborará la noticia.

Reporteros:

En la actualidad el noticiero de Telediario cuenta con tres reporteras que junto a los coordinadores definen a diario la agenda noticiosa y recaban la información de lo planificado, como característica común de los periodistas es que son universitarios capacitados en la búsqueda de la información de interés público.

Los reporteros habitualmente indagan en fuentes de información, para publicar el contenido noticioso.

La labor periodística que ejercen las reporteras, no termina en la cobertura que efectúan en la sede de Telediario, dentro de las instalaciones de la institución , cada día implementan un protocolo de redacción de noticias, que consiste en la redacción de la información, la visualización de material videográfico, la participación y en algunas ocasiones la presentación de la noticia.

Camarógrafos

En Telediario, el equipo de camarógrafos está integrado por tres profesionales en la materia, ellos tienen la responsabilidad de coordinarse con los reporteros y generar noticias fuera de las instalaciones de la institución.

Cada camarógrafo tiene la capacidad de manipular cámaras profesionales, conocimiento de imagen, filmación de exteriores e interiores.

Por ser Telediario un noticiero basado en imágenes, los camarógrafos, son un brazo vital para la realización del noticiero.

Controles:

Los colaboradores de controles tienen la responsabilidad de manejar las plataformas que se usan dentro de las instalaciones de Telediario, para divulgar información, en las transmisiones televisivas.

Estos profesionales tienen aptitudes en imagen grabación y edición de videos y ellos tienen el control detrás de cámaras, al momento que la noticia se está presentando.

Presentadores:

En Telediario son ocho los presentadores, que en las tres diferentes emisiones del noticiero dan a conocer la noticia. Tienen como obligación hacer que la presentación del noticiero sea interesante, creativa y llamativa para los espectadores.

Como aptitudes esenciales de los presentadores de noticias se requiere conocimiento amplio, de los temas de interés público que ocurren dentro y fuera del país.

Redactores:

Tienen como atribución de escribir la información que es recopilada fuera de las instalaciones de Telediario, para el noticiero es parte fundamental la forma en que se escribe el planteamiento de una noticia, es por ello que los profesionales deben tener conocimientos básicos de redacción, basados en la ortografía, sintaxis.

Locutores:

Es un equipo de profesionales expertos en la modulación de las voces, en Telediario se utilizan para las tres emisiones, con el único fin de desarrollar un programa interesante y ameno. Su voz es la que queda plasmada en el relato de una noticia, que sobresale de las demás.

Conductores:

Deben de tener como requisito esencial, una licencia de conducir. En Telediario el uso de conductores es esencial para la recopilación del material que se lleva a las instalaciones, para que se elabore la noticia que es de interés público.

Secretarias:

Son las encargadas de coordinar el transporte y material que utilizan los equipos de Telediario para elaborar la noticia, además responden al llamado de los televidentes que quieren ser partícipe de la información que se transmite a diario.

1.2.5. Misión:

Informar a la población guatemalteca sobre el acontecer nacional e internacional en una forma más humana y social, sobre temas que afectan día a día; aplicando los avances tecnológicos y periodísticos, sin olvidar los cambios en las comunicaciones en el mundo.

Todo ello con el objetivo de posicionarse como el noticiario que se preocupa por las y los guatemaltecos, por sus necesidades. Manteniendo una imagen renovada, moderna, con movimiento, presencia y manejo de la información.

1.2.6. Visión:

Ser un noticiario representativo de las necesidades, gustos, cultura y problemas de las y los guatemaltecos, que rompa barreras y límites y nos vean como una opción de información fuera del país.

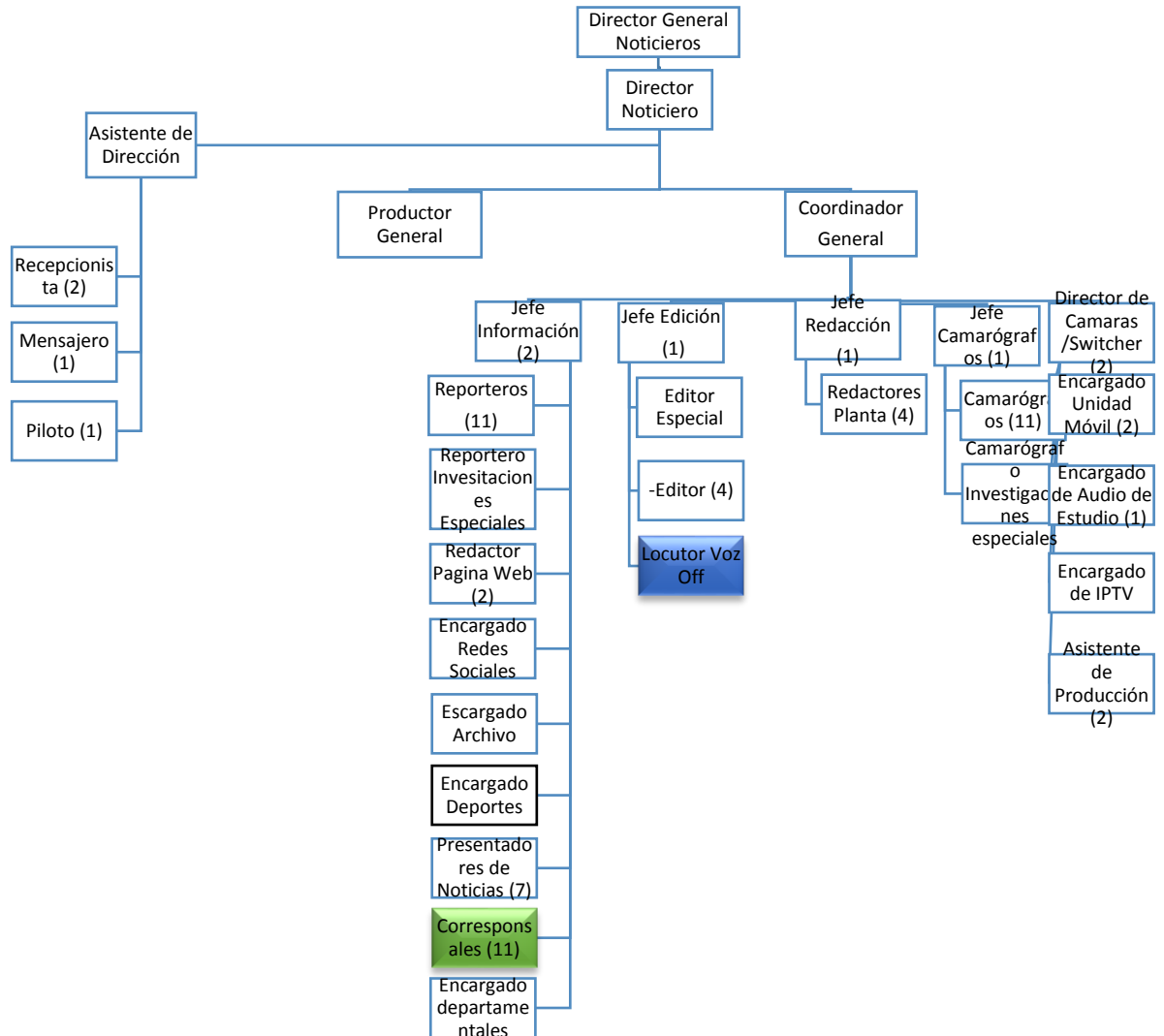
1.2.7. Objetivos Institucionales:

Telediario tiene como objetivo transmitir la noticia informativa a varios televidentes del país, para incrementar la audiencia.

1.2.8. Público Objetivo:

Adultos 25 años en adelante de clase media, media alta y alta.

1.2.9 Organigrama de la Institución



FUENTE: RECURSOS HUMANOS
TELEDIARIO

1.3 Metodología.

1.3.1. Descripción del Método:

El enfoque mixto surge de la combinación de los dos rumbos, este implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

Para aplicar este método se debe considerar que se realiza un estudio general del proceso comunicacional que hay en el noticiero de Telediario, enfocarse en uno de los problemas que surgen en determinada emisión y así poder seleccionar uno de estos, plantear las dificultades para la elaboración de un informe. Se debe realizar una recolección de datos importantes que refieren las dificultades del lugar, el cual será objeto de análisis en cuanto al trabajo.

Cuando el investigador tiene un método adecuado para averiguar la información que necesita, refuerza la comprensión y entendimiento de su tema y es más fácil transmitir la información que traslada a su público lector, por ello el autor de este documento subraya la importancia de tener una guía de reforzamiento para los estudiantes.

Este método se utilizó en el siguiente trabajo para recolectar información y analizar los problemas que tenía el departamento de redacción de Telediario, para luego plantear posibles soluciones.

1.3 2 Técnicas e instrumentos de recolección:

La investigación de campo se inicia a través de la observación, encuestas, y entrevistas.

Como parte de la recolección de datos, en el presente trabajo se utilizará la entrevista y la encuesta como instrumentos.

La Entrevista:

El escritor Carlos Sabino, (1992:116) comenta "La entrevista, desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones´.

Estas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas.

- **Entrevista estructurada:** Con base en una guía de preguntas específicas el entrevistador realiza las cuestionantes.
- **Entrevistas semiestructuradas:** Mantiene una guía de preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir otras adicionales.
- **Entrevistas abiertas:** Tiene una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla.

Para el presente diagnóstico se utilizó la entrevista estructurada, dirigida a dos de los coordinadores de la emisión estelar de Telediario, Erick Suruy y Alexis Ponce, quienes son los encargados de elaborar el guión del telenoticiero y reúnen los elementos necesarios para que se produzca la información.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDAD		ENERO		FEBRERO			
		1	2	1	2	3	4
1	Reunión para solicitar información						
2	Análisis de la información						
3	Elaboración de objetivos						
4	Entrevistas con jefes de áreas						
5	Realización de grupos focales						
6	Elaboración de metodología						
7	Análisis e interpretación de resultados						
8	Elaboración de FODA						
9	Radiografía de la institución						
10	Elaboración de informe final						
11	Entrega de diagnóstico						

Formato de Gantt (Excelworld, 2017)

<https://www.google.com.gt/search?q=cronograma+formato+de+gant&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj9JWZ4ozXAhUISSYKHZITDuoQsAQIJg&biw=1311&bih=577>

1.4 Recopilación de datos:

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:

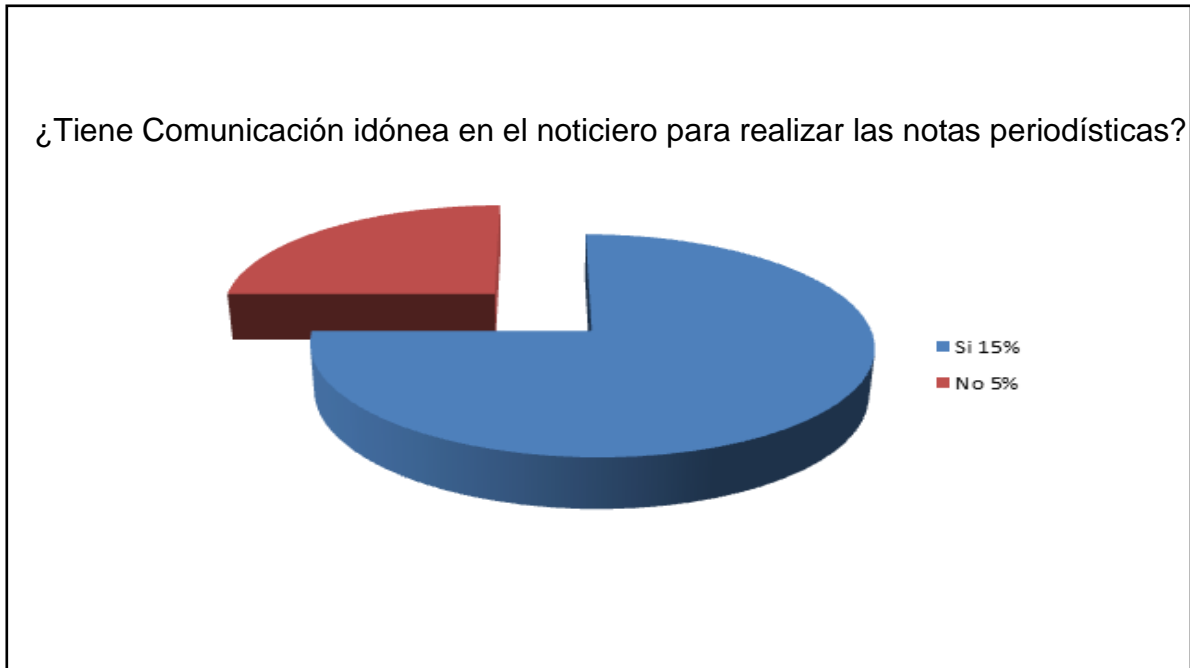
Gráfica 1



Fuente: Karla Mejía

Interpretación: del 20 % de los trabajadores en Telediario, el 17% dijo si, mientras el 3% dijo que desconocía sus asignaciones.

Gráfica 2

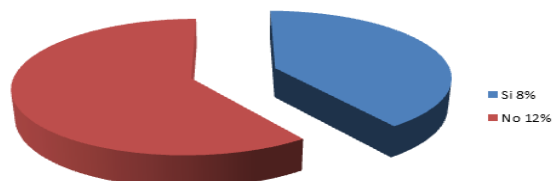


Fuente: Karla Mejía

Interpretación: El 15% indica que si es la comunicación adecuada, mientras el 5% dijo que no.

Gráfica 3

¿Existe comunicación eficaz entre coordinadores, editores y reporteros para la edición de noticias?



Fuente: Karla Mejía

Interpretación: un 12% asegura que No, mientras el 8% dice que si

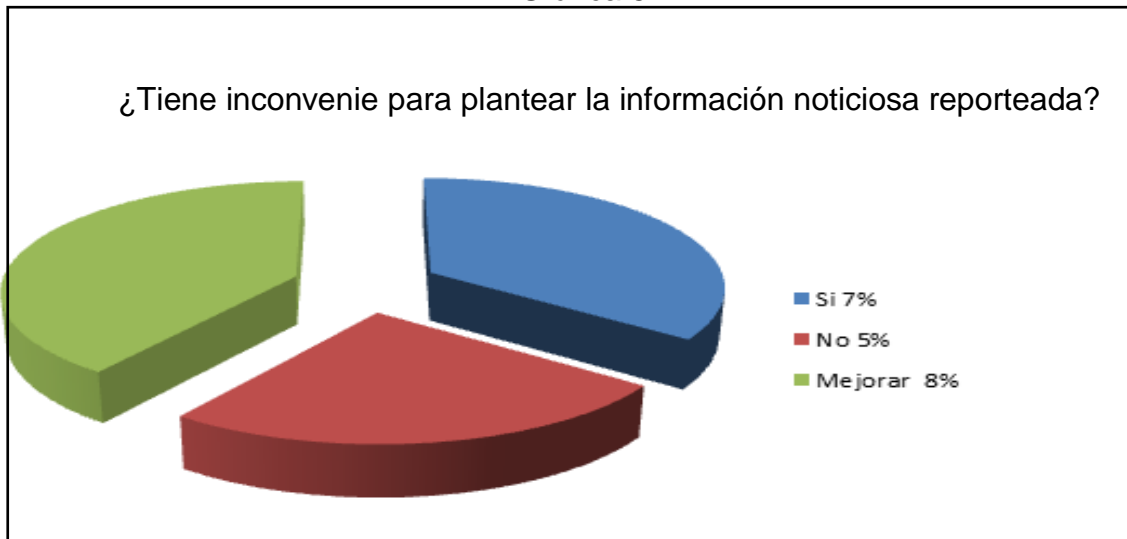
Gráfica 4



Fuente: Karla Mejía

Interpretación: 16% considera que no se adapta a sus necesidades, y un 4% dice que si.

Gráfica 5

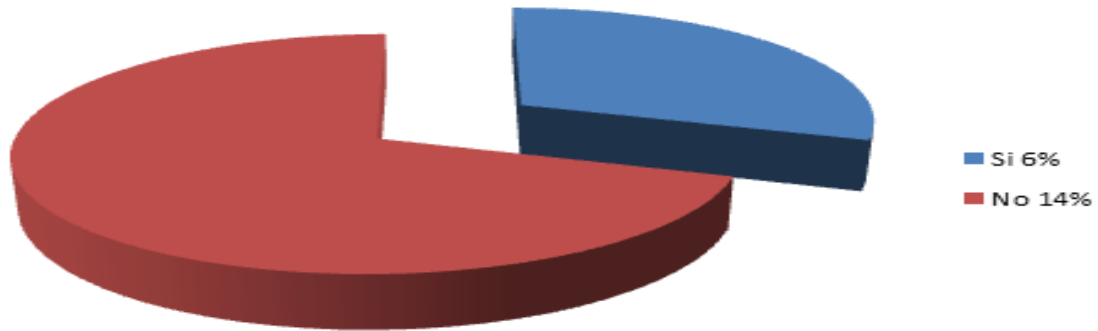


Fuente: Karla Mejía

Interpretación el 7% dijo que si, mientras un 5% dijo que no 5%, pero otro 8% asegura que debe mejorar el método.

