

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



“Plan de comunicación interna para la sección Nacionales de Prensa Libre”

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Henry Gerson Estuardo Pocasangre Lara

CARNÉ: 201016693

Previo a portar el título de:

LICENCIADO 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 Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael 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

PRENSA LIBRE

Guatemala, 01 de septiembre 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 el(a) estudiante(a) epesista **HENRY GERSON ESTUARDO POCASANGRE LARA** con número de carné: **201016693** 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 **NACIONALES** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de Junio** al **31 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECCIÓN NACIONALES DE PRENSA LIBRE** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **PRENSA LIBRE**

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.

Atentamente,



MBA. Sonia Doménica Verásquez Navas
Directora Editorial

PRENSA LIBRE



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 18 de octubre de 2017

Estudiante
Henry Gerson Estuardo Pocasangre Lara
201016693
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 INTERNA PARA LA SECCIÓN NACIONALES DE PRENSA LIBRE**. 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,

"DID Y ENSEÑAR A TODOS"


Lic. Rosalva Patricia Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura


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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
Quinto Centenario de León

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



Para los efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por mi vida y la fortaleza que me ha dado ante las adversidades que se presentan todos los días.
- A MIS PADRES:** Por su apoyo incondicional a mi formación académica y su paciencia en mis años de estudiante.
- A MI HERMANA:** Por ser mi ejemplo como universitaria y apoyarme a cumplir mis metas.
- A RUTH:** Por llegar a mi vida en el momento justo, darme la mano y ayudarme a concluir una de las muchas etapas que siguen su marcha.
- A GLENDA:** Mi buena amiga e incondicional compañera universitaria, que me ha visto crecer profesionalmente.

A todos los que de una u otra manera han influido de manera positiva en mi sendero académico y profesional, y aunque no en todos los momentos, Sí en los adecuados, contribuyendo a que yo sea una mejor persona.

AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, donde he crecido académica y profesionalmente.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, y a los docentes que sí demostraron conocer el verdadero sentido de la comunicación.

Al equipo del **Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura**, por su apertura y buena disposición de asesorar y guiar en todo el proceso.

A **Prensa Libre** y su directora Doménica Velásquez por permitirme realizar mi proyecto en ese medio de comunicación.

Al editor de Mesa Central **Eswin Quiñonez**, quien revisó mi proyecto y me asesoró para la implementación del mismo.

A todos los colaboradores de Prensa Libre que facilitaron que yo realizara el proyecto y que apoyaron al momento de la implementación del mismo.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. <i>Objetivo General</i>	1
1.1.2. <i>Objetivos Específicos</i>	1
1.2. LA INSTITUCIÓN -PRENSA LIBRE-.....	1
1.2.1. <i>Ubicación Geográfica</i>	1
1.2.2. <i>Integración y Alianzas Estratégicas</i>	2
1.2.3. <i>Antecedentes</i>	2
1.2.4. <i>Departamentos</i>	2
1.2.5. <i>Misión</i>	3
1.2.6. <i>Visión</i>	4
1.2.7. <i>Objetivos Institucionales</i>	4
1.2.8. <i>Público Objetivo</i>	4
1.2.9. <i>Organigrama</i>	5
1.3. METODOLOGÍA	6
1.3.1. <i>Descripción del Método</i>	6
1.3.2. <i>Técnicas e instrumentos de Recolección</i>	7
1.3.3. <i>Cronograma del diagnóstico</i>	11
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	12
1.4.1. <i>Gráficas e interpretación del resultado de las encuestas</i>	12
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	16
FODA.....	16
1.5.1. <i>Fortalezas</i>	16
1.5.2. <i>Oportunidades</i>	16
1.5.3. <i>Debilidades</i>	16
1.5.4. <i>Amenazas</i>	16
CAPÍTULO II	17
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	17
2.1. ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN	17
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	17
2.2.1. <i>Objetivo General</i>	17
2.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	17
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	18
2.4. MENSAJE.....	18
2.5. ESTRATÉGIA	19

2.5.1. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	19
CAPÍTULO III	22
3. INFORME DE EJECUCIÓN	22
3.1. PROYECTO DE DESARROLLO	22
3.1.1. Financiamiento	22
3.1.2. Presupuesto	23
3.1.3. Beneficiarios.....	23
3.1.4. Recursos Humanos.....	24
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	24
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	25
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	31
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	32
CONCLUSIONES	33
RECOMENDACIONES	34
GLOSARIO DE TÉRMINOS	35
BIBLIOGRAFÍA	37
E GRAFÍA	37
ANEXOS.....	38
TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE ENTREVISTAS.....	38
MODELO DE LA ENCUESTA	41
VACIADO DE LA ENCUESTA	42
LISTA DE VERIFICACIÓN DE ACCIONES	43
FOTOGRAFÍAS	44
HOJA DE PRÁCTICAS	46

RESUMEN

Nombre de la institución: Prensa Libre Sociedad Anónima.

Nombre del Proyecto: Plan de Comunicación Interna para la sección Nacionales de Prensa Libre.

Objetivos del Proyecto:

General: Desarrollar un plan de comunicación que permita mejorar los contenidos digitales de la sección Nacionales.

Específicos:

- Definir un modelo de comunicación que haga más eficiente el trabajo de la sección.
- Organizar las herramientas digitales para mejorar el trabajo de los periodistas del área web.
- Establecer un modelo de comunicación que se adapte a las medidas editoriales de la institución.

Sinopsis del proyecto:

Por medio de las técnicas e instrumentos de recolección de datos se realizó un diagnóstico de la institución que permitió identificar las deficiencias comunicacionales.

De esa manera se ejecutaron estrategias y acciones dentro de un plan de comunicación que se ejecutó con el aval de la institución.

La ejecución fue el desarrollo e implementación del proyecto, por medio de inducciones y asesorías personalizadas para fortalecer la comunicación en la institución.

INTRODUCCIÓN

Este informe presenta la investigación y ejecución de un plan de comunicación realizado en Prensa Libre, con el propósito de mejorar la gestión de contenido digital por medio de la mejora en la comunicación de los periodistas y editores.

Contiene tres fases de acción que son el diagnóstico, el plan y la ejecución. En cada etapa se emplearon distintas técnicas científicas de averiguación, para identificar las necesidades reales de comunicación e implementarlas en esa institución.

En el diagnóstico se abordan las deficiencias encontradas en la institución por medio de técnicas e instrumentos de recolección de datos. Además, se establecen los objetivos, el público y los campos de acción para el proyecto.

La segunda etapa es el plan, que tiene como punto de partida los resultados del diagnóstico. Contiene un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas institucionales y se formulan las estrategias y sus respectivas acciones.

La última etapa comprende la ejecución del plan, que incluye las estrategias y cada acción realizada, que en su conjunto tiene base en las carencias reconocidas en la primera fase de la investigación.

Durante el desarrollo de cada fase fueron visibles más necesidades y estrategias para generar mejores condiciones de comunicación en la institución.

Se plantea un mecanismo de control y seguimiento para que las estrategias se mantengan en la institución y que se apliquen las recomendaciones para darle continuidad.

JUSTIFICACIÓN

La realización de proyectos comunicacionales es de suma importancia en el desarrollo profesional de una empresa, principalmente cuando se trata de un medio de comunicación.

Prensa Libre es un periódico que informa a los guatemaltecos y tiene audiencias de Centroamérica, México, Estados Unidos y hasta el sur del continente. La preocupación siempre fue la proyección con el público, no así los procesos internos.

El departamento de recursos humanos desarrolla constantes capacitaciones y eventos para fomentar las relaciones y comunicación interna en general, sin embargo, carecía de un canal específico para informar sobre las necesidades y desafíos del trabajo digital.

