

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA
EL MANUAL DE ESTILO DEL NOTICIERO FGER MAYA K'AT**

MARCO ANTONIO HERNÁNDEZ ARÉVALO

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021



Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio profesional supervisado

**Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para el manual de estilo
del Noticiero FGER Maya K'at.**

Presentado por:

Marco Antonio Hernández Arévalo

Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Licenciada Krista Ramírez

Guatemala, octubre 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Marco Antonio Hernández Arévalo
Carné 201216982
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para el Noticiero FGER Maya K’at, ciudad de Guatemala.”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD’s con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a Coordinación del EPSL, que luego serán entregados a la Biblioteca Central, a Biblioteca de Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licenciada. Krista Ramirez
Supervisora

M.A. Evelin Morazan
Supervisora

Dr. José María Torres Carreón
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C079

Licenciado:
Walter Emilio Cuc Sajquiy
Director
Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER
Presente.

Distinguido Licenciado Cuc:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Marco Antonio Hernández Arévalo**, carné no. **201216982** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del proceso de comunicación interna o externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. José María Torres
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas

"Comunicación para el Buen Vivir"

2da. calle 4-41, zona 1 • PBX (502) 22471350

www.fger.org

Guatemala, 17 de marzo 2021



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacerle de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: Marco Antonio Hernández Arévalo, con número de carné: 201216982, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra entidad FGER. Nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su distinguida institución.

Debiendo cumplir 800 horas de práctica comprendidas en el período del 15 de marzo al 30 de agosto del 2021

Atentamente:

Lic. Walter Emilio Cuc Sajquiy
Director de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas
FGER



Federación Guatemalteca de
Escuelas Radiofónicas FGER
2da. Calle 4-41 Zona 1,
Tels.: (502) 2232-0312, 2221-0893
PBX: 2247-1350

INFORMACIÓN • EDUCACIÓN • CULTURA • ENTRETENIMIENTO • FORMACIÓN

Más de
55 Años
de Vida Radiofónica



Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo.

Dedicatoria

Al pueblo

De Guatemala y de Latinoamérica. A esa población mayoritaria que se encuentra en pobreza y hambruna, asediada por sistemas políticos y económicos hegemónicos. A ese pueblo que lucha.

A las culturas indígenas

Originales pobladores de este gran continente Abya Yala (América). Quienes han sobrevivido y mantenido sus cosmovisiones. Que, con esfuerzos sobrehumanos han resistido el yugo del trabajo explotador, del racismo y del desplazamiento, a manos de culturas ajenas y hostiles.

Quienes defienden

Personas y organizaciones incansables que velan por los derechos de la Tierra, reconociéndola como organismo vivo, y como hogar natural y compartido por diversas especies.

Los estudiantes

De todos los niveles y lugares, que han defendido con sus vidas el derecho fundamental a la educación pública, accesible y de calidad. Y a mis compañeros de clase, pilar fundamental de mi vida.

Comunicadores populares

Que con su ardua labor, y desde dentro del propio ceno social, trasladan con júbilo la voz y el mensaje del pueblo. Alternativos, acérrimos defensores de la libertad de expresión, la interculturalidad y del empoderamiento social.

Agradecimientos

A la vida

Por haberme permitido vivir esta vida maravillosa, en este lugar y con estas personas. Gracias.

A mi núcleo familiar

A mi madre y a mi padre, que me dieron todo lo necesario para alcanzar mis metas desde niño, y aún hoy su apoyo es incondicional. A mi hermana, por su apoyo sin medida. A mi sobrina, cuyo amor es el más puro y noble que en vida llegaré a conocer. A ellas y a él, infinitas gracias por trabajar tan duro. A mi parentela, infinitas gracias por su amor y acompañamiento.

A la Academia

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, única casa de estudios superiores pública desde hace más de trescientos años; a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a sus docentes y trabajadores, y, sobre todo, al estudiantado universitario.

A la FGRE y Maya K'at

Organización institucional intercultural, cuyo objetivo central se encamina al buen vivir de las mayorías en Guatemala. Gracias, por abrirme sus puertas, por sus enseñanzas, y experiencia personal para mi vida profesional y humana. Gracias por su arduo trabajo.

Al pueblo trabajador

Que con el pago de sus impuestos, las instituciones públicas de educación pueden funcionar, en todos niveles.

ÍNDICE

Índice de figuras	i
Índice de tablas	ii
Introducción.....	iii
Antecedentes.....	iv
Justificación.....	vi
Capítulo 1	1
Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La institución.....	1
1.2 Perfil institucional	1
1.3 Ubicación geográfica	2
1.4 Integración y alianzas estratégicas	3
1.5 Origen e historia	6
1.5.1 Origen e historia del noticiero de la FGER	9
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	10
1.7 Organigrama de la institución	11
1.8 Misión de la organización.....	12
1.9 Visión de la organización.....	13
1.10 Objetivos institucionales	14
1.10.1 Objetivos del Noticiero Maya K’at	14
1.11 Público objetivo.....	15
1.12 Diagnóstico	15
1.12.1 Objetivo general.....	16
1.12.2 Objetivos específicos.....	16
1.13 Tipos de investigación	16
1.13.1 Investigación experimental.....	17
1.13.2 Investigación no experimental	17
1.13.3 Investigación documental.....	17

1.13.4 Investigación de campo	17
1.13.5 Exploratorio	18
1.13.6 Descriptivo	18
1.13.7 Explicativo	18
1.13.8 Transversal / longitudinal	18
1.13.9 Tipo de investigación aplicado	18
1.14 Enfoque	19
1.14.1 Enfoque cuantitativo.....	19
1.14.2 Enfoque cualitativo	19
1.14.3 Enfoque mixto.....	19
1.14.4 Enfoque aplicado.....	20
1.15 Técnicas de recolección de datos	20
1.15.1 Observación	20
1.15.2 Documentación	21
1.15.3 Entrevista de profundidad.....	24
1.15.4 Grupo focal	25
1.15.5 Encuesta de opinión	27
1.16 Interpretación de los resultados	28
1.16.1 De la observación.....	28
1.16.2 Del grupo focal.....	37
1.16.3 De la encuesta de opinión	42
1.17 FODA.....	55
1.18 Problemas detectados.....	56
1.19 Planteamiento del problema comunicacional.....	58
1.20 Indicadores del éxito	58
1.21 Proyecto a desarrollar	58
Capítulo 2	59
Plan estratégico de comunicación.....	59
2.1 Plan estratégico de comunicación	59
2.2 Misión	63

2.3	Visión.....	63
2.4	Elementos comunicacionales	63
2.4.1	La comunicación interna	64
2.4.2	La comunicación externa.....	66
2.5	Alcances y límites de la estrategia.....	67
2.6	Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	67
2.6.1	Objetivos de la estrategia.....	68
2.6.2	Acciones para conseguir los objetivos	69
2.6.3	Indicadores para medir su cumplimiento	70
2.6.4	Instrumentos	70
2.6.5	Actividades para la operatividad de la estrategia.....	71
2.7	Financiamiento	73
2.8	Presupuesto	73
2.9	Beneficiarios.....	75
2.10	Recursos humanos	76
2.11	Área geográfica de acción.....	77
2.12	Cuadro comparativo de la estrategia.....	78
2.13	Cronograma del plan de comunicación	80
Capítulo 3	81
Ejecución de la estrategia	81
3.1	Actualización de fondo del manual de estilo del Noticiero Maya K’at.....	81
3.1.1	Resumen de los contenidos del manual original.....	81
3.1.2	Actualización y reajuste de todos los contenidos del manual	82
3.1.3	Inclusión de nuevos datos.....	82
3.1.4	Exclusión y depuración de datos.....	83
3.2	Actualización de forma del manual de estilo del Noticiero Maya K’at	84
3.2.1	Rediseño de las dimensiones del manual	84
3.2.2	Diseño de elementos gráficos	85
3.2.3	Diseño de apoyos gráficos.....	86
3.2.4	Maquetación y diagramación.....	86

3.3 Diseño dual del manual.....	87
3.4 Actividades y calendarización.....	89
Conclusiones.....	90
Recomendaciones	91
Referencias bibliográficas y e-grafías.....	92
Anexos.....	95



Índice de figuras

Figura 1 Ubicación geográfica de la FGER	2
Figura 2 Organigrama de la institución.....	12
Figura 3 Pregunta uno de la encuesta de opinión	43
Figura 4 Pregunta dos de la encuesta de opinión.....	44
Figura 5 Pregunta tres de la encuesta de opinión	45
Figura 6 Pregunta cuatro de la encuesta de opinión	46
Figura 7 Pregunta cinco de la encuesta de opinión.....	47
Figura 8 Pregunta ocho de la encuesta de opinión	50
Figura 9 Pregunta nueve de la encuesta de opinión.....	50
Figura 10 Pregunta 10 de la encuesta de opinión	51
Figura 11 Pregunta 12 de la encuesta de opinión	53
Figura 12 Pregunta 14 de la encuesta de opinión	54
Figura 13 Resumen de los contenidos.....	81
Figura 14 Reajuste de los contenidos.....	82
Figura 15 Inclusión de nuevos datos.....	83
Figura 16 Exclusión y depuración de datos del actual manual	84
Figura 17 Diseño de márgenes y formato de maquetación, dentro de las nuevas dimensiones....	85
Figura 18 Diseño de elementos gráficos	85
Figura 19 Maquetación de los elementos del documento	86
Figura 20 Diagramación de los elementos del documento	87
Figura 21 Diseño dual del producto.....	88

Índice de tablas

Tabla 1 Géneros periodísticos utilizados por Maya K'at	36
Tabla 2 Indicadores para medir su cumplimiento.....	70
Tabla 3 Reducción de las dimensiones de tamaño del manual	70
Tabla 4 Proceso de diagramación de los contenidos textuales y visuales.....	70
Tabla 5 Proceso de diseño de plantillas gráficas	70
Tabla 6 Proceso de diseño de apoyos gráficos	71
Tabla 7 Reducción, resumen y síntesis de los actuales enunciados	71
Tabla 8 Actualización del contenido existente	71
Tabla 9 Agregado de nuevos conceptos, apartados y enunciados relevantes	71
Tabla 10 Propuesta 1: actividades relacionadas al aspecto físico.....	71
Tabla 11 Propuesta 2: actividades relacionadas al aspecto gráfico y editorial.....	72
Tabla 12 Propuesta 3: actividades relacionadas al aspecto conceptual, informativo y editorial...	72
Tabla 13 Materiales para la versión impresa	74
Tabla 14 Gastos de locomoción del investigador	74
Tabla 15 Cotización de los servicios técnicos referentes al diseño gráfico y editorial.....	75
Tabla 16 Beneficiarios	75
Tabla 17 Recursos humanos, nivel primario	76
Tabla 18 Recursos humanos, nivel secundario.....	77
Tabla 19 Cuadro comparativo de la estrategia	78
Tabla 20 Cronograma del plan de comunicación	80
Tabla 21 Actividades y calendarización	89

Introducción

Los medios de comunicación desarrollan complejos procesos organizativos para ejecutar su labor. Esos procesos, y lo que conlleven, periódicamente deben ser reevaluados, con el fin de mantener una alta calidad en su producción comunicacional e informativa.

La documentación organizacional de estos medios, representa bases indispensables para dichos procesos. Entre estos documentos, sus manuales, normativas o guías de estilo resultan indispensables en cuanto a aspectos editoriales, de producción, y, para mantener líneas de procedimientos internos y externos coherentes, eficientes y que además faciliten el trabajo.

Pero cuando estos documentos son inconsistentes, antiguos y relegados de la labor del medio, surgen problemáticas notables, tanto a nivel organizativo interno, como a nivel de producción para con sus públicos receptores.

El “manual de estilo” del Noticiero Intercultural FGER Maya K’at, es uno de esos documentos que, a pesar de su nombre, no contiene explícitamente lo que su calificativo refiere; que nunca se concluyó formalmente, y que por factores diversos a nivel interno, no se ha retomado para su actualización y formal conclusión y difusión.

Documento que además acoge aspectos que, si bien forman parte implícita de lo que compone el propio estilo Maya K’at, corresponden a aspectos organizacionales y culturales diferentes, tales como la cultura organizacional y la identidad institucional. Pero, no desarrolla normativas claras y directas respecto a la implementación del estilo. En otras palabras, no despliega guías de procedimientos, indispensables para la labor.

El presente informe, parte de un análisis diagnóstico interno y externo del Noticiero Maya K’at, de su producción, y de su documento “manual de estilo”. Y el plan estratégico de comunicación, se enfocó exclusivamente en su manual de estilo. Corresponde este informe, al proceso académico del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura –EPSL- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, del año 2021.

Antecedentes

Como estudios previos, relacionados a la cuestión de los documentos organizacionales elementales de las instituciones, especialmente las dedicadas a la comunicación e información, como los llamados “libros de estilo” y su relevancia, pueden mencionarse los siguientes:

El estudio de las debilidades en la dirección de comunicación social del congreso de la república de Guatemala, correspondiente al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la autora Cecilia Jennyffer Paredes Díaz (2014). Por objetivo general pretende “definir una estrategia que permita unificar la redacción y estilo en la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, para contribuir con el mejoramiento de la imagen institucional del Legislativo, con boletines y comunicados bien estructurados y con una redacción ordenada y limpia”.

Como específicos presenta: “Elaborar el Manual de Redacción y Estilo para la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República. Motivar la creatividad del personal de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, para que trabajen productos institucionales de calidad”. Su enfoque fue de tipo cualitativo descriptivo. Los instrumentos que empleó fueron la observación directa, la documentación bibliográfica, la entrevista directa y la encuesta.

Sus principales conclusiones fueron: “Las autoridades (...) deben profundizar en la importancia del trabajo de la Dirección de Comunicación Social para atender sus necesidades; Los Diputados en general desconocen el trabajo que realiza la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, restando en algunas ocasiones mérito a la labor comunicativa e informativa que realiza esta unidad. Pese a las carencias, la Dirección de Comunicación Social trabaja en distintos productos de comunicación que ofrece todos los días a diputados, periodistas y público general”.

Como segundo antecedente de estudios relacionados al quehacer de los medios de comunicación, que son tanto radiales como escritos empleando plataformas digitales, está el trabajo de grado de Rosa María Duarte (2014) titulado “Periodismo radiofónico frente al periodismo digital”. El estudio constó de indagar en las diferencias que existen entre el periodismo radiofónico y el digital, tomando como base la transformación de ciertos medios radiales.

Su enfoque fue de tipo cualitativo puesto que busca explicar el por qué y el cómo se toman decisiones en casos de múltiples plataformas de transmisión; también, estudia el comportamiento humano y las razones que lo gobiernan. Los objetivos de este estudio fueron básicamente la comparación entre ambos tipos de periodismo, una identificación de sus características, ventajas y desventajas de cada cual, y establecer preferencias.

Sus principales conclusiones fueron que, para el correcto uso de plataformas digitales, el periodista requiere de un conocimiento básico técnico al respecto; que existe una marcada preferencia del público por los medios digitales, en comparación a los radiales; que los medios digitales responden a las necesidades de las mayorías; y que el trabajo periodístico se ha visto en un marcado incremento técnico, con el manejo de múltiples plataformas, en vez de una sola.

Como antecedentes internacionales, la autora mexicana Angélica Navarro Castillo en su tesis “Propuesta de manual de estilo para la revista Popcorn. Profesionalizar la frivolidad” estudió a la revista, su estilo de vida, y las publicaciones como valor agregado a un servicio determinado. Se planteó cómo nació el proyecto, cuál es la línea editorial, a quién va dirigida, y cuáles son sus contenidos y secciones. Además se explica cómo se conforma el equipo editorial interno y externo. Un estudio de eminente enfoque cualitativo.

Sus principales conclusiones fueron: que la responsabilidad social de la revista como medio es, la de comunicar. Preocuparse por la manera como se informa debe ser una responsabilidad de los medios de comunicación, sean grandes o pequeñas editoriales; saber redactar es la raíz de cualquier medio de comunicación; las editoriales independientes son orquestadores, y ello les confiere gran responsabilidad; las publicaciones periódicas con distribución masiva deben preocuparse por regular la forma en la que presentan su contenido, y prestar atención a las normas de redacción, ortografía y gramática; los manuales de estilo son una manera de regular el idioma en los medios; y el diseño editorial también concierne a los editores.