Gráfica 6

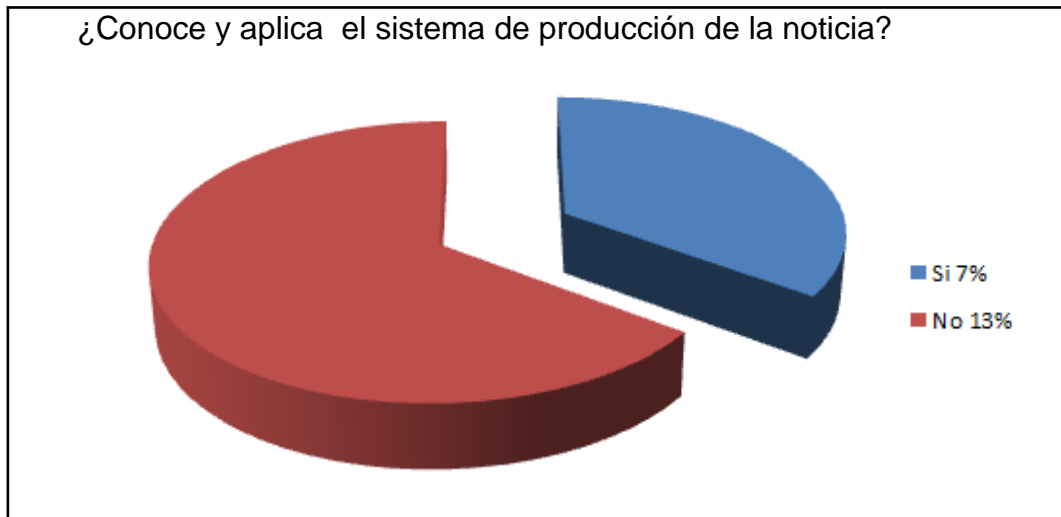
¿Ha enfrentado alguna dificultad al redactar el guión de una noticia que se transmite en la emisión del noticiero?



Fuente: Karla Mejía

Interpretación: 14% dijeron que si tienen problemas y un 6% que no. Significa que debe tratarse este aspecto.

Gráfica 7



Fuente Karla Mejía

Interpretación: la mayoría no conocen el sistema, un 13% lo aseguró, mientras que un 7% dijo que si.

Gráfica 8

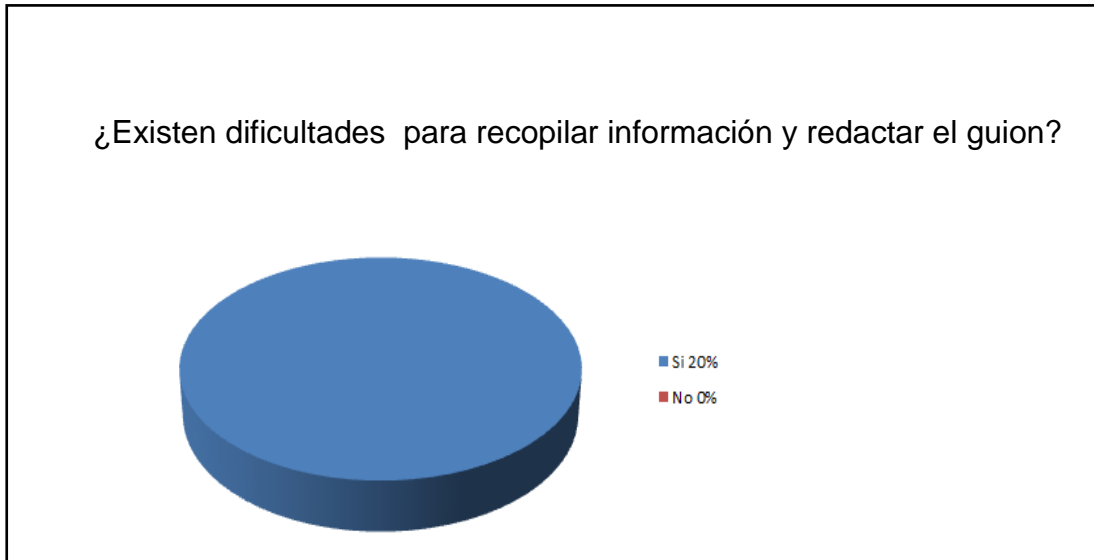
¿Considera que debe haber cambios para mejorar el proceso de producción de la noticia en Telediario?



Fuente Karla Mejía

Interpretación; Más de la mitad consideran necesario un cambio para mejorar el proceso de trabajo en Telediario, 11% dijeron que si, mientras un 9% dijo que No

Gráfica 9



Fuente Karla Mejía

Interpretación: En su totalidad, los encuestados dijeron que si hay dificultades para el proceso de información recabada en Telediario.

Gráfica 10



Fuente: Karla Mejía

Interpretación 13% de la población asegura que hay dificultad en recopilación de información y otro 7% opina lo contrario

1.5. Radiografía de la institución

1.5.1. Fortalezas:

- La redacción de Telediario cuenta con el equipo necesario para transmitir noticias en sus tres emisiones diarias, tiene reporteros suficientes para producir contenido noticioso y difundir en el tiempo estipulado.

1.5.2. Oportunidades:

- Los reporteros de Telediario tienen la capacidad de cumplir con todo el proceso de producción y post-producción de una noticia.
- Hay cinco editores para efectuar la producción de noticias.
- Los reporteros pueden participar dentro de la edición de noticias.

1.5.3. Debilidades:

- En Telediario hace falta reuniones para asignar temas de investigación o conocer la agenda de cada reportero.
- No existe un horario establecido para recopilar información sobre los temas que se han trabajado durante el día.
- Carece de plataforma virtual para que todos conozcan los temas de cada reportero, que tengan acceso a cada información y los guiones que se preparan para los noticieros.
- La falta de comunicación entre el mismo equipo de trabajo atrasa las labores y los procesos para la emisión.

1.5.4. Amenazas

- El nuevo método de informar, que relaciona a los medios digitales.
- Al no existir capacitaciones dentro de la institución, no se actualizan sobre los nuevos métodos para generar noticia.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes Comunicacionales:

En años anteriores se procedió por iniciativa de la dirección del noticiero Telediario, mejorar la formación de los periodistas. Pero no se han podido continuar por cambios y capacitaciones a los redactores, productores y coordinadores.

Anteriormente Telediario aprobó aportes de estudiantes universitarios que efectuaron prácticas supervisadas en el noticiero, pero los proyectos fueron enfocados al fortalecimiento de las redes sociales. En los últimos tres años no se enfocaron esfuerzos de periodistas en evaluar el funcionamiento de los métodos internos de comunicación.