Por esa razón se hizo necesaria la creación de un manual de herramientas digitales que da las bases para proyectos futuros y que en lo inmediato se establece como el mecanismo de consulta y dirección para el personal.

La estrategia de jerarquización plasma las acciones que ya desarrolla Prensa Libre pero que no estaban institucionalizadas, como contenido editorial, políticas sobre el tipo de información y en donde se publica.

La demanda de comunicación, noticias e innovación, obliga a los medios de comunicación como Prensa Libre, a que cada vez más mejoren sus contenidos. Para eso es obligatorio que exista el canal viable para hacerlo.

Las estrategias entregadas a la institución son de fácil aplicación para el trabajo de los periodistas actuales y de futuros colaboradores que se integren.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico para conocer el método de comunicación empleado por el personal de la sección Nacionales de Prensa Libre.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar las fallas de comunicación y en qué áreas de la institución afectan.
- Establecer cuáles son los procesos más vulnerables que deben ser atendidos.
- Determinar la necesidad de un instrumento que oriente en los procedimientos internos.

1.2. LA INSTITUCIÓN -PRENSA LIBRE-

1.2.1. Ubicación Geográfica

Prensa Libre está ubicada en la 13 calle 9-31 zona 1, en el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, en un edificio de color blanco de nueve niveles.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

La empresa de comunicación Prensa Libre tiene una alianza estratégica con el canal de televisión Guatevisión (canal 29 UHF), con quien comparten contenido multimedia, información, personal y plataformas privadas en internet.

1.2.3. Antecedentes

Con el lema de periodismo “Independiente, honrado y digno”, Prensa Libre cumplió 66 años este 2017, desde su fundación el 20 de agosto de 1951.

Su primera edición fue dedicada a lo que en esos años fue catalogado como “alarmante”, en referencia al consumo de drogas provenientes de México.

Desde 1996 ese medio de comunicación ofrece una plataforma multimedia para lectores que prefieren internet para informarse. De acuerdo a las estadísticas del matutino, su lectoría en la página www.prensalibre.com alcanza hasta cinco millones de visitantes únicos cada día.

Para la edición impresa destina entre 90 mil y 110 mil ejemplares que son distribuidos en todo el país. Hay suplementos como la revista D, Amiga y Mundo Motor, entre otras ediciones que crea en ocasiones especiales.

Los fundadores Pedro Julio García, Álvaro Contreras Vélez, Salvador Girón Collier, Mario Sandoval Figueroa e Isidoro Zarco Alfasa, promovieron una idea editorial que ha guiado a la empresa desde su comienzo.

1.2.4. Departamentos

La empresa está integrada por varios departamentos, pero el principal generador es Redacción, que integra las secciones de Buena Vida, Economía, Deportes, Fotografía, Internacional, Ahora, Redes sociales, Infografía, Diagramación y Corrección.

Ventas que tiene como función buscar clientes y vender espacios publicitarios en la edición impresa.

Recursos Humanos se encarga del reclutamiento de personal y la mejora constante de las condiciones laborales de los empleados.

Las revistas y suplementos hacen los materiales alternativos al periódico, entre estos la revista D que sale los domingos, Mundo Motor que se dedica a los artículos del mundo automovilístico, entre otros como Amiga.

Mantenimiento es el área que realiza las labores de limpieza, reparaciones, servicios y otros aspectos relacionados.

Seguridad es la que brinda la protección en el edificio y personal de Prensa Libre.

Informática es la unidad que realiza las configuraciones de equipos de cómputo, líneas telefónicas, mantenimiento de redes y otros equipos tecnológicos.

1.2.5. Misión

La misión de Prensa Libre es ser un periódico independiente, honrado y digno, que informa, orienta, educa y sirve a los guatemaltecos.

1.2.6. Visión

Ser la organización periodística líder en Centroamérica, con el compromiso de servir a la comunidad con principios que promueven la libertad, la justicia y la democracia.

1.2.7. Objetivos Institucionales

La empresa se fija como objetivos en la institución que sus colaboradores promuevan y sean parte del lema de honradez, responsabilidad y servicio.

Los tres aspectos son rodeados por los ideales de mejorar la audiencia, marca, producto, organización y finanzas.

1.2.8. Público Objetivo

Interno: Personal de la redacción de Prensa Libre en la sección Nacionales que en turnos de fin de semana son asignados a la elaboración de noticias para la edición digital.

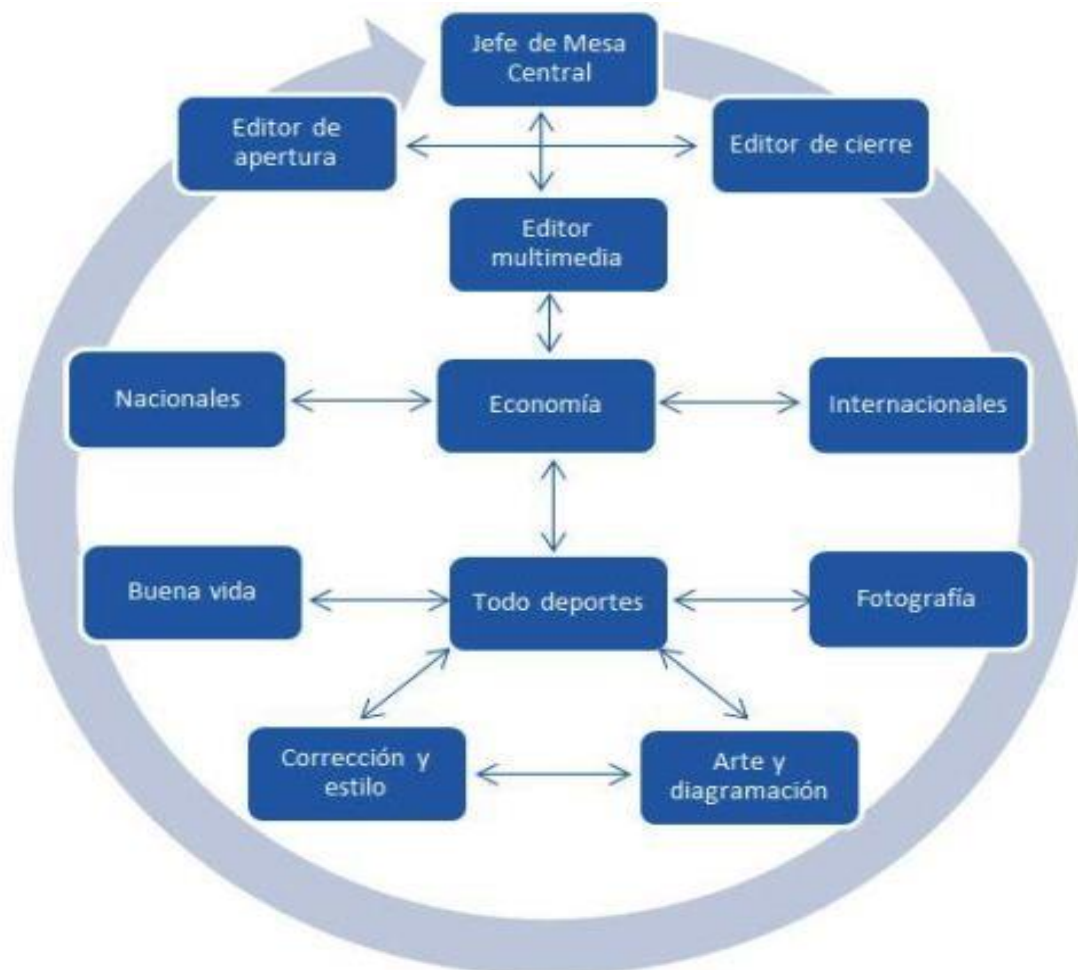
Hombres y mujeres entre las edades de 32 a 44 años, residentes de zonas urbanas de la ciudad capital

Un 90 por ciento del público interno está graduado de licenciados en Ciencias de la Comunicación y han ejercido periodismo por más de cinco años consecutivos.