El estudio fue motivado por la importancia que estos documentos organizacionales tienen para los medios masivos. Y para el presente caso, fue motivado por el carácter social-alternativo del medio abordado, que fue el Noticiero Maya K’at, su documentación organizacional, sus características y atribuciones en función de la comunicación comunitaria y popular.

Justificación

El carácter del presente estudio, supone un asunto de sumo beneficio para el desarrollo y mejoramiento de la comunicación organizacional de cualquier entidad, pública o privada. Particularmente importante es, para cualquier medio de comunicación e información. Se enfoca este estudio en la documentación organizativa del medio, específicamente, en el libro de estilo.

La producción informativa, agendas y procedimientos de trabajo de los medios de comunicación, toman forma de la mano de normativas y guías de estilo; forma, que es la propia forma de expresión del medio, su propia huella, su propio modo de ser y de proceder. El contenido del mensaje, es tan importante como la forma de expresarlo. Ello, les obliga a los medios a realizar estos procesos de evaluación de su documentación organizacional, de manera periódica.

Para el Noticiero Intercultural FGER Maya K'at, significa el mejoramiento de uno de sus documentos organizacionales más relevantes para su labor; documento que requiere con premura una reevaluación, reestructuración, reequilibrio, actualización y reincorporación al quehacer activo del noticiero. Ello, le conferirá una mejorada manera de proceder en su producción, tanto radiofónica como escrita, a periodistas de planta como a periodistas corresponsales Maya K'at.

Resulta importante para la institución, porque su manual de estilo requiere, como fue expuesto por los integrantes del medio, ser retomado en la actualidad, con coherencia y eficiencia, pero que por factores diversos, el equipo no lo ha podido hacer efectivo.

Será igualmente beneficioso para la Universidad, la educación superior y la ciencia aplicada, dado que el estudio aporta y retroalimenta con práctica nueva y conocimientos científicos comprobados. Cualquier estudiante que académicamente lo requiera o, que simplemente se interese, podrá con válido respaldo, acceder a él. Sustenta y abastece de conocimientos nuevos los campos de las ciencias sociales, y en el caso de la presente, a las ciencias de la comunicación.

Este estudio servirá a cualquier ciudadano(a) que lo requiera. Beneficiará a la sociedad guatemalteca en su desarrollo científico, en sus propios emprendimientos comunicacionales, y a sus conocimientos respecto de los libros, manuales, normativas o, guías de estilo mediáticas.

Capítulo 1

Diagnóstico de comunicación

1.1 La institución

Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas –FGER-
Noticiero Intercultural FGER Maya K’at

1.2 Perfil institucional

Como su nombre lo indica, es una federación que ha aglutinado emisoras comunitarias de Guatemala, desde el año 1965. Es también, un medio de comunicación, cuya agenda de contenido va desde la semblanza, la opinión, el debate, y lo propiamente noticioso. Como cadena radial y coordinadora de radios comunitarias, trabaja con organizaciones de todas las regiones del país.

Cuenta, en sus instalaciones centrales, con estudios de producción de radio, y ahí se producen programaciones de distintos índoles, como también, producciones estratégicas por encargo, periódicamente. Gesta así, proyectos comunicacionales para el desarrollo comunitario, cultural, cosmogónico, económico, político y personal, de manera estratégica.

La FGER es eminentemente crítica, social e inclusiva; de una clara postura política. Sus programaciones emplean los distintos idiomas Maya de Guatemala, junto con el castellano. Esta promoción de lo intercultural, instaura espacios de interacción ciudadana, en los que los diversos conocimientos culturales y experiencias colectivas, nutren y validan el espacio.

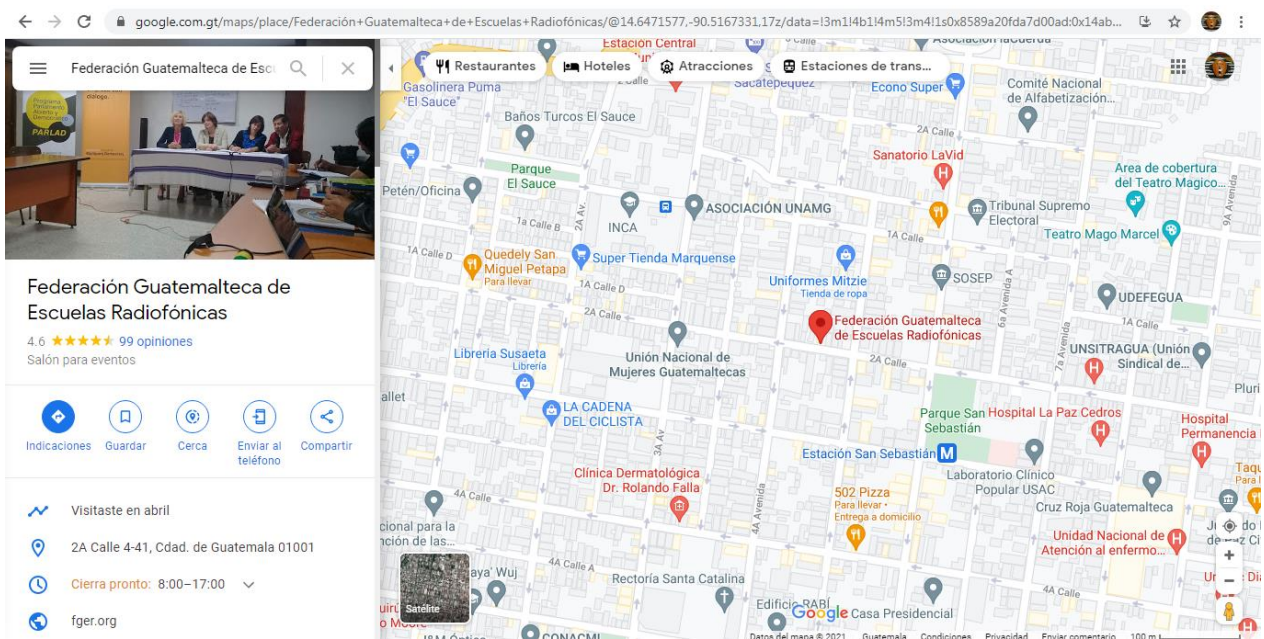
El objetivo para la federación es alcanzar condiciones propicias, mediante principios éticos y políticos bien definidos de trabajo, para un “buen vivir” en las comunidades de todo el país, y así, lograr niveles de desarrollo concretos para las mayorías. Cada una de sus programaciones se rige por esa ideología y valores institucionales. No es promotora del sector privado mercantil, ni tampoco del sector político partidista tradicional.

1.3 Ubicación geográfica

La localidad física de la FGER se halla en la zona central de la capital guatemalteca. Se ubica sobre la 2ª calle, 4-41 de la zona 1. En este mismo emplazamiento, se encuentra la oficina central del Noticiero Intercultural FGER Maya K'at (área de prensa); noticiero cuya visión periodística está constituida a partir de los valores institucionales de la FGER (FGER, 2021).

Figura 1

Ubicación geográfica de la FGER



Fuente: *Google Maps*

Geográficamente, la FGER y el Noticiero Maya K'at alcanzan a las cinco regiones de Guatemala, mediante alianzas con radios locales en cada territorio. También, cuenta con enlace internacional a partir de ALER Satelital, lo que les hace factible intercambiar contenidos informativos con más de un centenar de radios en toda Latinoamérica y el Caribe (FGER, 2021).

Etnográficamente, sus alcances se posicionan con mayor proporción en las regiones centrales y occidentales de Guatemala, por tanto, dichos alcances abarcan a una población Maya y mestiza mayoritariamente. La FGER busca al presente ampliar su cobertura e incidencia a los idiomas y

regiones Xinka y Garífuna, al oriente del país. Y aunque cuenta ya con cobertura en dichas áreas, no es proporcional al de las regiones occidentales (FGER, 2021).

Muy recientemente, las autoridades locales comunitarias de Lívingston, Izabal, en conjunto con la FGER, inauguraron la primera radio comunitaria Garífuna, nombrada “Yurumeín”, momentáneamente de modalidad virtual, debido a la pandemia del Covid-19 y sus dificultades.

Dado que la filosofía de trabajo de la FGER es en colectivo con los sectores a los cuales históricamente se les han vulnerado sus derechos (Montenegro, 2021), su ámbito de trabajo y enfoque ideológico abarca los sectores medios y bajos de la población (clases mayoritarias). Es un medio de comunicación manifiesta y eminentemente social, discorde con los principios de los medios de comunicación empresariales. Su naturaleza es comunitaria.

En cuanto a temporalidad, la federación ha estado en operaciones en Guatemala desde el año 1965, hasta la actualidad, adaptándose en cada etapa histórica a las circunstancias periódicas particulares de este país, y de Latinoamérica. Como emisora, la FGER cuenta con dos años de trayectoria y producción radiofónica, a través de la 1420AM en la ciudad capital. Previo a ello, transmitía vía internet pocos contenidos, y frecuentaban plataformas de *streaming*. El Noticiero Maya K’at, ha estado operacional desde el año 2004 hasta la actualidad, por distintas plataformas.

1.4 Integración y alianzas estratégicas

La FGER cuenta con ramificaciones amplias de alianzas. Ha trabajado con radios comunitarias culturales, educativas, noticiosas y políticas de todas las regiones del país, y, mediante la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica –ALER- de la cual la FGER es socia fundadora, sus alianzas se extienden a cientos de emisoras radiales latinoamericanas que trabajan por los mismos fines sociales, comunitarios y populares.

En Guatemala, a la FGER están afiliadas las emisoras comunitarias regionales: “Ut’ankaj” ubicada en Poptún Petén; la emisora “Balam Estéreo” ubicada en Cabricán Quetzaltenango; la emisora “F.M. Tierra / Radio Chortí” ubicada en Jocotán Chiquimula; la “Nawual Estéreo” ubicada en Nahualá Sololá; la “Tezulutlán Estéreo” y “Estéreo Gerardi” ubicadas en Cobán Alta

Verapáz; “La Voz de Colomba” ubicada en Colomba Costa Cuca Quetzaltenango; y “La voz de Atitlán” ubicada en Santiago Atitlán Sololá (FGER, 2021).

Y, aliadas a ella están las emisoras comunitarias: “Quiché”, “La Franja”, “La Voz de Nebaj” y la “Masheñita” ubicadas en el Quiché; las emisoras la “Creativa”, la “E. Aguacatán”, la “Santa Cruz” y la “Snuq’ Jolom Konob” en Huehuetenango; la “Asunción” en San Marcos; la “Véritas” y la “Xyaab Tzuultaqa” en Izabal; la “Cultural y Educativa” y la “San Juan” en Chimaltenango; “La Voz de la Esperanza” en Retalhuleu; la “Chuimekená” en Totonicapán; “La Dueña” y la “E. Tulán” en Quetzaltenango; la “Qawinakel” en Escuintla; la “Pax” en Zacapa; la “Luz y Esperanza” en Jalapa; la “Quezada” en Jutiapa; y la “Urram” en la Baja Verapaz (FGER, 2021).

Un total de 31 radios comunitarias nacionales, incluyendo a la propia emisora “Radio FGER 1420AM” en la metrópoli, trabajan en conjunto para darle a la federación y, al noticiero, un espectro de acción amplio, participativo, coherente, intercultural y multilingüe, que sea realizado, asimilado, apropiado y reconocido por una población mayoritaria.

La interconexión de las radios aliadas y afiliadas de la FGER les permite al noticiero formar periodistas corresponsales de cada sitio posible, y así ofrecer información en formatos variados, con veracidad, claridad, innovación y creatividad, desde los lugares donde se producen los hechos (Maya K’at, 2014) y en los idiomas culturales locales.

Este consorcio radial guatemalteco, permite coberturas de profundidad, opiniones amplias, diversidad de los contenidos e interpretaciones de la realidad nacional en general. Vela por proyectos y productos comunicacionales encaminados al buen vivir; el fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos originarios y, de la democracia efectiva en espacios locales y nacionales; la participación ciudadana, la defensa del medio ambiente y la comunicación como un derecho humano (Maya K’at, 2014).

En la FGER, trabajan distintas áreas en conjunto para gestión de proyectos locales y estratégicos con las radios, y también, con quienes soliciten sus distintos servicios de producción. Brinda facilidades como, ‘los precios solidarios’ que es un beneficio de ajuste, en el que mediante un diálogo con las autoridades comunitarias de las radios, pueden acordarse precios mucho más

accesibles de lo que sería con una productora privada y además, con compromiso de alta calidad de producción (Quex, 2021), calidad que se ha refinado con el transcurrir del tiempo.

La FGER trabaja con diversos sectores sociales, tales como la diversidad sexual, sectores de mujeres, juventudes, personas con discapacidades o capacidades distintas, organizaciones de migrantes, indígenas, campesinas, sindicalistas, estudiantes, etcétera. No sólo con un mero acercamiento directo con dichos actores, sino incluyéndoseles plenamente en los procesos de comunicación, en tomas de decisiones, en producciones, planeamientos, dirección, ejecución y administración de los espacios, los recursos y los conocimientos (Montenegro, 2021).

A partir de su contundente posicionamiento en el espectro radial en abril del 2019, ha gestado coordinación con entidades como Madre Selva, derechos humanos (PDH), UDEFEGUA, otros medios alternativos, CONADI, entre muchos otros actores. Con estas entidades la FGER ha generado alianzas para realización de coproducciones beneficiosas y estratégicas.

Las entidades aportan de su contenido, propio de su trabajo, y la FGER les apoya mediáticamente, nutriendo así también sus programaciones de esos contenidos, que son acordes a su quehacer y sus posturas, enriqueciendo así su producción (Cocón, 2021). El beneficio para ambas entidades es claro; para la entidad aliada, representa la divulgación de su quehacer e identificación con su labor social, acompañamiento, cobertura y respaldo de la FGER; y para la federación, es la obtención de contenidos y participaciones de calidad (Cocón, 2021).

Al público general, la FGER pone a disposición sus instalaciones, equipos y conocimientos para que quien los requiera, pueda acceder a ellos. A través de su página *web* -www.fger.org- puede accederse a informaciones de sus servicios técnicos, tales como los estudios de grabación y asesorías en distintos productos radiales como microprogramas, cuñas, organización de foros, campañas, jingles y capacitaciones. De igual manera, facilitan información sobre su Casa Cultural Q'anil, y los servicios múltiples de habitación (FGER, 2021).

En el plano internacional, como asociada a la ALER, la FGER resalta con esmero estas características humanitarias que le son propias desde sus orígenes. La ALER es una red de comunicación educativa popular que promueve la participación, la inclusión, la convivencia

armónica con la naturaleza; acompaña a los pueblos en la conquista de derechos y trabaja por la democratización de la comunicación (ALER, 2021). Ello, con el objetivo de crear y fomentar condiciones para alcanzar un buen vivir para las poblaciones de Latinoamérica.

En la ALER, se asocian con privilegio emisoras radiales de países de América Latina y el Caribe. Emisoras de casi todos los países del cono sur, y de Centroamérica y el Caribe: Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Guatemala, México, Cuba, Haití y República Dominicana (ALER, 2021), cada país contando y sumando diversas emisoras locales directamente vinculadas con el consorcio.

Con el soporte de ALER Satelital, la FGER y el Noticiero Maya K'at cuentan con enlace internacional, que les permite que sus contenidos sean retransmitidos en 17 países, 8 telepuertos y más de 100 radios interconectadas. Además, cuenta con una alianza estratégica con Radio Nederland de Holanda, encaminada a los mismos fines sociales (Maya K'at, 2014).

Esta amplia red de comunicadores radiales sociales tiene como misión educar y comunicar pasión por la vida y compromiso con la felicidad de los pueblos latinoamericanos (ALER, 2021), lo que le implica un arduo trabajo organizacional, para una cobertura eficiente en la inmensa región continental, y también a la numerosa masa de población que, se halla en las condiciones de vida más críticas. Educar y compartir conocimientos, facilidades, herramientas y espacios concretos comunicacionales, son las aspiraciones de la ALER y sus asociadas.