En noviembre del 2016 hubo reorganización de personal en Telediario y la dirección ordenó reevaluar los sistemas de comunicación interna y de elaboración de las noticias. Como resultado de los análisis se requirió compartir el contenido noticioso para los noticieros Noti 7, TN 23 y T13. Además se pidió compartir la redacción de las noticias un correo electrónico general para los cuatro noticie

El uso de un correo electrónico general buscaba facilitar la divulgación de los contenidos noticiosos y la toma de decisiones para elegir las noticias a publicar en las emisiones.

Las redes sociales también se han intentado adoptar por la dirección de Telediario para facilitar la comunicación. En noviembre pasado se giró la orden de usar Whatsapp como medio de conversación para planificar las noticias en elaboración.

2.2 Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivo General:

- Fortalecer el área de comunicación interna en la redacción de Telediario

2.2.2 Objetivos Específicos:

- Informar a los trabajadores y colaboradores de Telediario sobre las acciones internas que realiza la institución en la actualidad.
- Reforzar el canal de comunicación alternativo para la comunicación interna de la coordinación en el departamento de redacción de Telediario.
- Mejorar el trabajo en equipo.

2.3 Público Objetivo:

Interno

Aspectos demográficos

EDAD	De 20 a 40 años
SEXO	Femenino, masculino
ESTADO MARITAL	Solteros y casados
INGRESOS	Q2.500.00 a Q12,000.00
EDUCACIÓN	Nivel diversificado y universitario.
OCUPACIÓN	Reporteros, camarógrafos, editores, coordinadores de noticias.

Aspectos psicográficos:

Proactivos.
Jóvenes.
Responsables.
Creativos.
Entusiastas.

Colaboradores.
Armoniosos
Personal en
aprendizaje.

Presencia de
desmotivación.
Déficit de atención.
Niveles de desorden.

2.4 Mensaje

El trabajo en equipo da mejores resultados

Descripción: Cuando se unen ideas y se intercambian opiniones se logran mejores resultados en el trabajo, es por ello que se considera un mensaje positivo para todo el equipo de Telediario.

2.5 Estrategias

- Implementar una guía práctica para el proceso de realización de noticias en Telediario.
- Implementación de un taller a reporteros, camarógrafos, editores y coordinadores para conocer el uso de guía.
- Fortalecer el uso de redes sociales como WhatsApp como proceso de comunicación interna entre camarógrafos, reporteros, editores, productores y coordinadores.
- Mejorar el proceso de planificación, discusión y selección de noticias a realizar.

2.6 Acciones

Acción 1:	
Estrategia	Implementación de una guía que mejore la participación de camarógrafos, reporteros, editores y productores, en el trabajo de redacción
Problema	El desconocimiento de funciones y la falta de comunicación afecta la elaboración de noticias.
Producto	Diseño de una guía práctica.
Objetivo comunicacional	Hacer eficiente el proceso de comunicación interna para elaborar mejores contenidos noticiosos.
Tipo de mensaje	Inductivo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Impresión de guía.

Acción 2:	
Estrategia	Mejorar el trabajo de los camarógrafos
Problema	Faltan capacitaciones al equipo de camarógrafos para renovar y optimizar el trabajo.
Producto	Capacitación especializada en filmaciones.
Objetivo comunicacional	Fortalecer la realización de noticias para las emisiones de Telediario
Tipo de mensaje	Inductivo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Exposición oral.

Acción 3:	
Estrategia	Reuniones para informar los procedimientos que se deben hacer en la producción de noticias.
Problema	No existe un proceso adecuado de recopilación de información en el cual se informen todos.
Producto	Dialogo para enseñar el proceso.
Objetivo comunicacional	Que exista un método de elaboración de noticias ordenado y ayudar a elaborar las de más relevancia
Tipo de mensaje	Inductivo
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Oral, a través de exposiciones.

Acción 4:	
Estrategia	Mejorar el uso del correo electrónico y la red social WhatsApp.
Problema	Los camarógrafos, reporteros, productores y coordinadores no utilizan con frecuencia el correo electrónico o redes sociales como WhatsApp.
Producto	Sugerir lineamientos de uso.
Objetivo comunicacional	Procurar mejorar la comunicación interna y la planificación.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Oral

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto Desarrollado:

Estrategias para fortalecer la comunicación interna en el departamento de redacción de telediario”

3.1.1 Financiamiento:

El 75% de los gastos fueron proporcionados por Telediario. El 25% restante fue asumido por el epesista.

3.1.2 Presupuesto:

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total
44	Impresión de afiches full color, tamaño tabloide de papel Couche.	Q 12.00	Q 528.00
2	Diseños de afiches	Q 500	Q 1,000
20	Trifoliales full color	Q 10.00	Q 200.00
1	Asesoría comunicacional	Q15,000.00	Q15,000.00
		Total del proyecto	Q16,728.00

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiarios Primario Trabajadores del noticiero Telediario Guatemala, empresa de Albavisión.	El mensaje principal es dirigido al grupo de 40 empleados del noticiero, quienes a través de afiches, se informan y conocen los valores necesarios para formar parte de la familia de Telediario.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Francisco Olmedo	Coordinador de Promoción y Divulgación	Asesoría en temas institucionales.
	Encargado de comunicación interna	Apoyo para la estrategia de comunicación específicamente la campaña de expectación.
Vivian Lemus	Comunnity Manager	Apoyo en fotografía y acompañamiento en charla y entrega de boletines.
Rossana Sierra	Diseñador	Soporte en diagramación de boletín