Son personas con conocimientos en temas de política, seguridad, justicia y salud. Con experiencia periodística de cinco años en adelante.

Externo: La audiencia o lectores con acceso a internet que visitan el sitio web de Prensa Libre. Este público está segmentado por las preferencias que tienen en cuanto al contenido que frecuentan.

1.2.9. Organigrama



Fuente: Elaboración propia con información de Recursos Humanos de Prensa Libre.

1.3.METODOLOGÍA

La metodología son las técnicas científicas que se aplican durante un proceso de investigación que pretende alcanzar un resultado que sea válido.

Es la que funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicamos los procedimientos en una investigación (Sampieri, 2014).

La metodología se encarga de orientar la manera en que se enfoca una investigación, cómo se recolectan los datos, analizan y clasifican, para que los objetivos tengan, resultados válidos y cumplan con los estándares científicos (Sampieri, 2014).

1.3.1. Descripción del Método

“Las investigaciones se originan de ideas, sin importar qué tipo de paradigma fundamente nuestro estudio ni el enfoque que habremos de seguir” (Sampieri, 2014, p.24).

Sampieri (2014) afirma que el enfoque cualitativo es el que refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación.

Mientras que el enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de investigación. Pero este en lugar de que las preguntas de investigación e hipótesis precedan a la recolección y el análisis de los datos, desarrolla una hipótesis antes, durante y después de la recolección de datos (Sampieri, 2014).

Con base en las metodologías explicadas, se utilizará un modelo llamado mixto. “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Sampieri, 2014, p.534).

Al utilizar esta modalidad de investigación el proyecto debe contendrá mayor diversidad de datos, profundidad y análisis.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección

Para este proyecto fueron utilizadas las siguientes técnicas:

Observación: La definición de Sampieri explica que la observación “Implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. Se verifica por medio de esta técnica la dinámica de trabajo del área de estudio. Esto incluye procedimientos, recursos, personal y tiempo” (Sampieri, 2014, p. 399).

Entrevistas: Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra (Sampieri, 2014).

Este instrumento será usado para hablar con editores, que son los jefes de las áreas objeto de investigación.

Cuestionario: Es un conjunto de preguntas que pretende medir una o más variables (Sampieri 2014).

Con esta técnica se abordará a los colaboradores del área que es objeto de estudio dentro de la empresa.

Documentos: Sampieri (2014) afirma que los documentos le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal.

Con este instrumento se pretende documentar los antecedentes y planes de la empresa, para tener una visión integral del material con el que cuentan.

Ficha de entrevistas



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



Técnica: Entrevista individual

Entrevistado: Coeditor web de Nacionales y Coeditor de Redes Sociales

Fecha: 28 de febrero del 2017

Objetivo de la entrevista: Conocer los puntos de vista de los editores sobre el trabajo que se realiza en su área de influencia dentro de la empresa.

Preguntas:

1. ¿Considera que es adecuado el proceso de comunicación en la sección?
2. ¿Cómo evalúa el contenido de la sección Nacionales de prensalibre.com?
3. ¿Qué se puede implementar para mejorar las notas publicadas?
4. ¿Son atractivas las noticias colocadas en el sitio web?
5. ¿A qué le atribuye el posicionamiento de la sección con los actuales contenidos?
6. ¿Se necesita segmentar el contenido que se publica?
7. ¿Hay un tipo de contenido y horario en que las personas no les interesa Nacionales?
8. ¿Cuáles son los artículos que más interés causan?

Resultado de las entrevistas

El coeditor web de la sección Nacionales, Alex Rojas, opinó que los contenidos de su sección son actuales, mantienen la información importante y de interés al lector.

Consideró que en los últimos meses ha habido cambios positivos en las publicaciones de la edición electrónica, y explicó que la página web limita en gran parte el uso de aspectos multimedia.

También dijo que es importante que se conozca al público objetivo de la sección y opinó que es necesario, como en todas las empresas, saber que prefieren los clientes – lectores-.

En el caso del coeditor de Redes, Axel Vicente, aceptó que los contenidos que trabaja Nacionales son actualizados e interesantes, aunque afirmó que le hacen falta contenido multimedia.

Rechazó que aspectos de las noticias sean iguales o similares a los que salen en la edición impresa, algo que cree que le resta interés a la información. Señaló que no son muy utilizados los elementos multimedia.

Explicó además que se necesita segmentar el contenido de Nacionales, aunque consideró que gran parte del trabajo le corresponde su sección, Redes.

Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Puntos de encuentro	Disensos Axel Vicente	Disensos Alex Rojas
Los contenidos de la sección Nacionales son interesantes y actualizados.	Los titulares y el contenido son similares a los que se publican en la edición impresa de la sección.	Desde hace unos meses hemos visto cambios en las notas que se suben al sitio web.
Se debe conocer el público objetivo para mejorar la información que se transmite.	Hace falta actualidad en la información y enfoques más interesantes para llamar la atención del lector.	Se mantiene información importante y de interés para el lector.
Hay que incrementar los contenidos que son atractivos para el mayor público objetivo en la red, que son los jóvenes.	Deben aprovechar más los contenidos multimedia como recurso en los artículos.	Hay bastante limitación en lo que se puede usar para alimentar de contenido multimedia en la página.
Nacionales sigue siendo la sección más leída de Prensa Libre.	No hay	No hay

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

No.	Actividad	Semana 1					Semana 2					Semana 3					Semana 4				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Propedéutico de EPS	■	■	■	■	■															
2	Recolección de datos					■	■														
3	Entrevistas							■	■												
4	Encuestas									■											
5	Tabulación de encuestas									■	■	■									
6	Preparación del diagnóstico									■	■	■	■								
7	Redacción del diagnóstico													■	■	■	■				
8	Entrega de diagnóstico																				■

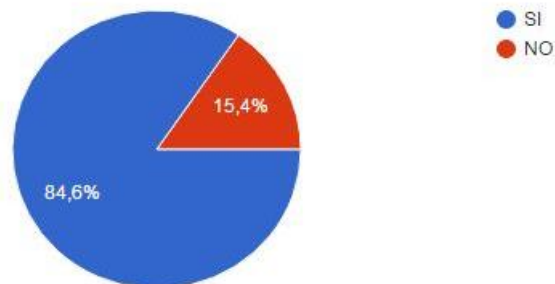
Fuente: Diagrama de Gantt elaborado con datos propios.

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Gráficas e interpretación del resultado de las encuestas

Gráfica 1

¿Le parece adecuado el manejo de la sección Nacionales de prensalibre.com?



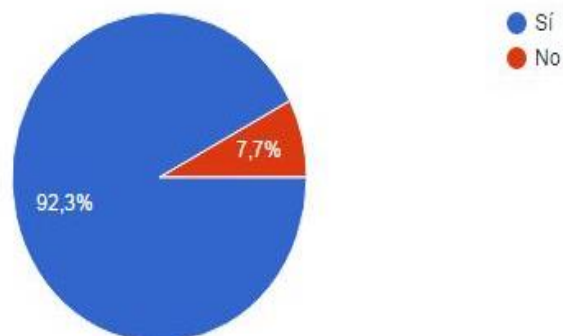
Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

El 84.6 por ciento de los encuestados respondió que no le parece adecuada la administración de la sección de Nacionales en la edición digital. Contrario a eso, el 15.4 considera que está bien manejada.

Gráfica 2

¿Cree que se pueden mejorar los contenidos actuales?