1.5 Origen e historia

A mediados del siglo XX, Guatemala traspasaba por un cambio de órdenes políticos y sociales traumáticos para su devenir. El fin de la revolución social/agraria, supuso retornar a antiguas prácticas políticas y económicas, siendo en su mayoría, contraproducentes para el desarrollo integral del pueblo, en sus niveles medio y bajo.

El aún imperante analfabetismo, escases de tierras y de empleos, las explotaciones laborales y la falta de conocimientos técnicos, principalmente en las áreas rurales, fomentaron empero,

proyectos positivos, activos e inclusivos de desarrollo, resultando entre ellos, en la conformación de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, por sus siglas, FGER.

Coordinar las actividades conjuntas de emisoras radiales educativas, religiosas y culturales se tornó en una necesidad latente para los promotores de la radio progresista social de esta época. El fin primero de la entonces naciente federación fue el de “alfabetizar y evangelizar a las poblaciones, en su mayoría del área rural, y brindarles asesoramiento y apoyo a quienes ya tuviesen emprendida una radio. El 9 de agosto de 1965 fundan la FGER” (FGER, 2021).

Su método se centró en colectivizar herramientas, conocimientos, accesibilidades y espacios, desde muy tempranamente; continuamente buscando socializar las epistemologías de los distintos grupos culturales habitantes de Guatemala y con ello, potencializar las posibilidades de autodesarrollo y autogestión en las áreas rurales, sobre todo las empobrecidas.

Bajo esta apuesta operacional, la FGER logra con el tiempo alfabetizar a más de un millón de habitantes; sin embargo dadas las crecientes necesidades de la población en los años venideros, los métodos de trabajo debieron progresivamente readaptarse, tanto local, como regionalmente.

Con preferencia en las situaciones del interior del país, la FGER transforma su concepción centralizada de operaciones, a una de labores dirigidas por las mismas comunidades con una visión horizontal, abierta y desarrolladora. Fomentar de base una educación integral que brindase conocimientos en salud, medio ambiente, cultura y otros temas y comprensiones comunitarias y ancestrales (FGER, 2021), se convirtió en su objetivo.

Pero, esta línea de acción, dados los regímenes autoritarios de la época, le confirió a la FGER criminalización y persecución por parte de las autoridades gubernamentales durante la mayor parte del conflicto armado interno. Padeció el asedio, la censura y el asesinato de varios de sus miembros comunicadores, “a extremos que en 1982, sus oficinas centrales fueron clausuradas por año y medio, como consecuencia de la ola de persecución, acosos, amenazas y atropellos de que fueron víctimas sus dirigentes y, los de sus emisoras afiliadas” (FGER, 2021).

Sin embargo este acoso, no bastó para echar por tierra el trabajo visionario de la FGER. Poco más de un año duró su clandestinidad a raíz del asedio, volviendo a sus instalaciones centrales con

nuevas perspectivas de obra. El trabajo nunca se detuvo. Con el tiempo, la FGER vio la necesidad concreta de informar de una manera periodística a la población, sobre las realidades nacionales, mediante la propia voz del pueblo, y sus dirigentes.

Floreció esta necesidad en paralelo a su desarrollo y el de sus contenidos, alcances y alianzas estratégicas; los acontecimientos históricos no ameritaban menos. Así, la federación sienta sus bases como defensores del respeto a los derechos humanos y la libertad de expresión como pilar fundamental de la democracia (FGER, 2021).

La federación, en su página *web* (2021) relata que:

Con la firma de los Acuerdos de paz, el 29 de diciembre de 1996, la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, replantea un cambio en el papel que debe jugar ante los nuevos cambios sociales, económicos y políticos que enfrenta el país. Por lo que en 1997 inicia un proyecto de readecuación que tiene como fin en un plazo de cinco años promover el desarrollo de los proyectos radiofónicos dentro de un proceso de capacitación y profesionalización de los equipos humanos de las emisoras, así como la reprogramación de las radios. Así la FGER emprendió un arduo trabajo de formación multidisciplinaria, que sigue hasta hoy.

A partir del año 2010, la FGER contó con radio en línea y plataforma de *streaming* por internet. El 24 de abril de 2019 nace la Radio FGER, luego de años de esfuerzos de la federación por consumarla, y de 53 años de trabajo conjunto con comunidades rurales; antes de ello, en el departamento de Guatemala no contaba ésta con presencia radial (Montenegro, 2021).

Consigue su primera señal abierta en la 700AM; sin embargo, su alcance no era lo amplio que se deseaba. Cerca de un año estuvo en funciones la radio con esta frecuencia, mientras se exploraban espacios que se ajustasen mejor a sus necesidades (Montenegro, 2021).

Surge beneficiosamente para la federación, acceso a la frecuencia 1420AM que previamente era utilizada para espacio musical y religioso. A raíz de esto su programación radial se consolida más cada vez, y las condiciones técnicas mejoraron. Se revirtieron así las circunstancias primarias, exponiendo actualmente más de 30 programas en su parrilla de contenidos, temáticas y contenidos profundos y relevantes para la sociedad (Montenegro, 2021).

1.5.1 Origen e historia del noticiero de la FGER

La red Maya K'at es el producto de un estudio de audiencia ejecutado en el año 2002. Las ya para entonces emisoras afiliadas a la federación corrieron una serie de encuestas a la población del interior y del centro del país (Montenegro, 2021).

Resultado de ellas, piden la conformación de un noticiero nacional que incluya los distintos idiomas mayas, y que cuente con las varias secciones básicas de un noticiero. A partir de esos resultados, las radios ya afiliadas conforman una comisión de comunicación, en donde principian a gestar los tópicos cardinales “qué vamos a darle a la audiencia”, etc. (Montenegro, 2021). Esta comisión funda el Noticiero Intercultural FGER Maya K'at, que traducido del idioma K'iche quiere decir “Red Maya” consolidando así sus bases éticas y políticas.

Eran en un primer momento, una red de comunicadores(as), en su mayoría de orígenes mayas. Comienzan pues, un análisis de todo lo pertinente: los recursos, cómo aplicarlos, las características para sus productos, temáticas, gestiones de conexión, de equipos, etc. La conexión ya existente con la ALER fungiría con los mismos objetivos mencionados, de intercambio comunicacional y de contenidos.

Sin embargo, no fueron pocas las dificultades con que se toparon los gestores en la implementación de un espacio periodístico formal y funcional. El internet deficiente de la época representó un reto peculiar. Las radios socias de la FGER ya tenían antenas parabólicas para recibir la señal de la ALER, pero no poseían un telepuerto satelital común, que hiciera eficaz el compartimento concentrado de producciones.

Pero la Asociación de Radiodifusión Participativa de El Salvador –ARPAS-, ya contaba con su propio telepuerto satelital. La ARPAS, amistosamente brindó espacio en su parrilla informativa al Noticiero Maya K'at. Fue el 15 de noviembre de 2004 que surge su primera transmisión satelital por este medio de la ARPAS, durando media hora, partiendo de las 11am.

En el 2008 la FGER inaugura su propio telepuerto satelital. A partir del 4 de abril del ese año, el noticiero sale al aire por su telepuerto propio, se dilata a una hora diaria de programación, más periodistas se suman al proyecto, procesos de formación periodística y tecnológica comienzan a

consumarse y diplomados son ofrecidos para incentivar a nuevas organizaciones radiales, y a jóvenes a participar del medio (Montenegro, 2021).

Previo a la creación del noticiero, algunas radios afiliadas tenían su reporte informativo propio, localmente, sin embargo no habían técnicas periodísticas consolidadas. Se leían, por ejemplo, las noticias directamente del periódico escrito. En la actualidad, algunas de las radios socias no cuentan con representación en el noticiero, de al menos un corresponsal. Esto depende de su propia organización interna y, como organismo complejo independiente (Montenegro, 2021).

Presentemente, el Noticiero Maya K'at capacita equipos de periodistas, les certifica, los diploma con respaldo de distintas instancias (USAC, URL, etc.), y estos periodistas dotan al noticiero de informaciones de primera mano, desde sus comunidades y sus idiomas culturales y, el castellano.

La mayoría de periodistas Maya K'at son voluntarios. Dadas las características de la FGER, ésta no cuenta con recursos financieros para sufragar a sus periodistas con sueldos base; en cambio, les facilita formación variada y certificada, equipos, visibilidad, representación, y cierto apoyo económico (Montenegro, 2021).

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

La FGER cuenta con sus propias entidades estratégicas internas, para la realización de su labor federativa y comunicacional. Sus miembros directivos, que la mantienen sostenida y organizada son: la Asamblea General, dependencia más alta; se congrega ordinariamente dos veces al año. Luego la Junta Directiva, la cual es electa cada dos años por la asamblea y que, escoge mediante el voto democrático al Director Ejecutivo de la FGER.

Seguidamente, están las áreas que conforman los organismos productivos de la federación, desde el radiofónico hasta el funcionario, siendo estas: área de radio; área de producción; área de prensa; área de gestión; área administrativa; área de contabilidad; y área de proyectos. Cada una de ellas está coordinada por una persona óptima, delegada por el director ejecutivo. El personal de cada área particular, complementa las dependencias de la federación (Montenegro, 2021).

El área de prensa de la FGER, sede central, material e intelectual del Noticiero Intercultural FGER Maya K'at, representa un espacio interactivo, moderno, sofisticado, ambientado, coherente, accesible y sugestivo. En él, laboran periodistas y reporteros de planta, técnicos y editores; todos al servicio de un bien común, tanto para la población, como para la federación.

1.7 Organigrama de la institución

La asamblea general se compone de dos personas delegadas de cada radio afiliada. Estas delegaciones son selectas localmente, y enviadas a asamblea a participar en representación de su radio. La dinámica consiste en acreditar a cada delegado ya sea, la facultad para votar, o, para opinar. En total 16 son los delegados (8 radios afiliadas).

La junta directiva consta de cinco personas. Su dinámica democrática no permite la autopostulación, ni la del mismo centro de representación. Esta junta, renovada cada dos años, también ratifica o remueve al director ejecutivo de la FGER.

El director ejecutivo, validado por la junta directiva, delega las coordinaciones de área. Éstas, no tienen un tiempo estipulado de estadía, e igual que ocurre con la dirección ejecutiva, estos coordinadores(as) pueden ser ratificadas o removidas por el director ejecutivo cuando se convenga (Montenegro, 2021).

El organigrama del Noticiero Maya K'at, lo encabeza el coordinador de prensa, que vela por el cumplimiento de los parámetros del contenido, producción y transmisión, además de ser también el encargado de conducción del noticiero en la actualidad.

Cuenta esta área con dos redactoras y periodistas de planta; estas periodistas realizan cobertura en la metrópoli, y diariamente acuden a la sede central del noticiero para el trabajo de redacción. El coordinador de la radio FGER y el coordinador del área de Producción están igualmente al pendiente del soporte técnico en los estudios, tanto de grabaciones como de conducción.

La consolidación de la democracia, local y nacional es su incentivo primario, mediante el trabajo conjunto con los sectores vulnerables y organizados de la sociedad, realizando la diversidad, el activismo y los derechos fundamentales, aplicando para ello una comunicación de aspectos positivos, inclusivos y novedosos.

El noticiero Maya K'at, manifiesta su misión, plasmada en su manual del estilo (2014), como:

Informar de manera independiente desde la interculturalidad y la participación ciudadana contribuyendo en la cultura del buen vivir, la consolidación de la democracia y defensa del medio ambiente; respondemos con nuestra labor periodística a los interés de la sociedad civil organizada, que trabaja a favor de las comunidades y sectores sociales discriminados, excluidos y más vulnerables de la sociedad. (p.5)

Ambas misiones se encamina al mismo objetivo: la consolidación de la democracia social, real y eficiente, empleando para ello la inclusión, la creatividad y la organización conjunta con los sectores vulnerados de la sociedad. Se encamina manifiestamente a contrarrestar, de manera colectiva, estas condiciones negativas y alcanzar un máximo nivel de calidad de vida para las poblaciones, y, para los sistemas naturales. Para Maya K'at, es a través de su labor periodística.

1.9 Visión de la organización

La de la FGER está expresada en su página *web* (2021), y proyecta “ser una red de radios alternativas, multilingüe, sostenible, con cobertura nacional y protagonismo; en alianza con entidades afines locales e internacionales, aportando eficazmente al desarrollo humano integral, la participación ciudadana y la democratización de la sociedad.”

Sus aspiraciones para sí misma consisten en sus propias capacidades comunicacionales, sus alcances, coberturas, representatividad; y, que el método de conseguirlo con efectividad y respaldo, se basa en las alianzas estratégicas que genere, con los actores de la sociedad en condiciones de organización y vulnerabilidad. La FGER y sus proyectos radiales surgieron a raíz de las necesidades de la gente. Es válida y es vigente, por eso (Montenegro, 2021).

La visión del Noticiero Maya K'at se halla plasmada en su manual del estilo (2014) y se reduce a:

Ser reconocidos en el 2020 en Guatemala y Latinoamérica como un noticiero intercultural alternativo que desde su quehacer cotidiano promueve la participación ciudadana, la democratización y el buen vivir, desde el diálogo, el debate y el consenso; con una producción educativa, coherente, creativa e incidente. (p.5)

Tener amplitud y calidad de cobertura y de contenido a nivel nacional y continental es la aspiración del noticiero, produciendo con la voz del propio pueblo y sus sectores, con cuya alianza se fortalezcan estas pretensiones comunicacionales.

Como lo indicó Juan Pablo Montenegro (2021), coordinador de prensa y del Noticiero Maya K'at, éste medio ha sido una apuesta informativa para la FGER; busca generar debate, análisis y opinión. Que el ciudadano genere opinión en base a los datos que les brinda, que generen organización y articulación. Brindarles información veraz, que puedan decidir hacer algo por cambiar lo malo, y que eventualmente, puedan tomar mejores decisiones.

1.10 Objetivos institucionales

Las pretensiones de la FGER y de Maya K'at son educativas, solidarias y críticas, enfocadas a la construcción de bases para un buen vivir. Incluye, para ello, en sus procesos comunicacionales a sectores vulnerados y organizados, y mediante formación y capacitación activa e integral, sean estos capaces de dar su voz, en representación de su pueblo, y de una manera profesional.

1.10.1 Objetivos del Noticiero Maya K'at

Por objetivos generales, el noticiero presenta dos propuestas:

Promover la participación ciudadana, la democracia y la cultura del buen Vivir, a partir del fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos originarios y el respeto por el medio ambiente.

Y, promover la cultura del buen vivir dentro de la cual se instaura el derecho a la comunicación y la libertad de expresión; informando a la sociedad civil desde el periodismo comunitario, buscando construir una sociedad pluricultural, plurilingüe y multiétnica. (Maya K'at, 2014, p.6)

Por objetivos específicos, el noticiero presenta seis propuestas, las cuales son:

- a) Promover y orientar la construcción colectiva y participativa de la cultura del buen vivir, entendida como una alternativa política, cultural y económica para pensar el futuro de la humanidad.
- b) Fortalecer la diversidad e identidad cultural, visualizando las filosofías, saberes, estéticas y manifestaciones culturales de pueblos originarios, afrodescendientes u organizados.
- c) Propiciar la participación ciudadana, el fortalecimiento de la democracia a nivel local y nacional, partiendo del respeto por los derechos humanos y los derechos de los pueblos.
- d) Educar en equidad de género, buscando el empoderamiento desde una visión analítica y crítica, poniendo en debate las diversas posiciones y situaciones que afectan a los diversos sectores de la sociedad civil.

e) Promover el respeto y la preservación del medio ambiente.

f) Crear alianzas estratégicas con organizaciones y agencias de cooperación afines a los principios de FGER, que permitan la sostenibilidad de nuestra red de emisoras aliadas y afiliadas. (Maya K'at, 2014, p.6)

1.11 Público objetivo

El público objetivo de la FGER y de Maya K'at, son las distintas comunidades de etnias indígenas, garífunas, xinkas y mestizas de Guatemala; son las comunidades campesinas y obreras de áreas urbanas y rurales; son los sectores de la sociedad vulnerados; mujeres y niñez de niveles socioeconómicos medio-bajos; adultez y juventudes, en lo cardinal. Constituye éste, un público en su mayoría mayahablante e hispanohablante; las clases sociales mayoritarias.