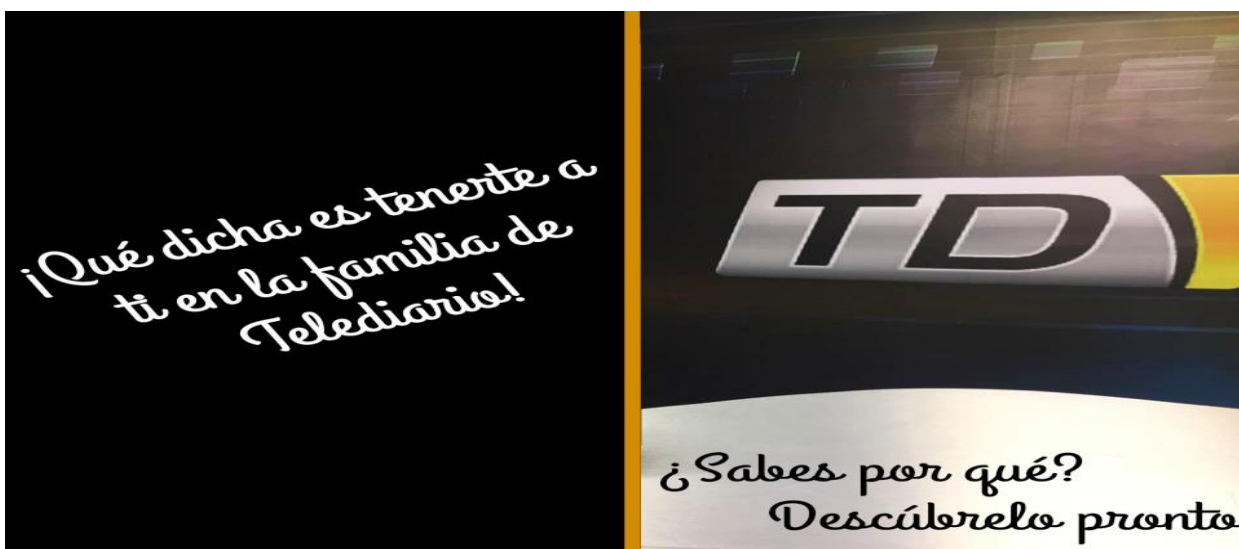
3.1.5 Área Geográfica de Acción

Oficina de redacción y edición en Telediario.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia: Campaña de expectación.

- **Objetivo comunicacional:** Crear expectativa para el lanzamiento del producto de comunicación.
- **Descripción:** Se diseñó un afiche que captara la atención de los trabajadores dentro de Telediario.
- **Acciones desarrolladas:**
 - Acción 1: Afiches
 - Acción 2: Fondos de pantalla
 - Acción 3: Difusión por correo electrónico a todos los empleados del noticiero



Mensajes propositivos se colocaron en la redacción de Telediario. Proyecto a cargo de epesista Karla Mejía

Estrategia: Afiches impresos sobre valores

- **Objetivo comunicacional:** Empatizar y conectar emocionalmente, conseguir afinidad, simpatía.
- **Descripción:** Se crearon afiches para que fueran colocados en distintos espacios del piso de Telediario, durante junio y julio, para motivar a los trabajadores
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Diagramación, diseño y contenido de afiches
Acción 2: Charla personalizada del material diseñado, con presentadores.



Charla motivacional impartida por Francisco Olmedo. Proyecto a cargo de epesista Karla Meja

Estrategia: Capacitación de procesos para recolectar información noticiosa y la edición de noticias

- **Objetivo comunicacional:** Motivar y mejorar las reuniones por medio de la comunicación interna, para un trabajo más eficiente.
- **Descripción:** Posterior a colocar los afiches, se realizó una reunión con representantes de cada unidad para dar a conocer los detalles y objetivos del proyecto. Así como mencionar el slogan: “Telediario, tu segundo hogar”.
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Presentación con diapositivas de los afiches.



Personal de edición de Telediario en taller de capacitación a cargo del proyecto de epesista Karla Mejía.

Estrategia: Premiar el buen trabajo y actitudes de los colaboradores de Telediario

- **Objetivo comunicacional:** Motivar e incentivar a los trabajadores, así como que identifiquen a Telediario como su segundo hogar.
- **Descripción:** Felicitar a los equipos de trabajo cuando su labor es satisfactoria y realizada con esmero y esfuerzo. Premiar las buenas actitudes como la puntualidad, responsabilidad, compañerismo y solidaridad.
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Felicitación a empleados, mediante reuniones de todo el personal.



Dos camarógrafos y una editora fueron destacados por su labor en el mes de Junio

Estrategia: Presentar una guía de trabajo con puntos claves de labores cotidianas.

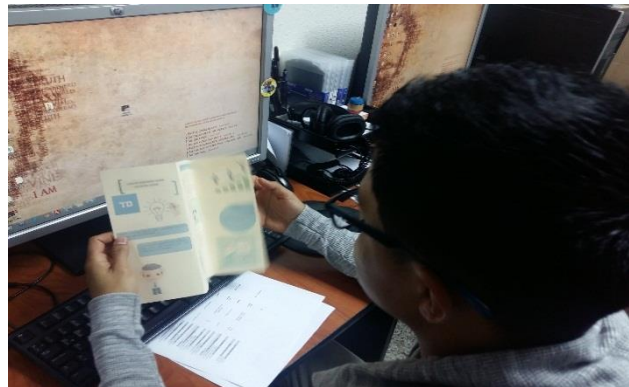
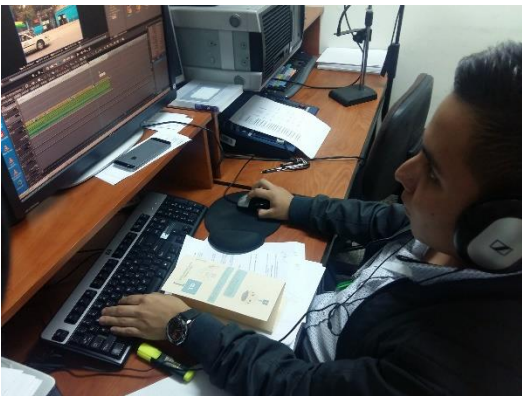
- **Objetivo comunicacional:** Elaboración de guía estratégica de trabajo.
- **Descripción:** Resaltar a los equipos de trabajo la unidad
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Impresión de la guía
Acción 2: Entregar la guía a los que forman parte del equipo de Telediario.