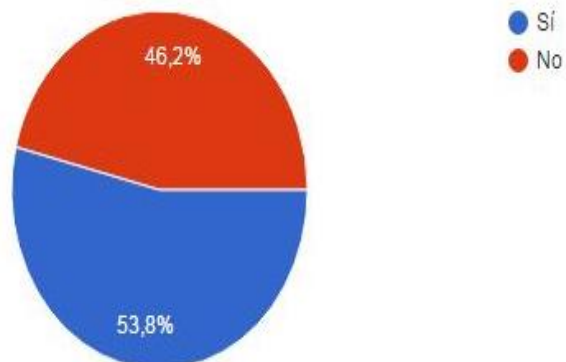
Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

La respuesta de 92.3 por ciento a la opción Sí, indica que la mayoría cree que es posible mejorar el contenido y la administración del sitio web.

Gráfica 3

¿Considera atractivos los artículos publicados en la sección Nacionales?



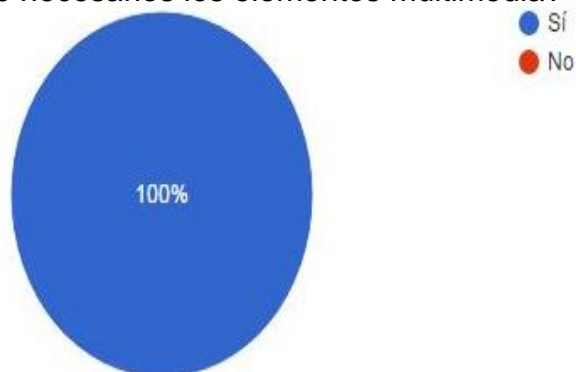
Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

El 53.8 por ciento de las personas encuestadas opina que las publicaciones de Prensa Libre son atractivas, contrario al 46.2 por ciento que considera que no lo son.

Gráfica 4

¿Cree necesarios los elementos multimedia?



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

El 100 por ciento de los encuestados respondió que las opciones multimedia que pueden ser utilizadas en las noticias son necesarias.

Gráfica 5



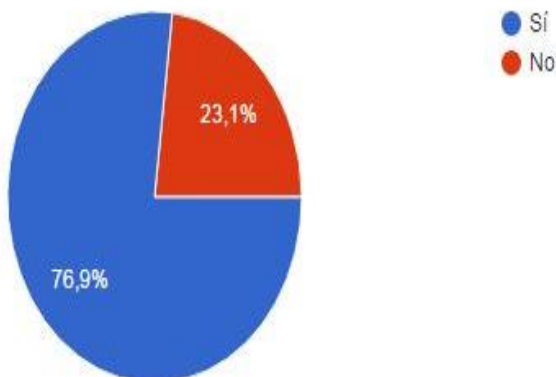
Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

Las respuestas se inclinan por el contenido multimedia como herramienta para mejorar en las noticias que se publican, con un 76.9 por ciento de respuestas a esa opción. El resto opinó que el titular, enfoque, fotografías y lead, respectivamente.

Gráfica 6

¿Se debería regular el contenido y la hora en que se publican las noticias?



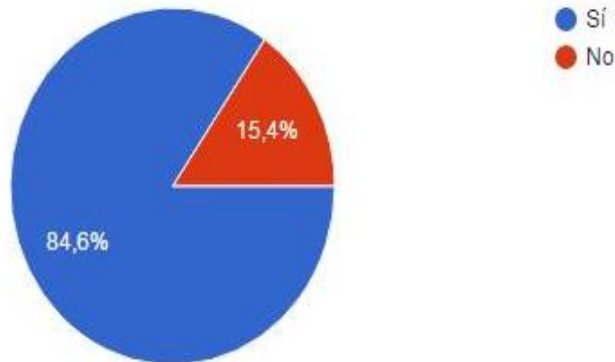
Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

El 76.9 por ciento es favorable a que los horarios en que se publican las noticias en la página web deben ser regulados. Un 23.1 por ciento opinó que no.

Gráfica 7

¿Nacionales ha desaprovechado información que pudo ser atractiva para el lector?



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

El 84.6 por ciento votó por que la sección Nacionales ha desaprovechado la información que pudo ser atractiva. Un 15.4 no considera que haya sido de esa manera.

Gráfica 8



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas

Interpretación:

El personal encuestado respondió que en el horario de la noche (19 a 23 horas) tendrían más impacto las noticias digitales, con un 53.8 por ciento de los votos. De 11 a 14 horas es el tiempo en que el 38.5 por ciento considera que es más factible. El resto votó por horario de 5 a 10 horas y de 15 a 18.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

FODA

1.5.1. Fortalezas

- El personal tiene capacitaciones constantes sobre redacción y estilo.
- Programan periódicamente una encuesta de clima laboral.
- Prensa Libre es el medio de comunicación de referencia a nivel nacional.

1.5.2. Oportunidades

- Realizan evaluaciones de desempeño al personal de manera anual.
- Hay indicadores y medición de metas individuales de los colaboradores.
- Votaciones anuales para elegir a los trabajadores destacados.

1.5.3. Debilidades

- No hay un proceso de comunicación definido para la Redacción.
- Carecen de un medio para para expresar irregularidades en el trabajo.
- No programan capacitaciones relacionadas a la comunicación.

1.5.4. Amenazas

- La Redacción no es tomada en cuenta para la mayoría de actividades.
- No dan atención a la comunicación interpersonal.
- La información de Mesa Central a editores no llega al resto del personal.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN

Mediante la creación de grupos en redes sociales, los reporteros, editores y jefes de Mesa central mantienen una conexión inmediata y de 24 horas con su personal.

Para mejorar la gestión fueron creados los grupos temáticos, por lo que ahora las personas que laboran en la sección web tienen su propio grupo, de la misma forma que las otras secciones.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Presentar un plan de comunicación interna para la sección Nacionales del periódico Prensa Libre.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar un plan que dé a conocer a los periodistas las herramientas disponibles para la creación de artículos web.
- Informar a los colaboradores involucrados sobre el proceso correcto de comunicación para lograr un producto que agrade a los lectores.
- Elaboración de un manual de procedimientos para la construcción de noticias web.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

	Interno	Externo
Sociodemográfico	Hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 32 a 44 años, residentes de zonas urbanas de la ciudad capital.	Hombres, mujeres, adolescentes, jóvenes y niños que leen noticias de distintos tipos y que tiene acceso a internet.
Psicográfico	Personal de la redacción de Prensa Libre en la sección Nacionales. Un 90 por ciento posee un título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y han ejercido periodismo por más de cinco años.	Personas de todos los estratos sociales con dispositivos móviles o computadoras de escritorio con conexión a internet. Conocimientos de la realidad nacional y criterio propio, interesados en aspectos de la política nacional, seguridad y sucesos.

2.4. MENSAJE

Se presentan dos propuestas de mensajes, aunque se mantiene el institucional que es: “Periodismo Independiente, Honrado y Digno”.

1. “La precisión en la información requiere de buena comunicación”

Este mensaje pretende resaltar la importancia de que las personas se comuniquen mientras realizan su labor diaria, de esa forma obtendrán precisión en la información que consignen en las noticias elaboradas.

2. “Comunicarnos bien para informar mejor”

La frase “comunicarnos bien” se presenta en este mensaje como énfasis en la importancia de establecer un buen canal de intercambio de ideas, que finalmente se convierta en información de calidad para el público externo.

2.5. ESTRATÉGIA

Manual de Herramientas Digitales

Crear un documento que sirva de guía y explique cuáles son las herramientas con las que cuenta la plataforma digital de Prensa Libre y cómo pueden ser aplicadas.

Jerarquización de Contenido Digital

Documento que contiene los parámetros editoriales y acciones específicas sobre la jerarquización de los elementos web al momento de la construcción de una noticia informativa.

2.5.1. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1	
A qué estrategia responde	Manual de Herramientas Digitales
Problema	Carencia de un manual de procedimientos para la realización de notas web.
Producto	Un documento guía contenga las herramientas digitales disponibles en el sitio web.
Objetivo comunicacional	Mejorar las noticias que se publiquen para crear mayor interacción con la audiencia.
Tipo de mensaje	Informativo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Se elaborarán ejemplares para distribución digital.