El público principalmente receptivo del noticiero, constituye en la actualidad población adulta. Como lo expresó el coordinador de prensa, el desafío para el medio es alcanzar ineludiblemente a públicos jóvenes; desarrollar formatos informativos atrayentes a las juventudes, sin dejar por lado la rigurosidad de los géneros periodísticos. Hoy, se pretende equilibrar estos elementos y alcanzar más sectores receptores de los contenidos del noticiero y de la FGER (Montenegro, 2021).

La Casa FGER central, cuenta con 17 trabajadores, entre la dirección y los equipos de las coordinaciones. El del Noticiero Maya K'at cuenta con tres periodistas del área de prensa central, más los 29 corresponsales regionales.

El público objetivo beneficiado por el presente proyecto de diagnóstico comunicacional, será el equipo completo Maya K'at: los periodistas tanto de planta como corresponsales, los editores y el área de prensa, puesto que el estudio está enfocado hacia los procesos y procedimientos de comunicación laboral de esta área operativa en particular.

1.12 Diagnóstico

En un concepto general del diagnóstico, “dícese de los signos que permiten reconocer las enfermedades” (Larousse, 1993, p. 356). Es encontrar las debilidades de un organismo, que le resultan perjudiciales y contraproducentes en su desarrollo, e impiden lograr sus fines.

Comunicacionalmente hablando, es encontrar ciertas debilidades de la comunicación en una organización (Hernández, 2021) que se establece en torno a un determinado fin; y que éstas inminentes debilidades, deterioran desde la base a la misma estructura de la organización y por ende, resulta en la deficiencia plena de todo el organismo. Desde sus propios acuerdos internos, sus productos finales, y/o hasta la relación con sus clientes y públicos objetivos.

El diagnóstico es el resultado que se arroja luego de hacer un estudio, evaluación o análisis científico riguroso sobre un objeto, entidad o ámbito determinado. En el caso de la comunicación, el diagnóstico pretende reflejar la situación del proceso comunicacional dentro de una institución, identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, interpretarlos, y poder tomar decisiones eficientes y coherentes para ejecuciones posteriores (Hernández, 2021).

El diagnóstico de comunicación de esta investigación se centró, en la forma en que los periodistas Maya K'at transmiten sus informaciones, es decir, su mero estilo; se centró la atención por tanto, en el propio manual de estilo también, en sus contenidos y características y, en la importancia que este documento tiene para el noticiero y sus colaboradores. Este diagnóstico por tanto, representa un acercamiento a la comunicación organizacional del noticiero.

1.12.1 Objetivo general

Analizar los productos comunicacionales e informativos del Noticiero Maya K'at.

1.12.2 Objetivos específicos

- a) Describir la forma de transmisión de la información por parte del equipo del noticiero, en sus distintas plataformas.
- b) Identificar las carencias organizacionales en los equipos de trabajo del noticiero.
- c) Definir las tendencias de estilo que maneja el noticiero, y que emplea para su labor.

1.13 Tipos de investigación

Para el teórico de la comunicación Roberto Sampieri (2014), la investigación científica presenta, en lo fundamental, dos propósitos concretos, que son: producir conocimientos y teorías (investigación básica) y la resolución de problemáticas (investigación aplicada).

1.13.1 Investigación experimental

En este tipo de investigación el investigador intencionadamente manipula, de manera controlada, elementos de las variables dependientes, con el fin de observar de primera mano la reacción de esa manipulación experimental en su relacionamiento con la o las variables dependientes del estudio. Es un contexto construido y maniobrado.

1.13.2 Investigación no experimental

Éste, no aplica manipulación por parte del investigador de ninguna manera. Los sucesos se dan en su propia naturaleza independiente, sin intervenciones intencionales. Así, el investigador puede dar cuenta del desenvolvimiento, causas y efectos de las variables; "...una situación que ya existía, ajena al control directo que hay en un experimento" (Sampieri, 2014, p.153).

Para el teórico Tevni Grajales (2000) tradicionalmente se han manejado tres tipos de investigación:

- 1) La histórica, que aborda estudios de lo ya acontecido con anterioridad.
- 2) La descriptiva, que trabaja sobre realidades de hecho, y que fundamentalmente busca presentar una interpretación correcta de carácter actual.
- 3) La investigación experimental, que consiste en la manipulación controlada de variables no comprobadas, con el fin de develar modos y causas.

1.13.3 Investigación documental

Se nutre de documentos, tanto textuales como audiovisuales referenciales al objeto de estudio.

1.13.4 Investigación de campo

Ésta obtiene los datos de una manera empírica, mediante la mera acción y relación del investigador con el objeto de estudio (Grajales, 2000).

1.13.5 Exploratorio

Éste permite al investigador aproximarse a fenómenos desconocidos, con “el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuir con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular” (Grajales, 2000, p.2).

1.13.6 Descriptivo

Éste busca “desarrollar una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características”. “Pretende medir el grado de relación y la manera cómo interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos” (Grajales, 2000, p.2).

1.13.7 Explicativo

Conducen “a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno (...) Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? o ¿en qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos, requieren del control y manipulación de las variables en mayor, o menor grado (Grajales, 2000, p.3); su fin, es explicar las posibles causas de un fenómeno.

1.13.8 Transversal / longitudinal

Responden a la temporalidad del estudio. La de tipo transversal, o también llamada transeccional, es la investigación que requiere de recolectar los datos pertinentes, en un momento único del tiempo, para ejecutar el estudio. La de tipo longitudinal o evolutiva, recaba datos en distintos puntos del tiempo, respecto del mismo objeto de estudio, con el objetivo de realizar inferencias sobre su evolución, sus causas y sus efectos (Sampieri, 2014).

1.13.9 Tipo de investigación aplicado

El tipo de investigación aplicado para el presente diagnóstico, fue fundamentalmente descriptivo, y de carácter no experimental. En cuanto a temporalidad, fue de tipo transversal.

1.14 Enfoque

El enfoque de investigación científica se divide en tres métodos y guías de trabajo, que cubren los requerimientos científicos básicos para ejecutar una investigación formal. Son “las posibles elecciones para enfrentar los problemas de investigación. Hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos” (Sampieri, 2014, p.2).

Estos tres enfoques son el cuantitativo, el cualitativo y, el que los aborda a ambos: el mixto. Tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo utilizan estrategias generales, similares entre sí, pero claro es que, cada una de estas aproximaciones se diferencia por atribuciones propias.

1.14.1 Enfoque cuantitativo

Es de carácter deductivo, y parte de la teoría hacia el planteamiento de una hipótesis que se someterá a prueba (Sampieri, 2014). Utiliza la recolección de datos para probar la o las hipótesis planteadas, tomando como respaldo la implementación de recursos estadísticos formales que ratifiquen los datos recabados. Su orden de procedimientos es riguroso y no permite saltos de procesos. Esta aproximación científica, ocurre en la realidad externa e independiente al individuo, sin su participación; un mero observador, analista e intérprete (Sampieri, 2014).

1.14.2 Enfoque cualitativo

Por su parte, propone procedimientos en donde la recolección y análisis de los datos puedan generarse, previos, a la afinación del planteamiento, y las preguntas de investigación. Su tiempo de establecer hipótesis no está definido, más que por el propio desarrollo particular del estudio; sus procedimientos no son lineales, varían. Su flexibilidad es mayor (Sampieri, 2014). Por tanto, sus resultados revelarán otros tipos de conocimientos formales en los diversos ámbitos epistemológicos sociales.

1.14.3 Enfoque mixto

Se aglomeran aquí características cualitativas y cuantitativas, enriqueciendo de una manera vasta el estudio. Un diagnóstico médico, por ejemplo, tiene fundamentos tanto cuantitativos, basado en pruebas y análisis de laboratorio, como también cualitativos, mediante datos recabados en entrevistas personales que el doctor pueda realizar a su paciente (Sampieri, 2014).

1.14.4 Enfoque aplicado

El enfoque de la presente investigación de comunicación es de tipo cualitativo, debido a la apertura y flexibilidad en los procesos de planteamiento, recolección, interacción y acercamiento a los actores; análisis e interpretación de los datos y de los resultados. La inmersión sensible en el campo fue fundamental para un desarrollo riguroso del trabajo, obteniendo perspectivas y puntos de vista directos de los involucrados.

Puesto que se caracterizó por evaluar los hechos en su estado natural y orgánico, no puede éste estudio ser de tipo experimental, por no manipular la realidad (Sampieri, 2014), solo, una introducción física y psicológica dentro del objeto de estudio, y, un estricto y planificado distanciamiento de acción (esto también debido a la crisis sanitaria por en Covid-19). No se pretendió el estudio de masas, sino el de equipos reducidos de trabajo.

1.15 Técnicas de recolección de datos

Son éstas una serie de determinadas acciones y procedimientos para el recabo de las informaciones pertinentes de lo que quiere conocerse. Se emplean para dar respuesta efectiva a la pregunta y a los objetivos de investigación. Se categorizan de acuerdo a los determinados enfoques y métodos existentes.

1.15.1 Observación

Consiste en la recopilación de datos sensibles de ser percibidos rápidamente, pero en detalle, para así develar sus características. Rigurosa en observar desde múltiples puntos de vista, el objeto, sujeto o fenómeno de estudio. Es una técnica científica mayormente empleada en métodos cualitativos. Es de los primeros pasos a ejecutar en la mayoría de procesos de estudio, pues develará, del propio ojo y percepción del investigador, en qué situación se halla lo que se estudiará. Una primera introducción a su situación.

1.15.1.1 Observación participativa

Consiste en un relacionamiento directo del investigador con los actores vinculados al objeto de estudio; interactúa abiertamente en sus procesos de trabajo y vive sus experiencias.

1.15.1.2 Observación no participativa

La no participativa, sugiere un distanciamiento prudente entre investigador y los actores o fenómenos de estudio, para así, observar su desenvolvimiento natural.

El presente estudio aplicó guías de observación no participativa, con el fin de inquirir en las características del medio, su cultura y sus meras formas de transmisión de información. Ello, tanto en sus producciones radiales, como en las publicaciones escritas en su página *web* y redes sociales: *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Corresponde esta acción, a un monitoreo del medio.

1.15.1.3 Lo observado en el noticiero

Se reveló que, tanto el equipo periodístico de planta como el equipo corresponsal regional, manejan técnicas periodísticas bien establecidas y coherentes. Que dominan un estilo intrínsecamente asimilado en su cultura institucional. Este estilo, ha sido desarrollado también mediante procesos constantes de formación y capacitación. Pero se detectaron así mismo, marcadas diferenciaciones en los productos informativos de cada periodista.

El equipo Maya K'at no maneja una guía concreta (impresa o digital) de los procedimientos básicos para su producción periodística; a la cual, se puedan abocar cuando lo requieran, que facilite su trabajo, tanto en producción radial, como escrita. Una guía de consulta.

La observación de contenido de su documento “manual de estilo”, determinó sus elementos componentes y conceptuales. Reveló, que casi en su totalidad el manual responde a su identidad y cultura organizacional, y no, a guías de estilo y procedimientos básicos.

Estas guías de procedimientos de trabajo, no fueron desarrolladas en el manual del Noticiero Maya K'at, redactado en 2014. Por diversas circunstancias, al nunca haber sido retomado para su consecución, el manual quedó finalmente incompleto e inacabado hasta hoy (Montenegro, 2021).

1.15.2 Documentación

Toda organización cuenta con materiales impresos, digitales, textuales, audiovisuales o iconográficos, que brindan la información pertinente y correspondiente respecto de sí misma. ‘Quiénes son’, ‘qué hacen’, ‘cómo lo hacen’, ‘para qué y para quién lo hacen’, etc. Son, los

documentos de gestión y organización de la entidad, desarrollada por ella misma. Corresponden algunos de estos documentos, a su cultura organizacional.

La organización de la FGER es vasta, e igual su documentación. Cada área de trabajo cuenta con gran cantidad de documentos que le son propios en su quehacer. Y para ésta investigación, gestada en el área de prensa, se facilitaron los siguientes documentos institucionales:

Como documentos textuales del medio:

a) El manual de estilo del Noticiero Intercultural FGER Maya K'at, de 20 páginas de contenido, redactado en el 2014 por el equipo del área de prensa, y el apoyo de una colaboradora extranjera. No ha sido actualizado hasta hoy. Documento inacabado, incompleto, desproporcionado. El aspecto de los lineamientos de estilo no se desarrolló. Nunca se llegó a oficiarse formalmente.

b) Una guía de la “Producción Informativa” de la ALER, escrita por sus directivos. No se cuenta con el dato de su fecha de gesta. La componen 30 diapositivas y, podría identificarse como un manual de estilo y guía para la producción.

c) El “Tratamiento informativo de ALER. Tomado del documento “Lineamientos de Política Editorial Formación-Sistema-2009”, se trata también de un documento propio de la ALER, de 18 diapositivas de contenido, donde la asociación plasma sus lineamientos políticos de producción. Como él lo indica, “el tratamiento de la información está estrechamente ligado a la propuesta comunicativa y política de ALER, a su agenda informativa y a sus enfoques”.

Como documentos audiovisuales de la institución, se facilitó:

a) El video institucional “Lanzamiento de aplicaciones” que dura cuatro minutos y diez segundos, donde se presentan las aplicaciones radiales para sistemas *Android*, que están a disposición desde el dos de agosto de 2016. Se trata de una *app* de reproducción instantánea de la emisora radial determinada. Las ocho emisoras afiliadas a la FGER y la 1420AM lanzaron su propia *app*. Cada cual con su nombre.

b) El video institucional “Comunicación y educación popular por el Buen Vivir FGER” el cual registra la historia de la FGER, sus aspiraciones sociales, posicionamiento político, servicios, características ideológicas, y compromiso. Su fecha de gesta es agosto del 2016. Dura seis minutos y 13 segundos.

c) El video institucional “La radio en la calle”. Constituye una declaración del Noticiero Maya K’at respecto de su quehacer periodístico. Su fecha de gesta es del 2016. Tiene una duración de cinco minutos y 54 segundos.

1.15.2.1 Citaciones relevantes

“Somos un espacio informativo intercultural, con una agenda periodística construida a partir de los valores institucionales de nuestra casa FGER, principios éticos y políticos que promueven la cultural del buen vivir” (K’at, 2014, p.2).

Es una propuesta ética y política que parte de la premisa de que no existe una cultura, sino que existen muchas culturas y que ninguna es superior o inferior; por ello defiende el derecho a la diferencia y el respeto por la diversidad. (K’at, 2014, p.7)

“Se plantean realizar acciones articuladas y sistematizadas para reducir la brecha de inequidad, y disminuir la discriminación, promoviendo y exigiendo el cumplimiento de los derechos humanos, especialmente para la población más vulnerable, ubicada en el interior del país” (FGER, 2016).

ALER pretende brindar herramientas a los y las ciudadanas latinoamericanas para que puedan participar plena y activamente en la vida social, económica y política de su región, de su país y del continente, y logrará este objetivo con un tratamiento informativo cualitativamente distinto al de los medios comerciales. (ALER, 2009, p.4)

“No asume una posición militante por líderes ni partidos políticos, sino que apuesta y apoya la construcción de proyectos políticos programáticos y estratégicos” (ALER, 2009, p.9). “ALER no es neutral ni imparcial, sino que apuesta claramente por la vida digna, por los derechos humanos, por la justicia, por el cuidado del medioambiente, por el respeto y por la democracia” (ALER, 2009, p.18).

El buen vivir es una alternativa que surge en el seno de los movimientos indígenas de Latinoamérica, frente al modelo de desarrollo actual, que tiene como valor fundamental al capital, generando diversas crisis (...) Uno de sus objetivos es construir un Estado basado en principios éticos y políticos que permitan sociedades plurilingües, plurinacionales e interculturales. (K’at, 2014, p.9)

“Es importante que los especialistas participen en nuestros programas, sí. Pero se nos olvida que quienes padecen las problemáticas son quienes debe tener el poder de hablar frente a los micrófonos de la radio.” (Maya K’at, 2016).