Impresión trifoliar, de la forma en que se debe trabajar en Telediario



Entrega de documento por parte de epesista Karla Mejía a jefe de producción Alexis Ponce



Editores: Michael López y Kevin Salguero leen documento impreso por epesista Karla Mejía

3.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MES	JUNIO				JULIO			
ACTIVIDAD	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Campaña de expectación								
Diagramación y diseño de boletín								
Contenido de boletín								
Entrega de boletín								
Reunión informativa								
Retroalimentación por correo electrónico								

3. 5. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores	
	Cuantitativos	Cualitativos
Campaña de expectación. Objetivo: Crear expectativa para el lanzamiento del boletín informativo (estrategia principal).	El 80 % de trabajadores logró visualizar el afiche en los diferentes medios que se difundió	“Me impactó y me generó la duda por saber que sorpresa comunicacional nos iban a dar”
Boletín Informativo Impreso. Objetivo: Informar, formar y motivar a los trabajadores dentro de la institución.	De 210 trabajadores dentro de la sede de la institución. 150 obtuvieron las 2 ediciones del boletín.	“Enriquecedor, informativo y variado, nos sacó un poco de la rutina y nos ayudó a conocer lo que la institución realiza interna y externamente”
Reunión Informativa. Objetivo: Dar a conocer los objetivos y estrategia del boletín informativo impreso.	48 trabajadores estuvieron presentes en la reunión informativa.	“Conocimos a fondo, los objetivos y estrategias por el cual se realizó el boletín”
Respuestas, opiniones, aportes por correo electrónico. Objetivo: Recibir la respuesta, crítica, opiniones, aportes y solicitudes del contenido del boletín	35 trabajadores enviaron sus comentarios, sugerencias y aportes a través del correo electrónico.	“Con la retroalimentación, nosotros proponemos nuestras actividades. Además realizamos críticas y opiniones a través de esa vía”

CONCLUSIONES

- Durante el análisis que se hizo en Telediario, fue evidente que existe una desinformación del trabajo que se realiza en el lugar, que los mismos empleados han generado y que incluso ha afectado el proceso de comunicación para la redacción de notas en el noticiero.
- La reunión que se hizo para intercambiar ideas, material impreso, en las que colaboraron los mismos trabajadores, ayudó a mejorar la coordinación y generó oportunidad de cambios positivos.
- Para fortalecer la redacción de Telediario, se necesita de reuniones y capacitaciones constantes.
- Todos los profesionales que laboran en el medio televisivo están dispuestos a colaborar con las personas que quieran compartir su conocimiento para fortalecer el trabajo que realizan en la institución.
- Telediario cuenta con trabajadores que tienen más de cuatro décadas en dicha institución.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a Telediario continuar con capacitaciones y reuniones motivacionales para el personal que permitirán fortalecer la comunicación interna y el trabajo en equipo.
- Se exhorta implementar herramientas tecnológicas virtuales para facilitar la labor periodística.
- Es importante que al área de producción de cada unidad un acercamiento a los trabajadores para conocer sus ideas.
- Se invita a continuar brindando la oportunidad de ejecución de proyectos a los futuros comunicadores.
- Es de vital importancia que la institución brinde oportunidad a los nuevos estudiantes epesistas para concluir el proceso de formación profesional.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Capacitación:** actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal
- **Clima laboral:** Conjunto de condiciones que caracterizan la situación o la circunstancia que rodea a una persona en su área de trabajo.
- **Comunicación:** es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.
- **Diagnóstico:** análisis que se realiza para determinar cualquier situación y sus tendencias
- **Divulgación:** difundir, promover o publicar algo para ponerlo al alcance del público.
- **Financiamiento:** Aportar el dinero necesario para una empresa, proyecto u otra actividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Campbell, D.T. y Stanley, J.C. (1973): Diseños Experimentales y Cuasi-experimentales de Investigación. Buenos Aires: Editorial Amorrortu, página 129.
- Educational Psychology. The University of Texas at Austin. Kerlinger, F.N. (1982): Fundamentos de la Investigación del Comportamiento. México: Nueva Editorial Interamericana.
- Gómez,Pérez-Mitré, G. (1973).Family life styles and parental attitudes in Mexico and the United States. Thesis, M.A.
- -(V.D de Rada, (2009). Análisis de datos de encuestas, Barcelona.(páginas 19-29)
- Morán Delgado, Gabriela y Alvarado Cervantes, Darío Gerardo, Pearson educación, México, primera edición 2010.

“En la metodología de la encuesta, se gana mucho con la introducción del método de panel, consistente en la repetición de entrevistas con las mismas personas. Bien practicados, los estudios en panel parecen ofrecer datos útiles para la versión más endeble del diseño”

E – GRAFÍAS

Normas APA 2017 – 6ta (sexta) edición. Disponible en: <http://normasapa.net/2017-edicion-6/>

Tipos de encuestas y diseño de investigación. Disponible en: http://www.unavarra.es/personal/vidaldiaz/pdf/tipos_encuestas.PDF

Estudio de encuestas. Disponibles en: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

El Método Científico y sus Etapas (México enero del 2007). Disponible en: <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>

Proyecto visionario reestructura pensum periodismo (Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en: http://periodicotiempo.blogspot.com/2010/03/proyecto-visionario-reestructura-pensum_04.html

Guía Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en: http://issuu.com/ronnymel.epslicenciatura2011/docs/guia_ecc_interactiva2013iii

Misión y Visión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. (Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en: http://www.comunicacionusac.org/mision_vision.htm

FODA Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO

ANEXOS

Ficha de las entrevistas

A continuación se presenta la ficha de entrevista utilizada en Telediario.

Entrevista 1

Entrevista sobre el proceso de recopilación de información que se hace a los reporteros para luego hacer la elaboración del guión .

Fecha: 20 de febrero de 2017

Hora: 15:00 horas

Lugar: Oficina de coordinador de noticias

Entrevistado: Licenciado Alexis Ponce

Puesto: Coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física

1. ¿Cuál es la función que tiene el coordinador dentro de las instalaciones de Telediario, en cuanto a la recopilación de información?

Parte de las atribuciones del coordinador es verificar que se cumpla con la línea editorial.