Programa del taller		
Actividad	Objetivos	Resultados
Presentación	Explicar los objetivos de la reunión y dinámica a utilizar.	Se capta la atención del periodista.
Introducción	Dar a conocer las nuevas opciones para la web y cómo aplicarlas.	Despierta la creatividad e interés.
Preguntas y cierre	Despejar las dudas sobre la exposición.	Usarán los nuevos conocimientos en la construcción de notas.
Día y hora	A conveniencia	
Lugar	Salón de reuniones o espacio de cada periodista.	
Expositor	Henry Pocasangre	
Tema	Herramientas web	

ACCIÓN 2	
A qué estrategia responde	Manual de Herramientas Digitales
Problema	Deficiencias en el uso de todas las herramientas digitales.
Producto	Talleres informativos para demostrar el uso de las herramientas digitales.
Objetivo comunicacional	Informar a los colaboradores sobre las formas de hacer más eficiente su labor.
Tipo de mensaje	Informativo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Reunión personal con los periodistas.

ACCIÓN 3	
A qué estrategia responde	Jerarquización de Contenido Digital
Problema	Los periodistas no tienen la inducción sobre la jerarquización de los elementos digitales al elaborar noticias.
Producto	Un documento que contenga las acciones editoriales.
Objetivo comunicacional	Instruir al personal sobre los procedimientos a ejecutar al elaborar noticias en la web.
Tipo de mensaje	Informativo.
Público objetivo	Interno.
Medio de difusión	Ejemplares digitales para todos los empleados de la Redacción.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DE DESARROLLO

“Plan de Comunicación interna para la sección Nacionales de Prensa Libre”.

Las estrategias y acciones fueron desarrolladas con los editores y periodistas de la sección Nacionales de Prensa Libre, pero la aplicación es de carácter general.

En el proyecto se ejecutaron propuestas para mejorar el uso de los elementos digitales disponibles en la plataforma digital.

3.1.1. Financiamiento

Un 65.64 por ciento de los recursos proviene de fondos del epesista. La institución en la que fue realizado el proyecto aportó un 34.36 por ciento del financiamiento.

Financiamiento	Monto
Epesista	Q10,285
Empresa	Q3,525
Total	Q13,810

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Costo total
20	Lapiceros	Q1	Q20
3	Impresiones	Q5	Q5
20	Resma de papel	Q20	Q20
1	Cartelera	Q25	Q25
1	Computadora	Q100	Q100
1	Cañonera	Q200	Q200
1	Salón	Q200	Q200
20	Refacciones	Q240	Q240
1	Experto web/Prensa Libre	Q3,000	Q3,000
1	Asesoría de epesista	Q10,000.00	Q10,000
Total de gastos			Q13,810.00

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<p>Primarios</p> <p>Periodistas de la sección Nacionales que elaboran contenido digital.</p>	<p>Ahora cuentan con un manual y estrategia que facilitará el uso de herramientas disponibles en la plataforma web.</p>
<p>Secundarios</p> <p>Periodistas de todas las secciones de Prensa Libre, editores y jefes de información.</p> <p>Nuevo personal que sea contratado.</p>	<p>Obtienen mejores métodos para aplicar en la web e instruir al nuevo personal que sea contratado. Con la estrategia podrán facilitar el uso de herramientas y jerarquización de elementos.</p>

3.1.4. Recursos Humanos

El desarrollo de la estrategia tuvo el aval y apoyo de la dirección de Prensa Libre, Mesa Central, los editores y reporteros.

Persona	Cargo	Actividad
Licda. Sonia Doménica Velásquez Navas	Directora Editorial de Prensa Libre	Respaldó al proyecto, tiempo de ejecución y aplicación.
Lic. Eswin Quiñónez Florián	Editor Digital de Mesa Central	Revisión, corrección y coordinación del plan.
Lic. Axel Vicente	Editor de Analítica	Orientación de las estrategias según necesidades de las audiencias.
Lic. Julio Román	Hub Digital	Orientación según análisis del contenido web.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El plan de comunicación fue ejecutado en las oficinas centrales de Prensa Libre que se ubican en la 13 calle 9-31 de la zona 1.

La coordinación, reuniones y discusiones con el personal se llevaron a cabo en el segundo nivel del edificio, donde se ubica el departamento de Redacción y la sección Nacionales.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Las estrategias y acciones implementadas en la institución tenían como fin mejorar los contenidos noticiosos, asegurar la innovación en el uso de elementos multimedia y fortalecer los conocimientos de los colaboradores en cuanto al manejo de las herramientas web.

Estrategia: Manual de Herramientas Digitales

Objetivo comunicacional:

Desarrollar una herramienta de comunicación que mejore las noticias para crear mejor interacción con las audiencias.

Descripción:

Una herramienta para todos los periodistas de Prensa Libre y editores, que fortalece los conocimientos existentes en la aplicación de elementos digitales por medio del servidor de noticias de la institución.

La estrategia responde a la ausencia de un manual para el uso de elementos importantes y fundamentales en los contenidos. Además, se incluyen los que se han dejado de utilizar y se pueden impulsar entre los colaboradores.

Acciones desarrolladas:

- Creación de un manual con los procedimientos uso de ocho elementos digitales.
- Inducciones sobre la aplicación del manual y socialización del mismo con los periodistas.
- Capacitaciones personalizadas con los periodistas del área digital de la sección Nacionales.



Contenido

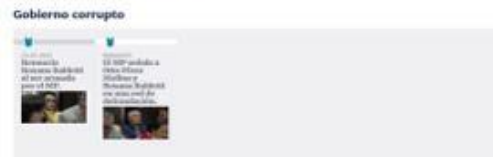
Presentación.....	3
GN Url.....	5
Link.....	12
Vídeo.....	16
GN Quote.....	21
Tabla.....	27
Frase.....	29
Fotogalería.....	33
GN Timeline.....	41
Aplicación.....	45

5. Cuando las imágenes ya estén cargadas en la ventana de "Masase Fotos", presionar "Propiedades" para ingresar la información de cada una.



Las siguientes imágenes son ejemplos de cómo visualiza el lector una Línea de Tiempo.

Ejemplo 1: Con los primeros Quotes creados.



Ejemplo 2: Con varios Quotes integrados a la Línea de Tiempo.



Manual de Herramientas Digitales elaborado para Prensa Libre por Henry Pocasangre.



Epesista Henry Pocasangre en inducción del Manual de Herramientas Digitales a periodistas de Prensa Libre en la sección de Actualidad.



Epesista Henry Pocasangre resuelve dudas a periodistas sobre el Manual de Herramientas Digitales para mejorar el uso de los elementos multimedia.

Estrategia: Jerarquización del Contenido Digital

Objetivo comunicacional:

Generar una línea de acción para el desarrollo de noticias por medio de la jerarquización de los elementos contenidos en la página web que se emplean en los artículos digitales.

Descripción:

Documento que reúne las disposiciones editoriales y los consensos alcanzados con los editores del área digital, sobre la importancia de los elementos web.

Se institucionalizan las prioridades al momento de usar las herramientas que tiene disponible el sistema, para que exista una concordancia entre el contenido de las noticias y los detalles multimedia que integran.

Acciones desarrolladas:

- Se elaboró un documento que contiene las normas editoriales y una nueva estrategia para la aplicación de los elementos web.
- Inducción a periodistas sobre las normas y especificaciones editoriales para regular el uso de herramientas digitales.

Jerarquización de elementos

Los elementos disponibles en el CMS están catalogados por nivel de prioridad al momento de colocarlos en los artículos. Una imagen no tiene la misma importancia que un Twitter externo, o un video que una publicación de Facebook.