Hay que dar a conocer a toda la población los temas de discusión en las asambleas de los movimientos de las organizaciones sociales. Dar a conocer que hay propuestas para la construcción de un mejor país, y que no atentan contra el buen vivir de las comunidades. Eso solo es posible, permitiendo que la audiencia hable en su idioma. (Maya K’at, 2016)

1.15.3 Entrevista de profundidad

Esta técnica devela las concepciones, ideas o percepciones complejas de una persona. Funge eficientemente bien para métodos cualitativos, por la naturaleza de los datos que se obtienen, por cómo se obtienen, y de su manera de ser analizados y cotejados. Es una manera útil de extraer gran cantidad de informaciones referentes del objeto de estudio.

Las entrevistas de profundidad ejecutadas en esta investigación diagnóstica, se enfocaron en conocer primeramente, aspectos organizacionales, administrativos, institucionales e históricos de la FGER y de Maya K’at. Conocer de mano de sus colaboradores los distintos procesos organizativos de la federación y su historia. Conocer igualmente, los problemas que posea.

Para esta investigación, se entrevistó en profundidad a:

a) Juan Pablo Montenegro, actual coordinador del equipo de prensa y, actual conductor del Noticiero Maya K’at. Trabajador de la FGER y del noticiero desde el año 2003. Periodista formado en la federación. El objetivo de las entrevistas fue conocer sobre historia, alianzas, procesos y organización interna de la federación y del noticiero.

b) Edinio Quex, actual coordinador del área de producción de la FGER, desde hace tres años. El objetivo de su entrevista fue conocer sobre la producción estratégica que la federación ejecuta, en beneficio de su socio, aliado, o cliente; de la sociedad y, del suyo propio.

1.15.3.1 Citaciones relevantes

De las principales debilidades que observó Juan Pablo Montenegro (2021) durante sus entrevistas, una que resaltó fue el de los procedimientos de producción. “No están sintetizados los contenidos. Los corresponsales envían reportes muy largos”. Ello evidenció una problemática de procedimientos y estilo, en el trabajo del medio. Esto se debe también a que “ha habido una formación constante, escalonada, por fases o por etapas” pero no un manual o guía accesible.

El manual, “nunca se aprobó al 100% para sacarlo”, y dado que no fue impreso oficialmente “lo conocen, así puntualmente, Walter (director ejecutivo), y yo, que ya no mucho me acuerdo”. El manual existente por tanto, es irrelevante para la actualidad del noticiero. “El manual no está bien marcado a dónde quiere llegar, y ese es el trabajo que nos resta hacer, pero que por tiempo no hemos podido”. Para asimilar y manejar un estilo común Maya K’at, “charlas es lo único que los periodistas tienen como manual de estilo” y no, un documento portable.

Juan Pablo también señaló los aspectos incoherentes, con las idiosincrasias y prácticas actuales del medio, señalando que “el medio no es imparcial. Tiene una postura clara y definida, hacia, con, y para el pueblo. El manual del estilo de Maya K’at, presenta ‘aspectos periodísticos de imparcialidad’, que ya no corresponden. Son de los aspectos que hay que delimitarle”. En base a esta entrevista, realizada el 30 de marzo del presente año, se detectó esta necesidad latente de este documento.

En las cuestiones técnicas procuramos siempre dar especificaciones básicas desde acá del área de producción central a cada radio, para que nos mantengamos lo más acercado a un rango de procesamiento de voces y de grabación de calidad, y que al momento de formular la campaña no varíes esos aspectos. Se han dado talleres donde se trata de homogeneizar todo ese proceso que se realiza, para que vengan producciones limpias y con un volumen modulado. (Quex, 2021)

1.15.4 Grupo focal

Técnica, empleada sobre todo en el ámbito publicitario, cuyo objetivo es debelar la opinión de un grupo controlado de participantes, respecto de un objeto de estudio determinado. Los resultados que arroja esta técnica son de tipo cualitativos, y aportan valiosos datos perspectivas y calificativos. Discusión o debate guiado por un regulador. Observación de tipo participante.

Para este estudio se realizó un grupo focal con nueve periodistas corresponsales Maya K'at, que se hicieron presentes en el emplazamiento de Casa Q'anil, propiedad de la federación, en la ciudad capital, a mediados del mes de abril del presente año, para participar de un taller de formación y capacitación periodística. Nueve periodistas, entre corresponsales y metropolitanos participaron de este grupo focal, considerándosele por ello, como un estudio de casos.

El motivo del grupo focal, fue el de conocer en calidad de conversación casual, las percepciones de los periodistas en relación a su propio trabajo y sus procesos de producción informativa. El tema fue: el estilo de su medio, y el manual de estilo. Inició 15 minutos antes de las 6pm del jueves 15 de abril, y tuvo una duración de 56 minutos, con intervenciones de alrededor de dos a tres minutos por participante, y con un promedio de tres participaciones por pregunta.

Se reveló, que los corresponsales del noticiero no conocen lo establecido en este documento, pero que ello no les impide desarrollar un periodismo de calidad. Sin embargo también manifestaron su interés común por lo que puede representar un manual de estilo correctamente planteado. Sus percepciones respecto de la importancia y relevancia que tiene el documento y cómo debería ser presentado como producto institucional, fueron las cuestiones principales abordadas.

1.15.4.1 Citaciones relevantes

“Es importante establecer en qué está basado el noticiero, a qué corresponde. Es importante establecer esos parámetros” (Chan, 2021). “Tener un manual nos ayudaría en tener una base, tal como para construir una casa y hacerla fuerte, y es lo mismo para nosotros como comunicadores sociales, tener esa guía es de suma importancia” (González, 2021).

“Son parte de los contenidos de una guía documental que necesitaríamos para mejorar el desempeño periodístico”. “Yo creo que si nosotros tenemos esa guía al momento de estar redactando, al término de unos 15 minutos ya tendríamos la nota bien hecha; pienso que sí ayudaría bastante” (Ramos, 2021). “Un documento didáctico y práctico podría ayudar a todos los compañeros que trabajan para el noticiero”. “Una guía nos sirve para ver cómo podemos hacer nuestro trabajo. Si no manejamos una guía, obviamente no podemos realizar bien el trabajo, podemos ocultar algo, o agregar de más” (Benito, 2021).

“Considero que sí sería bueno poder hacer una guía o ya sea un manual que defina los puntos importantes para poder estar en sintonía, también con los nuevos compañeros, quienes puedan asistir a los talleres y puedan recibir los conocimientos. Que sea un documento que sea parte de Maya K’at” (Francisco, 2021). “Es necesario porque así manejamos todos el mismo lenguaje, el mismo objetivo que persigue el noticiero” (Vázquez, 2021).

1.15.5 Encuesta de opinión

La técnica de la encuesta de investigación es un procedimiento lineal, en el cual el investigador utiliza el cuestionario como herramienta cuidadosamente diseñada. Tiene la característica de no influir, ni en el entorno ni en el objeto de estudio. Es de carácter descriptiva y explicativa.

El presente caso, es una encuesta de opinión estratégica semi-abierta que se pasó a una muestra representativa de cinco personas, cuya labor en la federación está en estrecho vínculo con el área de prensa; un estudio de casos. Un total de tres mujeres y dos hombres quienes son:

La joven R. Cocón, encargada de estrategias, que labora en dicho puesto desde hace ocho meses, y quien es ex coordinadora de la Radio FGER (aún mantiene un estrecho vínculo); el joven J. Choc, coordinador de la Radio FGER 1420AM y del área de radio, quien labora en dicho puesto desde hace siete meses, y en la federación desde hace dos años; J. Montenegro, coordinador del área de prensa, quien labora en dicho puesto desde hace 15 años, y en la federación desde hace 18 años; M. Guarchaj, periodista de planta, y quien labora para Maya K’at desde hace dos años; y N. Solís, periodista de planta y quien labora para Maya K’at desde hace tres años.

Encuesta cualitativa cuyo fin fue el de conocer la opinión y las posturas de los participantes, con respecto del manual de estilo Maya K’at. Los resultados arrojados fueron que, únicamente los miembros del área de prensa tenían conocimiento de este importante documento, al igual que el hecho de que los medios de comunicación lo emplean para su labor.

El equipo del área de prensa manifestó que, en medidas considerables el manual original es coherente con las prácticas actuales del medio, mientras que los participantes ajenos a esta área, dijeron no conocerlo. Las temáticas, enfoques, y líneas de comunicación establecidas podrían resultar afectados por el desempleo del manual de estilo Maya K’at, según opinión general.

En la totalidad de los casos, se coincidió que éste es un documento importante para el medio, pero que su des-actualización puede generar el abordaje erróneo de las informaciones, no respetar las líneas editoriales del medio y de la FGER; que los resultados de audiencia no sean los esperados o proyectados; que afecte a la formación de lo novicios Maya K'at, y que el documento no alcance la vanguardia de los demás medios masivos.

Por tal motivo, se consideró en totalidad que una renovación del manual de estilo Maya K'at sería beneficiosa para la labor del medio, y que ello mejoraría la calidad de sus producciones informativas y comunicacionales. Incluso, se consideró conjuntamente que una renovación y reincorporación de este documento mejoraría la relación comunicacional interna del equipo periodístico completo.

De los aspectos que se discurrieron necesarios para una renovación del documento, que responda a las demandas de la organización, detalles como el estilo de la locución, la estructura de la producción, la redacción, las fuentes, responsabilidades definidas, las temáticas, los principios y las tendencias de abordaje, fueron los principales referidos.

Todos los participantes coincidieron en que un documento renovado y coherente, resultaría útil no solo al área de prensa, sino a las demás áreas de la FGER, y a demás programaciones comunicacionales e informativas, como el programa “Jun Na'oj”. Esto, puesto que la mayoría de áreas trabajan campañas de comunicación y producción comunicacional.

1.16 Interpretación de los resultados

1.16.1 De la observación

1.16.1.1 Del manual de estilo del noticiero / análisis de contenido

La observación rigurosa de este documento, reveló que la mayoría de sus enunciados coinciden con las prácticas actuales del medio. Más, no debe olvidarse que este manual es el único que ha sido producido por el noticiero, que fue redactado en el 2014, y que nunca fue concluido. Contiene inconsistencias a la actualidad. Es un documento, incompleto, pero al fin el único.

Desarrolla algunos elementos organizacionales culturales y, de identidad; es decir, lo que la organización es en sí misma. Fernández (como se parafraseó en Chacón, 2021) coincide con que las creencias, valores y principios son los elementos constitutivos de la cultura. Estos elementos están bien planteados, pero por el otro lado, el estilo concreto del medio, y los procedimientos para aplicarlo, no se desarrollaron igual.

Apartados, como el de ‘a quién va dirigido’ refieren directamente a sectores privados de la sociedad, en total contradicción con su postura política actual, eminentemente social. No puede pretenderse, además, que un medio-empresa emplee para sí, un manual de estilo que trabaje, enaltezca y promueva dichas posturas populares. Otro aspecto inconsistente con las actuales prácticas y definiciones del medio es la ‘imparcialidad’, referida en varios de sus apartados, inclusive, en su página introductoria.

Como lo mencionó Juan Pablo Montenegro (2021), aspectos como ‘imparcialidad y equilibrio’, ya no caben en las coberturas y producciones actuales del noticiero, pues éste, manifiestamente está de un lado, y no adopta posturas neutrales. La federación, no reconoce la neutralidad.

Este manual, debe ser renovado y actualizado, de forma (física y gráfica) y de fondo (restablecer sus parámetros). Deben alivianarse los contenidos, reinventar su aspecto, y readecuar las informaciones a las prácticas actuales; actualizar sus contenidos y equilibrarlos; incluir nuevos e imprescindibles conocimientos y guías de producción y estilo.

1.16.1.2 Del noticiero transmitido en la Radio FGER / monitoreo del medio

Estrictamente, el noticiero Maya K’at inicia transmisión en punto de las 11 de la mañana, cada día entre semana, y finaliza en punto de las 12 del medio día. Pero para mantener el respeto de los tiempos, se han interrumpido entrevistas, declaraciones, o minutos del segmento vecino, con tal de no cortar el tiempo al siguiente segmento. Tiempo mismo del noticiero se ha visto comprometido cuando se han pasado tres o más minutos de las 12pm.

La Radio FGER respeta los tiempos estipulados de sus variadas secciones, pero con cierto descontrol en sus exactitud, y ocurre lo mismo con el noticiero Maya K’at. Frecuentemente el control de tiempo en las secciones del noticiero es correctamente gestionado, pero sucede

ocasionalmente también que debe detenerse una nota o declaración, y ser interrumpidas con brusquedad en plena transmisión al aire, puesto que el tiempo estipulado ha caducado.

El noticiero tiene una estructura establecida, que no es rígida en su aplicación. Dependiendo del día o conmemoración, la estructura del noticiero varía. Varía también con los acontecimientos diarios; si se requiere de una entrevista para reforzar la información respecto de un evento relevante, el noticiero destina parte de su hora para una entrevista especializada referente al tema.

La estructura puede, y de hecho es, modificada al menos mínimamente, por cada transmisión; es una manera abierta y horizontal de ordenar los contenidos dentro de la parrilla informativa del noticiero. Ésta tendencia puede desglosarse de la siguiente manera:

Al punto de las 11, ingresa el primer *spot* institucional, el cual es la presentación de las principales radios socias; debe subrayarse que no todas estas radios cuentan con periodistas corresponsales colaborando para en el noticiero. Duración promedio de dos minutos.

El siguiente elemento que ingresa es el *spot* introductorio del noticiero, el cual es pregrabado, e inicia en idioma Maya. Sigue la presentación al aire del conductor, duración aproximada dos minutos. Regularmente no presentan titulares, sin embargo ocasionalmente puede darse el caso, dependiendo de la jornada.

Invariablemente, prosigue una reflexión en base a la energía (Nahual Maya) respectivo del día; este apartado no es noticioso, y dura alrededor de cuatro a cinco minutos. Continúan *spots* institucionales, y finalmente, se ingresa al espacio meramente noticioso. Lo habitual, es que inicie con el segmento de noticias nacionales, enlazándose con periodista en el interior del país, y del área metropolitana. Los cortes, de tipo propaganda social popular, suelen darse sin horas estipuladas, y tienen duración promedio de dos a cuatro minutos.

En un día no conmemorativo, la parrilla noticiosa puede girar en torno a noticias nacionales y entrevistas noticiosas. Se introducen entrevistas de profundidad, un promedio de dos a tres veces semanalmente, que abarcan de 20 a 30 minutos de la hora. El orden de la parrilla puede variar ocasionadamente por motivos estratégicos.

Se evidenció la falta de organización en cuanto a los tiempos, desde el primer día en un foro conmemorativo al aire; también en conversatorios, donde los moderadores no controlan del todo el tiempo para que declare un invitado. Dichos errores son mínimos, pero significativos.

Semanalmente, se brinda espacio en la parrilla a bloques informativos internacionales, y bloques informativos aliados de la FGER (como CONADI Noticias y el Informativo de la ALER), en alianza estratégica. Estos bloques varían sus espacios en de la parrilla. Ocasionalmente también cubren segmentos alternativos, como deportes, pero no suele ser frecuente en la labor del medio.

1.16.1.3 Del modo de transmisión radial por los periodistas / monitoreo

La producción periodística radial de Maya K'at varía en sus tiempos y en los elementos que la componen; ello, también depende de cada periodista. En promedio, las notas (género periodístico mayormente utilizado) duran entre uno y tres minutos, y en su mayoría, respetan los elementos básicos de una nota informativa básica, empleando las cinco preguntas básicas, o en inglés, las cinco *W*, de una nota correctamente ejecutada.

Introducen, ocasionalmente, la noticia con un *lead*, que responde habitualmente al qué, al quién y al dónde, brindando en el cuerpo el resto de datos. Sin embargo, cada periodista tiende a emplear y ordenar de manera distinta los elementos de la nota, y a veces, omiten algunas de estas *W*, básicas para una nota. Esta diferencia de estructura, y de dicción, es notable.

Cada voz y modo de hablar, matiza de distintos tonos la transmisión, resultando algunos de ellos, más entendibles que otros, en cuanto a palabras, ideas o como meros constructos informativos. Cada corresponsal tiene igualmente tendencias diferenciadas de transmitir una información, agregando datos históricos, conceptuales, periféricos o superficiales de un hecho.