Proponer temas

Revisar las notas de los reporteros

Dirigir el programa cuando está al aire

Dirigir equipo de cabina y presentadores

2. ¿Qué medios se utilizan para producir la información interna?

Reuniones, monitoreo de actividades, recopilación de información

3. ¿Cómo es el proceso para recibir información de los reporteros?

Es lento porque enviar notas por correo electrónico genera desorden

4. ¿Cuáles son los obstáculos a los que se enfrenta constantemente para el correcto funcionamiento del proceso de recopilación de información?

No hay coordinación clara, dudas de cómo trabajar lento el proceso para enviar material,

5. ¿Cuál sería su propuesta para mejorar la comunicación interna?

Involucrar a todo el personal en un mismo grupo de noticias para informarse de todo lo ocurrido, reuniones periódicas y verificar si se están cumpliendo los objetivos.

Segunda entrevista:

Fecha: 21 de febrero de 2017

Hora: 15:00 horas

Lugar: Oficina de coordinador de noticias

Entrevistado: Licenciado Erick Suruy

1. ¿Cuál es la función que tiene el coordinador dentro de las instalaciones de Telediario, en cuanto a la recopilación de información?

El coordinador de información o Productor periodístico, es el responsable de proponer agenda, consensuar la con el director, productor ejecutivo o coordinador general. Evaluar fuentes informativas y contenido de la información, revisar redacción, intervenciones de los entrevistados y aprobar las notas.

2. ¿Qué medios se utilizan para producir la información interna?

Cámara audiovisual, micrófono, mochila satélite, unidad móvil, redacción, visualizador.

3. ¿Cómo es el proceso para recibir información de los reporteros?

Por la mañana no existe reunión de coordinadores, director y reporteros. Por la noche se planifican temas pero también depende de la intervención de la Central de Información. Se acepta propuestas de reporteros y aparte la agenda asignada

4. ¿Cuáles son los obstáculos a los que se enfrenta constantemente para el correcto funcionamiento del proceso de recopilación de información?

Los coordinadores de la mañana están en emisión Hasta las 9 de la mañana y no atienden reunión con reporteros temprano para compartir criterios

5. ¿Cuál sería su propuesta para mejorar la comunicación interna?

Hacer reunión con reporteros y coordinadores, evaluar los temas planteados por la coordinación nocturna y determinar el seguimiento de los temas coyunturales.

Resultado de las entrevistas

Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

De la información recabada y de las entrevistas realizadas se estableció los siguientes encuentros y disensos

Se formularon 05 preguntas cerradas, Los datos son interpretados en conjunto con las entrevistas realizadas previamente a coordinadores.

ENCUENTROS	DISENSOS	INTERPRETACIÓN
Ambos entrevistados conocen la forma en que se debe trabajar en Telediario.	En cuanto a la coordinación que se hace del equipo de trabajo, las funciones son distintas	El conocimiento que se tiene del trabajo en Telediario es distinto
Los coordinadores entrevistados coinciden en que hacen falta desarrollar a diario por la mañana, reuniones de trabajo para planificar la agenda de noticias.	Uno de los entrevistados considera de vital importancia el método de enviar información, mientras que el otro considera que las reuniones son las vitales	Las reuniones son de vital importancia para saber qué están haciendo

Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.

La Encuesta

Es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta sobre los datos que desea obtener, luego reúne las respuestas para evaluarlas, en su mayoría suelen ser cerradas, (Hueso & Cascant, 2012)

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

En el presente diagnóstico se hizo un cuestionario con preguntas cerradas a 20 de los trabajadores de Telediario, entre ellos, coordinadores, editores y reporteros, quienes son los involucrados en la recabación y elaboración de la noticia que se hace pública en el noticiero.

A continuación se presenta la guía de la encuesta que se practicó dentro de las instalaciones de Telediario

Para la realización de la encuesta, se recogió una muestra del 75% de la población total objetiva. 20 de 27 trabajadores que laboran en Telediario obteniéndose resultados cuantitativos.



A continuación le presentamos 10 enunciados emitidos a mejorar la producción de la noticia que se transmite en Telediario en su emisión de las 19 horas

1. ¿Tiene claras sus funciones en el trabajo que desempeña?
Si _____ No _____
2. ¿Conoce quiénes lo dirigen y cuáles son sus funciones?
Si _____ No _____
3. ¿Tiene Comunicación idónea en el noticiero para realizar las notas periodísticas?
Si _____ No _____
4. ¿Existe comunicación eficaz entre coordinadores, editores y reporteros para la edición de noticias?
Si _____ No _____
5. ¿El proceso de recopilación de información se adapta a las necesidades de sus funciones?
Si _____ No _____ Debe mejorar _____
6. ¿Tiene inconvenientes para plantear la información noticiosa reportada?
Si _____ No _____
7. ¿Ha enfrentado alguna dificultad al redactar el guión de una noticia que se transmite en la emisión del noticiero?
Si _____ No _____ Debe mejorar _____
8. ¿Conoce y aplica el sistema de producción de la noticia?
Si _____ No _____
9. ¿Considera que debe haber cambios para mejorar el proceso de producción de la noticia en Telediario?
Si _____ No _____
10. ¿Existen dificultades para recopilar información y redactar el guión?
Si _____ No _____

Horas de Prácticas




Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Karla Yanet Mejía Escobar
No. Carné y DPI: 200215437 / 2624646911225
Jefe o Encargado (a): Licenciado Marvin Alexis Ponce
Institución o Empresa: Telediario
Supervisor de EPSL: Licenciada Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 02	Junio	x	x	x	6	6	x	12 hrs.
2	Del: 05 / Al: 09	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
3	Del: 12 / Al: 16	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
4	Del: 19 / Al: 23	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
5	Del: 26 / Al: 29	Junio	8	8	8	8	x	x	32 hrs.
6	Del: 03 / Al: 07	Julio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	2	2	2	2	x	x	8 hrs.
10	Del: 31	Julio	8	x	x	x	x	x	8 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
 Licenciado Alexis Ponce
 Productor Periodístico

(f) 
 Licenciada Sandra Hernández
 Supervisor EPSL