Esta jerarquización no significa que los artículos tendrán la misma estructura, pero servirá de guía para que al momento de desarrollar una nota se les dé la prioridad que permita a Prensa Libre tener mayores audiencias y permanencia en el sitio.

Elementos institucionales

Quinto elemento: Su verdadero nombre es GN [URL](#) y sirve para colocar artículos de Prensa Libre que ayuden a mejorar la lectura y permanencia en la página.

Por instrucción institucional será colocado en el segundo párrafo después de la foto principal. Debe tener un título distinto al de la nota a la que redirige el link.

Tiene que ser atractivo para llamar la atención de la audiencia y ayudar a que sigan leyendo en la página.

La canción que desde este viernes comenzó a sonar en las radios locales, fue seleccionada por los fans del artista local a través de una votación en sus redes sociales.

LE PUEDE INTERESAR
Conozca el lado más íntimo de Ricardo Arjona



El 1 de junio pasado Arjona publicó el nombre de cuatro temas —Remiendo al corazón, El que olvidó, Porque puedo y Señalita— entre los cuales sus seguidores podían elegir su siguiente sencillo, después de Ella.

Con el 54% de los votos, Remiendo al corazón fue seleccionado y ahora comienza a escucharse en Guatemala.

La canción ya es parte de la programación de las radios de Argentina, Ecuador, Costa Rica y Chile y en los próximos días se lanzará el videoclip oficial, con el que el cantautor guatemalteco pretende cautivar a sus seguidores.

Multimedia

Fotografías: Estas son indispensables en todos los artículos. Ninguna nota puede quedarse sin al menos una imagen. Una de las principales razones es que al momento de compartir el artículo en Facebook, este coloca como foto de la publicación la imagen que esté dentro de la nota. Sino tiene fotografías coloca el logotipo de Prensa Libre.

La primera foto es la principal, es decir, abajo del titular y el lead. También puede haber fotografías entre los párrafos.



Remitidos 42 internos de Gaviotas por revuelta

Cinco monitores de la correccional Gaviotas resultaron gravemente heridos durante disturbios que internos organizaron desde las 6.15 horas de este jueves. La PNC remitió a 42 implicados al Juzgado de Turno.

Por Jessica Gramajo
13 de Abril de 2017 a las 13:05h



Archivado en:
Correccional Gaviotas, Secretaría de Bienestar Social



PNC ingresa a Gaviotas para reforzar el control.

Las autoridades reportaron cuatro monitores con graves heridas en el rostro y cráneo, y uno más que fue liberado al medio día con puñaladas en el abdomen y otras partes del cuerpo.

La Policía Nacional Civil (PNC), ingresó a eso de las 13 horas para tomar el control de la correccional. Las instrucciones fueron después de un diálogo en el que participó la Procuraduría de Derechos Humanos (PDH).

Cuando son de YouTube la preferencia es que los haya elaborado Prensa Libre TV. Dependerá del material que contengan para tomar la decisión de colocarlo en el lugar de la foto principal, para que sea este el que abra la nota. Debe consultar con el editor para que tenga respaldo institucional.

Por preferencia editorial los videos de YouTube que no son elaborados por Prensa Libre TV, no son colocados como principales, solo se insertan en los primeros párrafos de la nota.

Gaviotas está ubicada en la 2a. calle 0-23 de la zona 13. En el Anexo están reclusos unos 63 pandilleros de la Mara Salvatrucha y otros que son Países —que no pertenecen a pandillas—.



"Solo dejan entrar a la mamá y papá, queremos que dejen entrar a nuestros hermanos, tíos y novias", indicó un implicado a su llegada a Tribunales. Añadió que si las autoridades siguen sin atender las demandas tomarán nuevas medidas.



Cinco monitores resultaron heridos durante un motín de internos este jueves.

De los remitidos por la PNC 31 son mayores de edad que tienen un proceso abierto por delitos cometidos cuando no tenían la mayoría de edad.

El paso sobre la calzada Atanasio Trujillo y en la 3a. calle estuvo cerrado durante cinco horas.



Estrategia de Contenido Digital elaborada para Prensa Libre.



Capacitación sobre el uso correcto del lenguaje por parte de Brenda Cetino, editora de Corrección y Estilo.



Inducción a Roni Pocón de la sección de Nacionales sobre la aplicación de la Jerarquización del Contenido Digital.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Meses		Junio				Julio			
No.	Actividad	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Redacción de estrategias	■	■						
2	Preparación de acciones		■						
3	Coordinación con personal			■					
4	Diálogo con editores			■					
5	Ajustes a estrategias según editores				■				
6	Presentación de estrategias finales				■				
7	Diálogo con periodistas					■			
8	Inducciones personales						■	■	
9	Coordinación con las secciones						■	■	■
10	Capacitación del experto								■

Fuente: Diagrama de Gantt, elaboración con datos propios.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Manual de Herramientas Digitales</p> <p>Objetivo: Mejorar las noticias que se publiquen para crear mayor interacción con la audiencia.</p>	<p>De los 12 periodistas que conforman la sección de Actualidad-Nacionales, al menos 9 obtuvieron la capacitación sobre el uso del Manual. Todos recibieron el documento en digital.</p>	<p>El Manual permite a los periodistas multimedia conocer el uso correcto de las herramientas disponibles en la plataforma electrónica de Prensa Libre. De esa forma mejorar el contenido.</p>
<p>Jerarquización de Contenido Digital</p> <p>Objetivo: Instruir al personal sobre los procedimientos a ejecutar al elaborar noticias en la web.</p>	<p>Solo el 50 por ciento de los periodistas recibió una inducción personalizada sobre las normas editoriales y las nuevas disposiciones contenidas en la estrategia de Jerarquización de Contenido.</p>	<p>Al priorizar el uso de las herramientas los periodistas serán más efectivos en las noticias que realizan y el público objetivo del medio de comunicación obtendrá una mejor información con clasificación previa.</p>

CONCLUSIONES

El trabajo periodístico no puede apartarse de la tecnología y los elementos multimedia disponibles. Por esa razón es de vital importancia estar actualizado en equipo y conocimientos técnicos.

En prensa Libre se ha convertido en prioridad el trabajo digital, por ese motivo hay personal especializado asignado a esas labores las 24 horas del día. Aunque en su comienzo fue un medio conservador y tradicional, ha cambiado su modalidad acorde a las demandas del público objetivo, implementando estrategias y actualizaciones constantes en su contenido y diseño.

La inmediatez puede causar que en algunos casos se descuide el uso de elementos de gran valor al contenido de los artículos, para ello fue creado el Manual de Herramientas Digitales, que facilitará la aplicación de elementos.

Esto redundará en la mejora de las audiencias y los tiempos de permanencia en la página, que son de vital importancia para este medio de comunicación.

Se entregó una Estrategia de Contenido Digital que va en concordancia con el Manual. Esta viene a fortalecer las acciones ya existentes en Prensa Libre y crea un marco de acción institucional.

Los medios de comunicación formales y con grandes audiencias como Prensa Libre deben aprovechar todos sus recursos y complacer a los lectores, informar, entretener y educar.

La jerarquización de elementos ayudará a las personas a dar la importancia debida a las noticias. Mientras que el Manual brinda los procedimientos correctos al utilizar la plataforma de noticias, de esa manera se evitan errores involuntarios de los periodistas al momento de hacer una publicación.

Ambos proyectos vienen a agilizar los procedimientos y garantizan que las noticias contengan los elementos ideales de acuerdo a su contenido.