Cada cual maneja los elementos periodísticos de acuerdo a sus conocimientos técnicos, su experiencia particular, su formación, las herramientas con las que cuente, las facilidades que se le brinde y, sus propias concepciones de sí mismo, concebido como un periodista en acción, en un determinado lugar, ante un determinado hecho, y para un determinado medio.

Algunos de los periodistas tienden a expresiones imparciales; otros emplean calificativos, narrativas en primera persona o impresiones personales respecto del hecho. Algunos imprimen

drama a su voz mientras otros tienen una voz más bien pasiva; algunas narraciones son ajenas al hecho, mientras otras se vuelven parte de él. La producción informativa del equipo, es en general de alta calidad; mantienen un nivel periodístico profesional gracias a su propio conocimiento previo, a la constante formación, la capacitación, y a su propia experiencia profesional.

1.16.1.4 De la forma de transmisión escrita por los periodistas / monitoreo

Se detectó, desde el inicio de este estudio, algunas publicaciones noticiosas colgadas en la página *web*, acreditadas a periodistas corresponsales, sin embargo, en mucha menor cantidad en comparación con las publicaciones de la planta central del noticiero o, área de prensa y redacción. Esto debe recalcar, puesto que en la semana de monitoreo del medio, no se observó ninguna publicación redactada directamente por corresponsales Maya K'at, pero en efecto, las hay.

Pero es normal que no se realicen frecuentemente publicaciones en la página *web* por parte de los corresponsales. Para que una información proveída por un corresponsal sea publicada en la *web*, debe pasar primero por el área de prensa; una vez allí, la información se redacta para sus plataformas digitales (página *Web* y redes sociales), dando el crédito correspondiente al reportero(a) del hecho como, al área de prensa, redacción y edición.

Sus redes sociales (*Facebook, Twitter, YouTube e Instagram*) igualmente es el equipo de planta del noticiero quien las nutre de los contenidos que les facilita el equipo corresponsal y metropolitano con su trabajo local. Regularmente, las publicaciones noticiosas colgadas en redes sociales son resúmenes cortos del contenido profundo publicado en la página *web*, y cuentan con enlaces re-direccionales hacia dicha publicación amplia.

Los corresponsales reportan y producen, prioritariamente, en y para formato radiofónico, y los periodistas de planta trabajan tanto por la producción radiofónica, como por la escrita. De acuerdo a la propia naturaleza del medio, en lo cardinal está la producción radiofónica, y en lo consecutivo la producción para escritos. Este análisis de resultados de acuerdo a observación no participante será, un análisis de la producción informativa escrita, por parte de los periodistas de planta del noticiero, de su estilo y estructura.

Durante la semana de monitoreo y observación, se evidenció un promedio de tres publicaciones noticiosas diarias en la página *web*. Un total de 12 publicaciones se realizaron durante la semana, dos de las cuales fueron propaganda de programaciones venideras.

Las 10 publicaciones restantes de la página *web*, sí responden a productos periodísticos formales, y se redactaron por el equipo de planta. Siete de ella son de acontecimientos suscitados en la metrópoli, mientras que tres, son del interior del país. Como fuentes para las notas del interior (si no es mediante un corresponsal Maya K'at) se emplean fuentes oficiales, y de socios estratégicos de la institución.

En cuanto a la dicción de las publicaciones en la página *web*, sus características suelen presentar similitudes básicas, puesto que los periodistas de planta son únicamente tres: dos periodistas metropolitanas, y un periodista del área de redacción. Este es el equipo que mayormente realiza las publicaciones informativas en la *web* de la FGER, en el espacio de Maya K'at.

En cuanto a su redacción, se tiende a cometer variados errores ortográficos, tanto en titulares como cuerpos. Omisión de tildes, empleo incorrecto signos de puntuación y entrecorillados, y signos de interrogación faltantes al iniciar una interrogante, fueron los errores ortográficos detectados en el cotejo de observación. No demasiado frecuentes, pero presentes.

La dicción presenta también algunos errores comunes de sintaxis. Temporalidad de enunciados, palabras con letras omitidas o letras de más, palabras conectoras faltantes, palabras y términos fuera de orden o de lugar, redundancias, palabras repetidas, uso indefinido de cursivas, indefinición sobre el uso de siglas, cómo plasmarlas o identificarlas, recurrencia excesiva a ciertas frases como “cabe destacar”. Fueron éstos los errores de dicción hallados mediante el monitoreo y observación del medio.

El uso de calificativos no se considerará un error como tal, puesto que el medio es eminentemente parcial; sin embargo, estas calificaciones pueden resultar imperiosas a un lector no acostumbrado a dicho trato de la información o, de opuesta ideología. Los errores enunciados, son frecuentes, pero no por ello imperan sobre la efectiva comprensión del mensaje en sí mismo.

El escrito resulta entendible, pero cierto es que ocasionalmente pierde sentido y retención por dichos fallos gramaticales, y la comprensión absoluta del mensaje puede verse comprometida.

Pero mayormente las publicaciones se redacta de forma correcta, con buena puntuación, buen manejo de citas y de entrecomillados, correcta ortografía, correcto tildado, correcta modo de interrogar, buen parafraseo y citado, buen manejo de entrevistas y de declaraciones.

En cuanto a su estructura como producto periodístico, la nota que se publica en la página *web*, al igual que el producto radiofónico, tiende a emplear el uso de las cinco preguntas básicas; tanto titulares como contenido, responden a estas preguntas con certeza. Utilizaron durante la semana de monitoreo, como complemento y refuerzo a las informaciones: audios, un video, y fotografías.

En el caso de los titulares, los periodistas tienden a desarrollar el qué, y el quién con preferencia. El resto de las preguntas básicas se desarrollan en los primeros párrafos del contenido de la nota; sin embargo no es rígida tampoco esta estructura, y varía constantemente de orden.

El equipo Maya K'at aplica el método básico de construcción de la nota informativa, colocando el meollo del asunto en la recepción de la nota, y desarrollando progresivamente las informaciones de respaldo. Producen igualmente los cierres de nota de manera abierta, creativa y conveniente a las circunstancias. Dependen éstos, del criterio de cada periodista particular.

El caso de las publicaciones en redes sociales es distinto, por su naturaleza. El noticiero se vale de las cuatro redes sociales principales de la FGER, las cuales son *YouTube*, *Instagram*, *Facebook* y *Twitter*, para la transmisión de sus contenidos. Para el presente estudio, se limitó a observarse únicamente las plataformas multimedia, siendo estas *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*.

Cada red social ofrece sus propias características y cualidades. Su uso durante la semana de monitoreo, fue el de presentar las informaciones brevemente, y enlazar directamente a los contenidos informativos oficiales y desarrollados, ubicados en la página *web*. De las tres plataformas, *Instagram* fue la menos utilizada para contenidos informativos, seguido de *Twitter* y *Facebook* con publicaciones más sólidas.

En su plataforma de *Instagram*, únicamente el primero de los días de monitoreo se publicó contenido informativo de la región metropolitana, y por su naturaleza multimedia, publicó dos videos en vivo, incluyendo en la descripción información escrita referente al hecho. Estos escritos presentan igualmente ciertos errores gramaticales y de puntuación, pero que no afectan la comprensión. Responde esta información al quién, al dónde, al qué y al por qué, y por la fecha de publicación, al cuándo.

En *Twitter*, dos publicaciones informativas se realizaron (una de ellas publicada también en *Facebook*), que no son respaldo de publicaciones de la página *web*. Sus demás contenidos informativas, si fueron extensiones y enlaces a las notas amplias. En algunas se agregaron descripción, e igualmente, presenta los mismos fallos sintácticos, pero en una mínima medida. Por lo general presentaron buena redacción y síntesis. Se observó que estas publicaciones, brindan un promedio de cuatro de las preguntas básicas de una nota informativa.

La plataforma de *Facebook* es la que más se carga de contenidos. El equipo de prensa publica con igual frecuencia en esta plataforma como en las demás, y de igual manera, sus publicaciones representan extractos de las notas oficiales, publicadas en la *web*. Sin embargo, presenta mayor cantidad de informaciones aisladas, que las otras redes sociales.

En promedio, dos publicaciones informativas se realizan en *Facebook*, mientras que el resto son enlaces y referencias de las publicaciones noticiosas oficiales de la página *web*. A pesar de publicar con mayor frecuencia notas informativas por esta plataforma, no pueden ser consideradas notas periodísticas completas, dado que en promedio emplean de cuatro a tres de las cinco preguntas básicas, y su formato responde más bien al de una nota exprés.

Estas informaciones en ocasiones se basan, o son puntualmente citas textuales de declaraciones, respecto del acontecimiento; por supuesto, se refuerzan con elementos audio-visuales. También aquí se evidencian fallos gramaticales y de puntuación, pero de entendible dicción. Estas publicaciones, no presentan tampoco, como en las otras redes sociales, como tal un titular. Es un resumen conciso del acontecimiento.

1.16.1.5 De los géneros periodísticos empleados / monitoreo

Tabla 1

Géneros periodísticos utilizados por Maya K'at

Nota informativa	Entrevista noticiosa	Entrevista de profundidad	Reportaje	Opinión
<p>Se usa tanto para producción radiofónica como escrita, y su manejo es dominado de forma aceptable por el equipo completo Maya K'at.</p> <p>Es empleada de base para la producción informativa del noticiero. Uso diario.</p>	<p>Género sumamente empleado por el equipo, dada su bondad de obtención de datos relevantes y de primera mano ya sea, de los actores principales, secundarios o de alguna manera involucrados con el hecho en cuestión. Uso diario.</p>	<p>Tiene el objetivo de indagar a fondo en algún tópico determinado, referente a algún suceso o contexto específico, abordando a algún actor directo relacionado con el hecho u objeto de estudio. Uso periódico.</p>	<p>El reportaje es empleado en mayor medida para la producción escrita del noticiero, principalmente reflejado en su página <i>web</i>.</p> <p>Para radio, el género es menos empleado para jornadas noticiosas ordinarias, y más usado para casos especiales. Uso periódico.</p>	<p>Este género también se hace presente, sin embargo, no se trató de la opinión editorial de la institución. Pero eso, no quiere decir que no sea un punto de vista que comparte, enfatiza, coincide y promueve la federación. Es acorde a sus filosofías, prácticas, valores y principios. Poco uso.</p>
<p>La aplican tanto los periodistas corresponsales (con mayor medida), como los periodistas de planta.</p>	<p>La aplican los periodistas de planta y metropolitanos (con mayor medida), y también los periodistas corresponsales regionales.</p>	<p>Se aplica con preferencia para las producciones radiofónicas de planta, y están generalmente a cargo del equipo del área de prensa y redacción.</p>	<p>Mayormente lo desarrollan los periodistas de planta y redacción.</p>	<p>Los encargados de la sección editorial son los miembros de la junta directiva de la FGER.</p>

Fuente: elaboración propia

1.16.2 Del grupo focal

Los nueve periodistas Maya K'at (MK) participantes fueron: la joven A. Benito, de Escuintla, Maya K'at (MK) por cuatro años; el señor L. Chan, de Retalhuleu, MK por cuatro años; el joven I. Ramos, de Chiquimula, MK por cuatro años; la joven M. Guarchaj, de la capital, MK por dos años; la joven N. Solís, de la capital, MK por tres años; el señor L. Francisco, de Huehuetenango, MK por cuatro años; la joven E. García, de Chiquimula, MK por tres años; el señor M. González, de Jalapa, MK por cuatro años; y el señor B. Vázquez, de Sololá, MK por siete años. Un total de cuatro mujeres y cinco hombres.

El grupo focal dio inicio con una socialización referente a las palabras de la licenciada mexicana en comunicación Angélica Navarro (2014):

De la necesidad de distinguirse de entre el resto de los medios de comunicación surge la creación de los manuales y libros de estilo, ya que en ellos se compilarán las decisiones que la editorial adopta para la “forma” de cómo se presenta la información. (p.63)

El estilo es la forma, y no el contenido, de cualquier arte. No la técnica, sino la forma que cada creador decide dar a su obra. Si lo adaptamos a los medios de comunicación, el estilo es la forma como se da la información; no lo que se dice, sino el cómo se dice y el cómo se presenta (Navarro, 2014).

Con estas palabras, se introdujo el tema en cuestión del grupo focal: el estilo del medio informativo, y el respectivo documento que lo norma y rige.

Los participantes opinaron, en que es viable y necesario el guiar su labor periodística de acuerdo a un estilo definido y concreto, puesto que el estilo propio de su medio, es la propia huella de éste, su forma concebida de transmitir sus contenidos, y que le diferenciará de los demás medios.

También que los parámetros y lineamientos de un manual de estilo, que determinan la forma particular de presentar los productos, están también regidos por la identidad, la idiosincrasia, por la estructuración de sus programaciones, y por los géneros periodísticos que emplee. Lo fundamental es que el mensaje impacte, que se quede en el oyente, que lo recuerde, lo identifique y lo asimile.

Es trabajo del periodista contener la atención de la audiencia con su manera de ser y de expresarse; y si el medio consigue desarrollar un estilo propio y bien establecido, podrá afianzar fielmente una audiencia.

1) ¿Usted tenía conocimiento del manual de estilo del noticiero Maya K'at?

A esta pregunta, se obtuvo seis respuestas concretas. Opinaron: B. Vázquez, M. González, L. Chan, M. Guarchaj, I. Ramos y L. Francisco.

De los nueve participantes, solo una manifestó saber de la existencia del manual, y consideró que no es tan concreto en sus bases para trabajar comunicación popular y comunitaria, y que ello debiera reforzarse con prontitud. El resto, respondió negativamente.

Se manifestó que la FGER les ha capacitado abiertamente, brindándoles ahí los parámetros básicos del medio y, documentaciones de apoyo; así, los periodistas han podido asimilar, con alto grado de calidad un estilo del medio. El estilo, ha sido dictaminado por los parámetros intrínsecos del medio y cómo lo ha manejado con el tiempo.

La formación ha sido un proceso indispensable y fundamental en el desarrollo profesional del noticiero, y ha sido complementado en cada sesión con el aporte experimental de periodistas que, contando con trayectoria mediática, brindan sus testimonios, conocimientos e impresiones.

Así, han asimilado y aprendido a hacer las cosas correctas, siempre apegados a las políticas e ideologías de la FGER, teniendo como meta el transmitir contenidos que generen reacciones en la sociedad; que esas reacciones generen acciones de cambio y que esos cambios sean encaminados a constituir un buen vivir para las poblaciones.

2) ¿Ha tenido usted alguna dificultad alguna vez en su quehacer periodístico cuando no se ha guiado por un manual de estilo?

Se reconoce cierta deficiencia en cuanto al estilo, sin el uso de una guía concreta, y se sugiere establecer, mediante éste documento, las características concretas del noticiero; en qué está basado y a qué y a quiénes responde y corresponde.

A pesar de ello, también se enaltece la propia técnica y experiencia adquirida por el periodista, de la mano de la FGER y del noticiero y, de sus experiencias previas. Se admite que debe guardarse mucho cuidado en la labor comunicacional, dada la mencionada circunstancia.

A esta pregunta, se obtuvo dos respuestas concretas, que fueron de M. González y de L. Chan. Al no responder el resto de participantes, dieron a entender que no se han topado con dificultades en su labor periodística por no contar con este documento guía.

3) ¿Cree usted que tener una guía de estilo le facilitaría su trabajo periodístico? ¿Cómo?

Tener un manual bien establecido sería tener una base común para trabajar. Pero así como podría ayudar a los corresponsales, puede limitarlos en su quehacer, que en muchos de los casos, sus conocimientos y técnicas vienen de la propia experiencia previamente formada. El manual no debe ser un impedimento, ni técnico ni cognitivo para los corresponsales. Debe ser comprensible y amigable en todos sus aspectos.

Debe guiar, tanto a quienes tienen amplio tiempo de experiencia, como también a los novicios, pues dado que la dinámica del noticiero Maya K'at es inclusiva y participativa, constantemente se suman nuevos colaboradores a sus filas.

Tener a la mano una guía dinámica, práctica y didáctica significaría un apoyo incondicional a los corresponsales. Estos contenidos deben ser asimilables y enteramente compartidos, para alcanzar niveles de excelencia laboral.