RECOMENDACIONES

- Para tener buenos resultados en el trabajo web se recomienda tener un constante monitoreo y medición de la aplicación del Manual de Herramientas Digitales.
- La Estrategia de Contenido Digital debe ser aplicada en conjunto con el Manual para lograr un resultado efectivo que se refleje en las mediciones de rendimiento de las audiencias.
- Prensa Libre debe mantener las actualizaciones y capacitaciones periódicas con el personal y especializarlo en herramientas multimedia, principalmente con los que se dedican de lleno al área digital.
- Es necesario que el manual sea usado con el personal de primer ingreso para reforzar las capacitaciones y tener un impacto positivo en el trabajo que desarrollen.
- La jerarquización de elementos que se plantea con la estrategia es un aspecto indispensable, ya que ayuda a aprovechar de mejor manera los recursos disponibles y evita que los artículos no tengan una estructura adecuada.
- Los editores deben fomentar las buenas prácticas en los equipos e incentivar al uso del Manual y la Estrategia.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Periódico: Dicho de un impreso que se publica con determinados intervalos de tiempo. Publicación que sale diariamente.

Web: Red informática.

Digital: Dicho de algunos medios de comunicación, especialmente prensa: Que se publican en internet o en formato electrónico.

Multimedia: Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos, texto, en la transmisión de una información.

Plataforma: Entorno informático determinado que utiliza sistemas compatibles entre sí.

Noticia: Información sobre algo que se considera interesante divulgar.

Estrategia: Es un proceso regulable, conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Manual: Documento que ilustra paso a paso determinados procedimientos.

Proyecto: Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.

Periodista: Persona profesional dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.

Editor: Persona que edita o adapta un texto.

Artículos: Cada uno de los escritos de mayor extensión que se insertan en los periódicos u otras publicaciones análogas.

CMS: Es un sistema de administración de contenido.

Red: Grupo de conexiones que intercambian datos en un mismo sentido.

Elementos digitales: Son los círculos lógicos que forman la base de cualquier contenido multimedia.

Multimedial: Es la técnica que permite la combinación de los estímulos visuales en acción e incluso los estímulos audibles.

Plataforma tecnológica: Sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados software o hardware.

Globalización: Proceso tecnológico, político, económico y social que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre sistemas.

Tic's: Se refiere a las Tecnologías de la Comunicación e Información. Cualquier forma de hacer cómputo.

SEO: (Search Engine Optimization), Servicio de Optimización de Búsqueda, es la práctica de utilizar técnicas para mejorar la posición de un sitio web.

Kaltura: Compañía de software con la primera plataforma de código abierto que permite la gestión de video, creación, interacción y colaboración.

App: Abreviatura de la palabra en inglés Aplicación. Es un programa con características especiales destinado a un dispositivo móvil.

GNWeb: Gestión de contenidos para sitios de alto tráfico. Plataforma editorial.

Analítica: Aquello relacionado con el análisis.

Website: Sitio web. Conjunto de páginas desarrolladas en código html, relacionadas a un dominio de internet.

HTML: Lenguaje de marcador que se utiliza para el desarrollo de páginas web. La sigla significa Lenguaje de Marcas de Hipertexto.

Link: Navegador web de código abierto en modo texto que dirige a un sitio.

Enlace directo: Concepto usado en sistemas operativos para referirse a un fichero u objeto con contenido.

Base de datos: Datos almacenados en una computadora.

Caché: Habilidad de un navegador o de un servidor para guardar copias de páginas web en un disco duro.

BIBLIOGRAFÍA

- Morán Delgado G. y Alvarado Cervantes C. (2010). Métodos de Investigación.
México: Pearson Educación.
- Hernández Sampieri, Roberto (2014). Metodología de la Investigación.
México: Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Ruiz Medina, Manuel Ildelfonso (2013). El enfoque mixto de investigación.
España: Eumed.

E GRAFÍA

- Guillermo Monroe. Métodos y Técnicas de la Investigación Científica. Extraído el 13 de febrero de 2017.
http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/metodologias_investigacion.pdf
- Rafael Lamarca. Investigación científica. Extraído el 15 de febrero de 2017.
https://www.ecured.cu/Investigacion_Cientifica
- Toshiyuki Ueno F. (2010). Métodos y Técnicas de Investigación. Extraído el 15 de febrero de 2017. <https://es.slideshare.net/tueno2011/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-5425646>
- Tamayo Ly, C., Silva Siesquén, I. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Extraído el 17 de febrero de 2017.
http://www.postgradoune.edu.pe/documentos/tecnicas_Instrumentos.pdf
- Real Academia Española
Extraído el 22 de agosto del 2017.
<http://dle.rae.es/?w=diccionario>

ANEXOS

Transcripción completa de entrevistas

Entrevista a Alex Fernando Rojas Figueroa, coeditor web de Nacionales:

¿Cómo evalúa el contenido de la sección Nacionales de prensalibre.com?

Es contenido actual, a veces no actualizado necesariamente, se va alimentando por la cobertura de los reporteros por los aspectos coyunturales.

¿Le parecen interesantes los contenidos que se publican en Nacionales?

Hace unos meses se ha visto un cambio en la página. Más que interesante porque son de la coyuntura de lo que ocurre y lo tiene la competencia, se ha visto cambio en los enfoques y redacción

¿Qué se puede implementar para mejorar las notas publicadas?

Se pueden implementar varios aspectos, creo que la página limita mucho para interactuar con los lectores. Se debería tener un poco más de interacción, sobre todo por los jóvenes que consumen en esa plataforma.

¿Son atractivas las noticias colocadas en el sitio web?

Le dan una dinámica distinta a la forma en que se presenta en la edición de papel tradicionalmente. Hay muchos recursos digitales que no se pueden implementar o no se sabe de qué forma.

¿A qué le atribuye el posicionamiento de la sección con los actuales contenidos?

Sigue siendo la sección más leída de prensalibre.com, pero ese se debe en gran parte al enlace que tiene como marca y los contenidos informativos que genera Prensa Libre y el público objetivo, que consume más sucesos, más política, más análisis y ese tipo de cosas es el que tiene nacionales contra la competencia que a veces está más especializada en otros aspectos.

¿Se necesita segmentar el contenido que se publica?

El éxito de cualquier empresa es conocer a la gente y saber en qué momento están navegando y quiénes, no es lo mismo el consumo de noticias en la mañana que en la noche, y tampoco que coloquen un detalle de una noticia completa, cuando sirve más un resumen de lo ocurrido.

Entrevista a Axel José Vicente Pérez, coeditor web de la sección Redes:

¿Cómo evalúa el contenido de la sección Nacionales de prensalibre.com?

Es muy bueno pero deja de lado un poco lo que el usuario en digital demanda, que es contenido multimedia, enfoques atractivos. Lo que se ha visto es que predomina lo que se lleva en papel, se replica con lo que encuentran hay en la web y se complica porque una cosa es la audiencia en papel y otra lo que demandan en la web, redes sociales y todo el contenido multimedia. Lo veo bien pero debemos avanzar más en la noticia fresca, con mejores enfoques, y todo el contenido netamente digital, se ha logrado con algunos.

¿Le parecen interesantes los contenidos que se publican en Nacionales?

Causan opinión y debate pero depende de la manera en que se presenta a la gente, en papel hemos logrado que la gente lea un enfoque, pero si se quiere llevar esa nota a web depende de la manera de presentarlo. Si se pone en Facebook y se tiene el contenido que se puede destacar, así será la reacción.

Pero si lo mismo que se ve en papel se ve en redes, muere la interacción que se puede llegar a tener con la gente. Se ha logrado con algunas notas, hechos muy coyunturales, caso La Línea, son figuras que se vuelven mediáticas y pueden generar.

La gente digital no es la misma que se está viendo en papel o las redes sociales, utilizan un lenguaje profundo pero que no domina la gente., hay que trabajar en eso, aunque no se puede aplicar a todas y con algunos se aplica mejor.

¿Hay un tipo de contenido y horario en que las personas no les interesa Nacionales?

No hay un momento específico, pero se ha hecho pruebas, la coyuntura nos ha llevado, pero la gente se cansó de la noticia mala. Agradecen mucho que en una jornada, sobre todo en las noches, les den contenido más atractivo, entretenimiento y despejarse de la jornada.

Si se pone mucha nota roja dicen que están cansados, que somos amarillistas, sensacionalistas, a diferencia de los horarios de la mañana cuando le informas a la gente que hubo una balacera

Nuestro trabajo es estar leyéndolos para saber que quieren, si en una publicación es negativo, entonces se retrasa y se cambia la dinámica.

¿Se necesita segmentar el contenido que se publica?

Sí, en los contenidos que pueden ser más elaborados fuera de la nota de sucesos, porque esa se debe hacer porque sí. Aquí es más el trabajo de la gente de redes, la que debe decidir en qué momento dan cierta información a las plataformas digitales, pero si hay contenido que las secciones podrían dejar preparadas en algunos horarios, pero alejado de la nota dura, sucesos y análisis, esas las evalúa el equipo digital para ver a qué hora se tiran.

Modelo de la encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



La presente encuesta tiene como objetivo recabar perspectivas sobre el contenido y manejo de la web de Nacionales. Las respuestas serán utilizadas para la elaboración de un diagnóstico de comunicación.]

Marque con una X los enunciados con los que esté a favor.

1. ¿Le parece adecuado el manejo de la sección Nacionales en prensalibre.com?

Si.....No.....

2. ¿Cree que se pueden mejorar los contenidos actuales?

Si.....No.....

3. ¿Considera atractivos los artículos publicados en Nacionales?

Si.....No.....

4. ¿Cree necesario los elementos multimedia?

Si.....No.....

5. ¿Qué aspectos mejoraría usted de las notas publicadas en la sección?

Titular.....Lead.....Enfoque.....Fotografía.....

6. ¿Se debería regular el contenido y la hora en que se publican las notas?

Si.....No.....

7. ¿Nacionales ha desaprovechado información que pudo ser atractiva para el lector?

Si.....No.....

8. ¿En qué horas del día cree que tendrán más impacto las noticias?

De 5 a 10.....De 11 a 14.....De 15 a 18.....De 19 a 23.....

Vaciado de la encuesta

1. ¿Le parece adecuado el manejo de la sección Nacionales en prensalibre.com?	2. ¿Cree que se pueden mejorar los contenidos actuales?	3. ¿Considera atractivos los artículos publicados en Nacionales?	4. ¿Cree necesarios los elementos multimedia?	5. ¿Qué aspectos mejoraría usted de las notas publicadas en la sección?	6. ¿Se debería regular el contenido y la hora en que se publican las notas?	7. ¿Nacionales ha desaprovechado información que pudo ser atractiva para el lector?	8. ¿En qué horas del día cree que tendrían más impacto las noticias?
No	Sí	No	Sí	Titular	Sí	Sí	De 15 a 18
Sí	Sí	No	Sí	Titular, Lead, Enfoque, Fotografías, Contenido multimedia	Sí	No	De 19 a 23
Sí	Sí	No	Sí	Titular, Enfoque, Contenido multimedia	No	Sí	De 11 a 14, De 19 a 23
Sí	No	Sí	Sí	Titular, Fotografías	Sí	No	De 15 a 18
Sí	Sí	Sí	Sí	Enfoque, Contenido multimedia	Sí	Sí	De 11 a 14
No	Sí	Sí	Sí	Contenido multimedia	Sí	Sí	De 5 a 10
Sí	Sí	No	Sí	Titular, Fotografías, Contenido multimedia	No	Sí	De 5 a 10, De 19 a 23
Sí	Sí	No	Sí	Titular, Lead, Enfoque, Contenido multimedia	Sí	Sí	De 19 a 23
Sí	Sí	Sí	Sí	Titular, Enfoque, Contenido multimedia	Sí	Sí	De 11 a 14, De 19 a 23
Sí	Sí	No	Sí	Titular, Lead, Fotografías, Contenido multimedia	Sí	Sí	De 5 a 10, De 15 a 18, De 19 a 23
Sí	Sí	Sí	Sí	Contenido multimedia	Sí	Sí	De 5 a 10, De 11 a 14, De 19 a 23
Sí	Sí	Sí	Sí	Contenido multimedia	No	Sí	De 15 a 18
Sí	Sí	Sí	Sí	Titular	Sí	Sí	De 11 a 14
SI 84.6% NO 15.4%	SI 92.3% NO 7.7%	SI 53.8% NO 46.2%	SI 100%	Titular 69.2% Lead 23.1% Enfoque 38.5% Fotografías 30.8% Contenido 96.9%	SI 76.9% NO 23.1%	SI 84.6% NO 15.4%	5-10 (30.8%) 11-14 (38.5%) 15-18 (30.8%) 19-23 (53.8%)

Lista de verificación de acciones

Actividad	Realizada	No realizada	Descripción
Creación de Manual de Herramientas Digitales	X		Documento para los periodistas de Prensa Libre que elaboran contenido digital.
Creación de estrategia de Jerarquización de Contenido Digital	X		Disposiciones editoriales sobre el uso de los elementos multimedia.
Talleres de inducción sobre el Manual	X		Reuniones con los periodistas sobre la aplicación del Manual.
Capacitación personalizada sobre la Jerarquización de Contenido	X		Encuentro con periodistas de manera individual para orientar sobre la Jerarquización de Contenido Digital.

Fotografías



Epesista Henry Pocasangre en inducción y entrega de Manual y estrategia de Contenido Digital al periodista William Oliva, responsable web de la sección de Internacionales-Actualidad.



Epesista Henry Pocasangre en inducción y entrega de Manual y estrategia de Contenido Digital al periodista Carlos Álvarez de la Sección Nacionales-Actualidad.



Epesista Henry Pocasangre en inducción y entrega de Manual y estrategia de Contenido Digital al periodista Jerson Ramos de la Sección Nacionales-Actualidad.



Epesista Henry Pocasangre en inducción y entrega de Manual y estrategia de Contenido Digital a la periodista Jessica Gramajo de la Sección Nacionales-Actualidad.

Hoja de prácticas



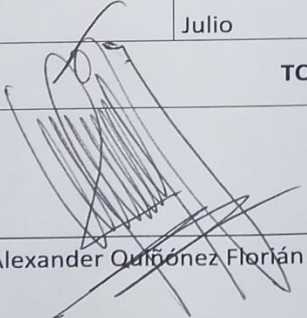
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017




Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Henry Gerson Estuardo Pocasangre Lara
No. Carné y DPI: 201016693 DPI: 2249327130101
Jefe o Encargado (a): Lic. Eswin Alexander Quiñónez Florián
Institución o Empresa: Prensa Libre, S.A.
Supervisor de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS					Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	
1	Del: 05 / Al: 09	Junio	8	7	10	9	6	40hrs.
2	Del: 12 / Al: 16	Junio	10	8	6	8	7	39hrs.
3	Del: 19 / Al: 23	Junio	6	9	8	8	8	39hrs.
4	Del: 26 / Al: 29	Junio	9	10	8	8	7	42hrs.
5	Del: 03 / Al: 07	Julio	10	11	8	7	8	44hrs.
6	Del: 10 / Al: 14	Julio	8	7	9	7	8	39hrs.
7	Del: 17 / Al: 21	Julio	8	8	8	6	5	35hrs.
8	Del: 24 / Al: 28	Julio	7	9	6	8	4	34hrs.
9	El 31	Julio	10	0	0	0	0	10hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS								322hrs.

(f) 
Lic. Eswin Alexander Quiñónez Florián

(f) 
Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL-

PRENSA LIBRE

Constancia de horas de práctica realizadas en Prensa Libre, autorizada con sello y firma del responsable del epepista en la institución.