A esta pregunta, se obtuvo siete respuestas concretas y afirmativas. Aunque, durante el debate el segundo participante mencionó que, así como regirse por una guía puede ayudarle, también puede perjudicarlo, al final del debate todos los participantes concordaron que sí sería una facilidad.

Opinaron: M. González, L. Chan, B. Vázquez, I. Ramos, A. Benito, L. Francisco y M. Guarchaj.

4) ¿Cree usted que es importante para el medio de comunicación, brindar a sus periodistas un manual de estilo?

Para los corresponsales participantes, es efectivamente necesario el hecho de que, el medio para el que laboran les brinde este documento institucional, y así manejar un mismo código de

lenguaje, mismas informaciones institucionales y organizacionales, y adecuarse al unísono a los objetivos que persigue el noticiero.

Cinco respuestas concretas se dieron para esta pregunta, y quienes no contestaron verbalmente, lo hicieron gestualmente. Todos, coincidieron que sí es importante. Opinaron expresamente: L. Chan, L. Francisco, I. Ramos, E. García y N. Solís.

5) ¿Cree que es importante para usted mismo como periodista, el uso de un manual de estilo?

La totalidad de los participantes coincidió afirmativamente a esta interrogante. Es necesario, porque la formación periodística se refuerza con materiales de apoyo, concretos y coherentes; además para el correcto desempeño de sus labores periodísticas y comunicacionales conjuntas. Que el trabajo, se realice bajo un mismo sistema organizacional.

Todos los participantes, con gesto de asentimiento, respondieron afirmativamente a esta pregunta.

6) ¿Qué elementos considera que debería contener el manual de estilo del Noticiero Maya K'at, que le serían de más utilidad a usted?

La misión y la visión fue la primera de las sugerencias. El actual manual cuenta con dichos enunciados, pero debe recordarse que éstas eran la misión y la visión en el 2014; estos enunciados por tanto deben ser actualizados. Experiencias nuevas, a las que el manual de estilo pueda exhortar son indispensables también, puesto que las tendencias y los métodos cambian.

Tan necesario es, como establecer con detalle los 'procedimientos de acción' de un periodista en una determinada situación; la manera correcta de ejecutar la obertura, el proceder correcto en un determinado escenario para no obstaculizar el trabajo ajeno, etc. Expresó uno de los participantes que es indispensable para una guía de esa categoría, contener indicadores claros de hasta dónde los periodistas tienen derechos, y, de hasta dónde tienen limitaciones.

Se aludió también a los elementos básicos de los distintos géneros periodísticos, principalmente de la nota periodística, y que el manual debe tener sin falta, elementos indicadores y correctivos para un buen trabajo. Se solicitó también que sean bien identificados los elementos característicos

de los ámbitos a los cuales el medio brinda cobertura, que en el caso de Maya K'at, son desde los enfoques comunitarios y populares.

Como punto ineludible, los participantes coincidieron en incluir entre sus contenidos, un apartado dedicado a la identificación de los aliados organizativos, externos a la FGER y al noticiero, con los cuales poder trabajar, abocarse y tener un respaldo seguro; especialmente instituciones y organizaciones cercanas y accesibles a las comunidades y territorios, y que ello les genere más facilidades en su labor periodística.

También reforzar los alcances del medio, indicando con claridad, por ejemplo, qué se cubre y qué no se cubre, qué se puede tomar de las organizaciones, ONG's e instituciones con que se tenga una alianza estratégica, de acuerdo a los parámetros del medio y, que esas informaciones sean efectivamente coherentes con lo establecido; dejar en claro, que los acontecimientos y procesos sociales de las comunidades tienen prioridad de cobertura.

Opinaron: I. Ramos, B. Vázquez, M. Guarchaj.

7) Para usted, ¿cómo debería lucir el manual, para ser comprendido con facilidad?

Dinámico, que cuente con imágenes e ilustraciones que lo hagan comprensible; líneas gráficas que identifiquen al lector con lo que lee y con el medio, y que pueda comprenderse con facilidad. Esos elementos gráficos son relevantes para que el documento no se torne aburrido ni tedioso, y que el lector, tenga el nivel de escolaridad y comprensión de lectura que tenga, la edad que tenga y el nivel socioeconómico que tenga, pueda asimilarlo de una manera eficiente y rápida. Dos opiniones concretas brindaron quienes participaron, de: M. González y L. Chan.

8) ¿Estaría usted dispuesto a acoplar su labor periodística a un manual de estilo renovado y actualizado?

Los participantes manifestaron encontrarse dispuestos a ser guiados por este documento, una vez sea retomado, renovado y reincorporado a los procesos de formación y capacitación. Hicieron mención de la des-actualización del actual manual, señalando ese hecho como un factor decisivo.

La formación/capacitación es indispensable para el equipo del noticiero, pues allí se socializan vivencias personales y colectivas de maneras íntimas y amenas.

Los avances, principalmente en lo tecnológico, se dan a pasos agigantados, y los corresponsales requieren de guías adaptadas a estas nuevas exigencias, y poder tener los conocimientos para emplear en todo momento, lugar y condición; que cuando se susciten cambios, puedan estar preparados e instruidos para abordarlos.

La implementación de un manual de estilo concreto reforzaría los conocimientos técnicos, los resumiría, y serían accesibles al ser requeridos. Igualmente, que estos procesos y documentos sean accesibles y puedan ser asimilados con facilidad y efectividad por cualquier persona deseosa de hacer periodismo comunitario. Entre gestos de afirmación, tres opiniones expresó el grupo, que fueron de: B. Vázquez, L. Chan y de M. González.

9) ¿Usted considera favorable o desfavorable su comunicación como corresponsal, con el área de prensa, sin el uso de un manual?

Esta comunicación, según se manifestó debe ser activa, porque en la actualidad no es tan frecuente como debiera serlo. El área de prensa y los corresponsales, representan al equipo completo del noticiero, y entre todos son quienes le dan vida, pero principalmente son los corresponsales, que nutren activamente de contenidos.

Como tal, la falta de empleo del manual no representa inconvenientes en la comunicación entre el equipo corresponsal y el equipo de planta, más que, en ciertos procedimientos para compartir datos entre los equipos y el personal. El uso del manual, mejoraría los productos que circulan entre el equipo corresponsal y el de planta. Tres opiniones se ofrecieron también para esta interrogante, de: L. Chan, M. González, L. Francisco, I. Ramos y M. Guarchaj.

1.16.3 De la encuesta de opinión

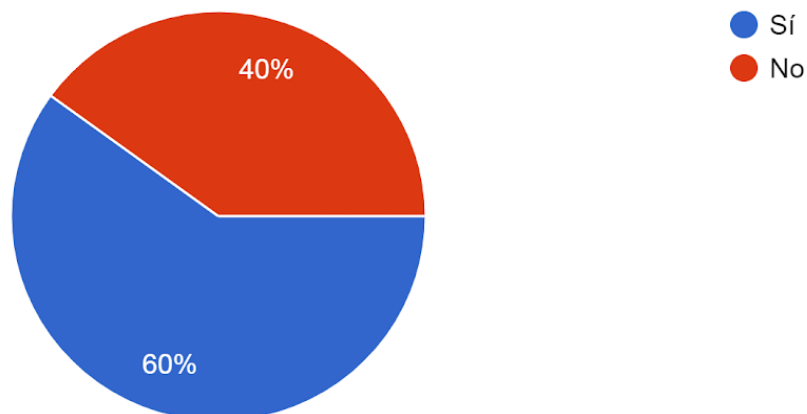
Realizada, al joven J. Montenegro, al joven J. Choc, a la joven R. Cocón, a la joven N. Solís y a la joven M. Guarchaj, y en ese orden respondieron. Un total de dos hombres y tres mujeres.

Figura 3

Pregunta uno de la encuesta de opinión

1) ¿Sabía usted que el Noticiero Maya K'at tiene un manual de estilo propio?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

Primera pregunta cerrada. De los cinco participantes, tres de ellos tenían conocimiento previo de su existencia. Ellos fueron las dos periodistas de planta y el coordinador de prensa. Mientras que quienes no tenían previo conocimiento de su existencia, son el coordinador de la radio, y la encargada de estrategias. Ambos, aunque no directamente relacionado, mantienen por su labor un estrecho vínculo con el área de prensa.

El desconocimiento de este importante documento mediático, no ha generado conflictividad en los procesos internos y particulares de trabajo ni de la coordinación de la radio FGER ni de la gestión de estrategias, pero resulta imperante, dada su naturaleza mediática al formar parte íntegra de la federación como medio de comunicación, que puedan tener el conocimiento básico respecto de estos documentos organizacionales.

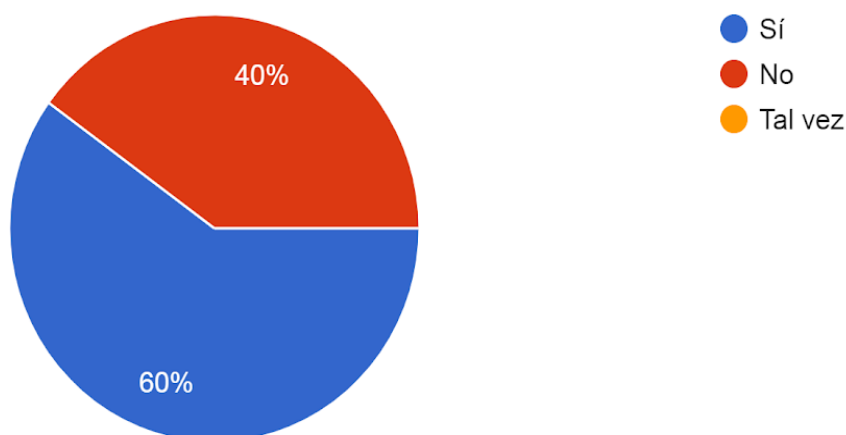
El conocimiento y aplicación de documentos de este tipo, supone una organización mejorada de los procedimientos a ejecutar, internos y externos, de cualquiera área relacionada al trabajo de la comunicación institucional mediática. No conocerlos podría genera ligeras variaciones en la producción, y problemáticas que se reflejarán unas páginas más adelante.

Figura 4

Pregunta dos de la encuesta de opinión

2) ¿Sabía usted que los medios de comunicación e información emplean este documento para su labor?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

Pregunta de conocimiento general respecto de este documento organizacional. Las dos jóvenes periodistas de planta y el coordinador del área de prensa, respondieron afirmativamente, mientras que la encargada de estrategias y el coordinador de la radio, contestaron negativamente.

Imperativo es que, como parte de una institución dedicada a la comunicación y a la información mediática masiva, todos sus miembros puedan conocer los documentos organizacionales indispensables para las labores mediáticas, puesto que ello les conferirá bases sólidas sobre las cuales interpretar, proceder, producir, establecer y delimitar directrices de trabajo, coherente y eficiente, en mantención de una misma línea editorial y de estilo.

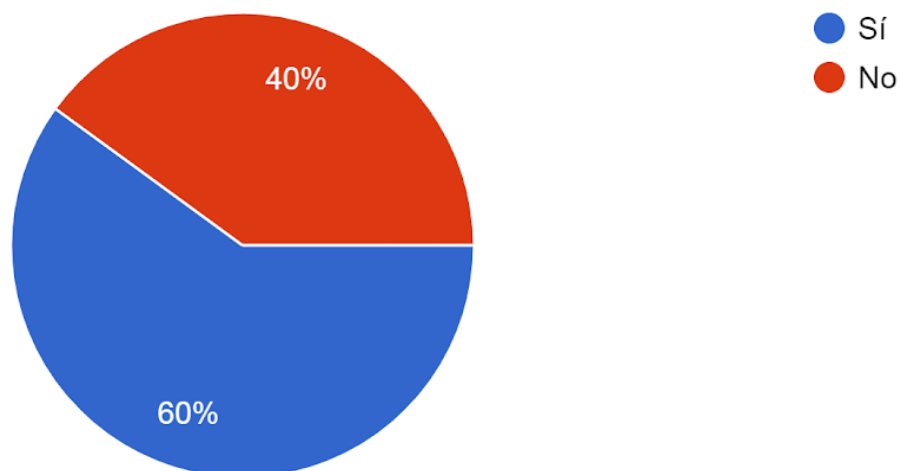
Su desconocimiento, puede resultar perjudicial para cualquier medio de comunicación. Eso implicaría, que la organización puede verse opacada por sistemas organizativos mejor establecidos y organizados, y que la competitividad del medio no pueda ponerse a raya con la demás masa de ofertas mediáticas.

Figura 5

Pregunta tres de la encuesta de opinión

3) ¿Ha leído usted el manual de estilo del Noticiero Maya K'at alguna vez?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

Pregunta cerrada, a lo cual, las dos jóvenes periodistas de planta y el coordinador del área de prensa respondieron afirmativamente, mientras que el coordinador de la radio y la encargada de estrategias, contestaron negativamente.

El resultado puede parecer obvio, pero demuestra la irrelevancia del manual de estilo Maya K'at original, para el personal ajeno al área de prensa de la FGER. Conocer los documentos fundamentales para los procesos de trabajo de cada área particular de la federación, al menos superficialmente, es indispensable e importante. Ello permitirá mejores procedimientos como equipo, y no solamente como áreas aisladas de trabajo.

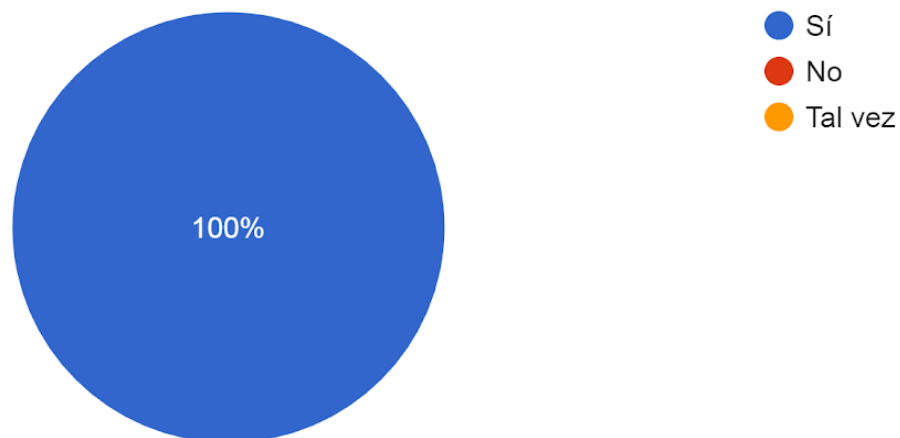
Por otro lado, en entrevistas casuales pasadas al equipo de prensa, se expresó que, por las propias condiciones actuales, como la des-actualización, falta de coherencia en cuanto a lineamientos de estilo y, tosquedad visual, haber leído el manual, no es garantía de conocerlo. A rasgos generales, puede ser conocido por quienes lo han leído, pero, difícilmente asemejado en su totalidad.

Figura 6

Pregunta cuatro de la encuesta de opinión

4) ¿Considera que este tipo de documento es importante para el noticiero?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

Los cinco participantes coincidieron que sí. A pesar del desconocimiento al respecto de la existencia de este documento, la percepción tanto del coordinador de la radio como de la encargada de estrategias es que este documento, efectivamente tiene una importancia para la labor del noticiero, puesto que el estilo es un asunto ineludible, en la producción comunicacional e informativa de cualquier medio.

Aunque el conocimiento elemental del manual lo ostenten únicamente las dos periodistas de planta y el coordinador del área de prensa, quienes pertenecen y representan a otras áreas de trabajo de la FGER reconocen que un documento de este tipo debe formar parte íntegra de la diaria labor del noticiero. Resulta relevante y de impacto directo para la federación, puesto que es su medio informativo propio.

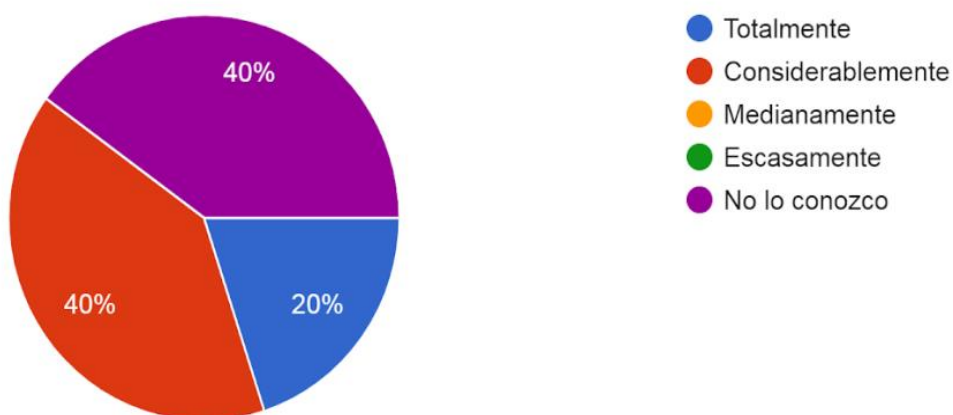
Y dado que, en su mayoría el equipo de la FGER y también el equipo corresponsal del noticiero no conocen este documento, ni superficial ni profundamente, es indispensable entonces, tratar este documento, y traerlo a la actualidad y al quehacer de la institución.

Figura 7

Pregunta cinco de la encuesta de opinión

5) Si lo conoce ¿en qué medida considera que este manual es coherente con la práctica actual del noticiero?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

Esta interrogante de opción múltiple, buscó generar una comparación, respecto del manual original, con las actuales prácticas e idiosincrasias que el medio maneja. Las dos respuestas que manifestaron no conocer el manual, corresponden a la joven encargada de estrategias y al coordinador de la radio FGER. Mientras que, las dos jóvenes periodistas de planta, declararon que el manual original en la actualidad, considerablemente sí se acopla a lo que el noticiero es.

Por su parte, el coordinador del área de prensa, consideró que el manual original se acopla totalmente a la actualidad del medio. Sin embargo, mediante las entrevistas realizadas a este coordinador, se concluyó con mayor detalle que el manual presenta inconsistencias fundamentales que deben tratadas.

Que se haya considerado totalmente compatible con la actualidad por el coordinador de prensa, quien labora en dicho puesto desde hace más de una década, refleja la importancia que el documento original posee, y la necesidad manifiesta por lo que representa, por lo que su renovación y reincorporación resultan imperantes para el medio.

Pregunta seis de la encuesta de opinión.

6) Concretamente ¿qué problemáticas consideraría que pueden surgir en la labor del noticiero, si no emplea su manual de estilo?

R.1) Abordar temas inapropiados. Tener enfoque erróneo.

R.2) No cumplir con las características, y enfoque del noticiero.

R.3) Información / contenidos erróneos

R.4) Podría haber discrepancias en las líneas de comunicación establecidas, esto provocaría incluso confusión en la audiencia y hasta de cierta manera, se daña la imagen y trabajo del noticiero Maya K'at

R.5) Es necesario que se tenga para los compañeros

La primera respuesta corresponde al coordinador del área de prensa; la segunda al coordinador de la radio FGER; la tercera a la encargada de estrategias; la cuarta y la quinta a las dos jóvenes periodistas de planta del noticiero. El orden de las respuestas es el mismo para todas las preguntas abiertas de esta encuesta, similares a esta.

El enfoque ideológico del noticiero es un asunto a considerar. Igualmente importante es el hecho de abordar erróneamente en cobertura las informaciones y, también abordar temas inapropiados para los parámetros del medio. También redactar de forma errónea los contenidos, incumpliendo con las características de idiosincrasia del noticiero y sus principios fundamentales.

Consideran que pueden surgir problemáticas en cuanto a los parámetros y lineamientos que deben ser respetados por el equipo periodístico Maya K'at, dado que si éstos se irrespetan, generaría una confusión perjudicial, que comprometería el nombre y el quehacer del noticiero. Esta concepción es importante, puesto que el equipo del noticiero debe tener claro lo que busca, lo que cubre, lo que da a conocer, y, de no tenerlo claro, resultaría contraproducente.

Por ello igualmente, es necesario que todo el equipo cuente con un manual común de estilo, para mantener lineamientos claros, y producciones coherentes.

Pregunta siete de la encuesta de opinión.

7) ¿Qué problemas cree que puedan surgirle al noticiero, por no contar un manual de estilo actualizado?

R.1) Llegada de información mal abordada o muy extensa.

R.2) No llevar una línea editorial.

R.3) Los resultados no sean los esperados / mala percepción de la audiencia

R.4) Si no se actualiza el noticiero no estaría a la altura y vanguardia, descuidando a su audiencia y perdiendo la posibilidad de informar de una forma actualizada.

R.5) Considero que afecta para las personas recién llegados podría afectarles

Los participantes opinaron que los principales problemas del noticiero, por no manejar una guía o manual de estilo –actualizado- se hallan en sus productos informativos. Tanto su estructura, su contenido, y su modo de transmisión de la información se ven comprometidos por el desuso de la guía del estilo, pues esta guía, no solo aglomera los parámetros de forma de producir, sino que también, para transmitir.

Las informaciones que los corresponsales reportan al área de prensa central se ven comprometidas también, por la falta de guía. La línea editorial se ve igualmente afectada por su falta, si no se adapta a las exigencias actuales. La línea editorial, también cambia con el devenir de las circunstancias tanto internas, como externas a la entidad.

Consecuentemente, repercute en su comunicación al público, pues al no ser los resultados los proyectados por la institución, la información que se brinda se ve afectada. Afecta también a nivel externo en cuanto a su vanguardia y competitividad respecto al resto de medios, y se queda corto técnicamente.

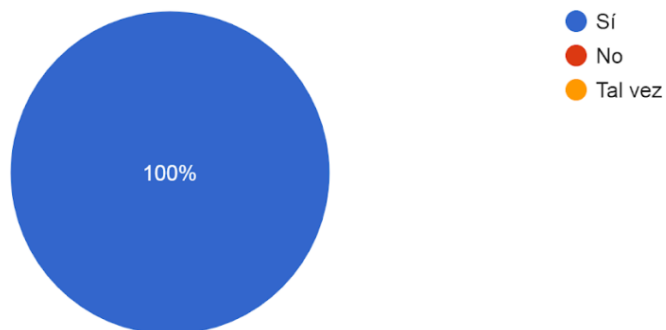
Que el manual esté des-actualizado repercute también en el personal novicio que, tomando como referencia el actual manual, puedan llegar a confundirse.

Figura 8

Pregunta ocho de la encuesta de opinión

8) ¿Cree que sea útil para quienes conforman el equipo del noticiero, la renovación y reincorporación de su manual de estilo?

5 respuestas



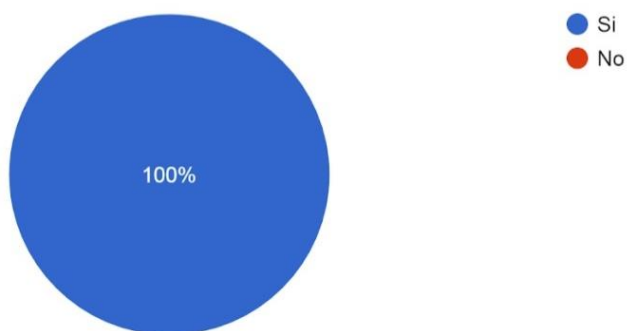
Fuente: elaboración propia

Figura 9

Pregunta nueve de la encuesta de opinión

9) ¿Considera que una renovación y reincorporación del manual mejoraría la calidad de las producciones del noticiero?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

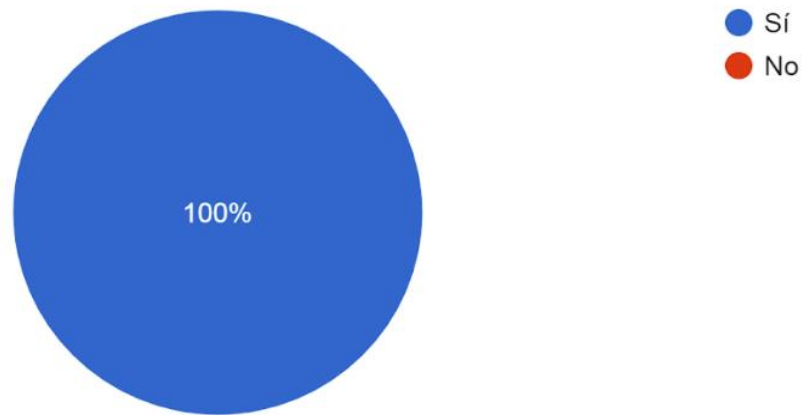
Los cinco participantes consideran que una renovación sería de plena utilidad para el equipo completo del Noticiero Maya K'at, y para su producción comunicacional e informativa.

Figura 10

Pregunta 10 de la encuesta de opinión

10) ¿Consideraría que una renovación y reincorporación del manual, mejoraría la relación comunicacional entre el equipo del área de prensa y los corresponsales del noticiero?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

También por unanimidad de los participantes, se coincidió afirmativamente. Los beneficios, tanto para el equipo corresponsal como para el equipo del área de prensa en planta, se verían reflejados en las facilidades que el documento les proporcionaría. Para los corresponsales regionales, representaría beneficios técnicos, guías para la redacción, la dicción, la entonación, estructuración y demás procesos de producción, tanto para radio como para escrito.

A modo de ejemplo, si un corresponsal envía su información de la manera estipulada en la guía, de estructura, contenido y transmisión, el redactor en el área de prensa tendrá mayor facilidad de retransmisión y canalización de esa información, optimizando así los recursos del noticiero, reduciendo el tiempo de las correcciones y reajustes de los productos comunicacionales individuales de cada corresponsal.

Por tanto, el área de prensa tendrá una carga de trabajo mejor gestionada, y podrá dedicar mayores esfuerzos a sus múltiples plataformas, y no a las correcciones que puedan llevar las producciones. El documento por tanto, debe ser entendible para la persona que lo porte.

La pregunta once, busca generar propuestas, en relación al manual y su renovación.

11) Usted, ¿qué aspectos considera necesarios que se tomen en cuenta para una renovación del manual?

R.1) Que responda a las demandas de la organización.

R.2) Estilo de locución y estructura de las notas.

R.3) Redacción /fuentes/temas claves / responsabilidades definidas

R.4) Quizá es importante que se realice una evaluación previa, rescatar y analizar los principios de la FGER, para poder ampliar las miradas con las que se informa y comunica en el noticiero, posteriormente es necesario escuchar a las comunidades que conforman nuestra audiencia porque conocer su realidad nos permite tener un enfoque acorde a lo que buscamos promover.

R.5) La importancia de los temas de políticas y derechos a la libertad expresión

Lo opinado se basan en: la propia Institución y sus características particulares; en que una renovación del manual debe considerar a plenitud estas características, exaltarlas y plasmarlas de una manera clara. Se basan también en consideraciones del propio producto, sugiriendo un establecimiento claro y coherente tanto para la producción radiofónica como la escrita, de los estilos específicos a seguir.

Se sugiere como parte del respaldo al trabajo del periodista, identificar actores sociales que sean afines al medio, fuentes confiables y viables de información. Así mismo, definir las temáticas claves que el noticiero y la federación abordan, para evitar desentendidos tanto en los corresponsales que ya laboran, como para los novicios; en la misma línea, establecer con claridad las responsabilidades de cada miembro del noticiero.

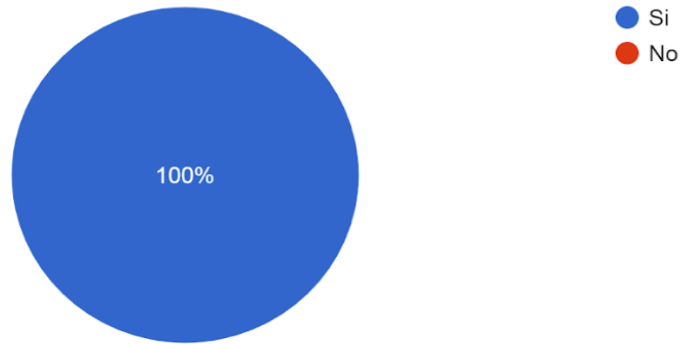
Analizar y restablecer en el manual los valores y principios, es una sugerencia clave para sus circunstancias actuales. Enfocarse como medio en el público objetivo principal, para enriquecer lo que el medio busca promover, y que realce temas de utilidad para el medio.

Figura 11

Pregunta 12 de la encuesta de opinión

12) ¿Considera usted que un manual de estilo del Noticiero Maya K'at renovado, pueda ser útil también en otras áreas de trabajo de la FGER?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

13) Si respondió que sí a la pregunta anterior, menciones en cuáles áreas.

R.1) * Producción * Proyectos * Gestión * Red de Comunicadoras Indígenas Jun Na'oj

R.2) Radio FGER Red de comunicadoras indígenas Jun Na'oj

R.3) Para conocer cómo funciona el área y los resultados

R.4) El manual podría ser útil para el área de Gestión, Proyectos y Producción, ya que ellos trabajan campañas de comunicación, producciones, entre otros.

R.5) Jun Na'oj y producciones

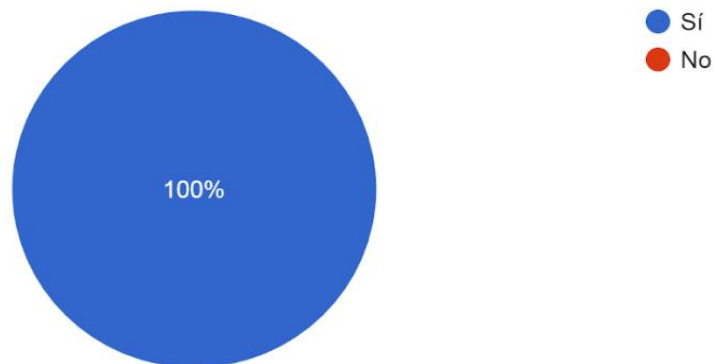
Las y los participantes, refirieron las áreas de trabajo de la federación, directamente vinculadas al trabajo comunicacional institucional externo. El área de producción radiofónica, los proyectos y estrategias que la FGER gesta con radios socias, actores externos y, en programaciones propias, fueron las referidas, puesto que estas áreas trabajan en gestión y producción comunicacional. Por ello, es indispensable que el documento referente al estilo sea replicado en las áreas mencionadas.

Figura 12

Pregunta 14 de la encuesta de opinión

14) ¿Estaría usted dispuesto(a) a dar su apoyo en la renovación del manual de estilo del Noticiero Maya K'at, de ser necesario?

5 respuestas



Fuente: elaboración propia

La última de las interrogantes para los participantes, fue respecto a su compromiso con este documento institucional; incluso no formando parte directa del Noticiero Maya K'at, el estudio pretende conocer su disponibilidad de apoyo y respaldo para este manual. Favorablemente, el proyecto contaría con el apoyo de todo el equipo de prensa, y de coordinadores externos al área.

Este cuestionario, reveló las ideas de los participantes respecto de una renovación y reincorporación formal del manual de estilo Maya K'at, su factibilidad, y sus sugerencias sobre él. Pretendió conocer sus percepciones acerca de la situación del manual, en comparación con las actuales prácticas e idiosincrasias del noticiero. Coincidió claramente con las percepciones concebidas por el equipo corresponsal del noticiero, durante el grupo focal.

Y, tanto equipo corresponsal como equipo de planta del noticiero, coincidieron también en su entusiasmo por un documento de estilo acorde a las características del medio, pues también fungirá para cada uno de ellos, como una útil guía de referencias para su trabajo, y así perfeccionarlo, y alcanzar los cometidos sociales, solidarios, ambientales, organizativos y colectivos, del noticiero y también de la FGER.

1.17 FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>F.1 Personal de altamente comprometido con el trabajo del noticiero y, con el proyecto.</p> <p>F.2 Disponibilidad de recursos materiales y técnicos para la realización del proyecto.</p> <p>F.3 Disponibilidad de recursos espaciales dentro de las instalaciones de la federación.</p> <p>F.4 Disponibilidad de uso de los equipos (computadoras, <i>Wi fi</i>, auriculares e impresoras).</p> <p>F.5 Excelentes relaciones personales, entre áreas y entre los propios trabajadores a todos niveles.</p> <p>F.6 Eficiente comunicación interna, entre áreas y personal.</p> <p>F.7 Eficiente ejecución de las producciones informativas del noticiero.</p> <p>F.8 Cuentan con equipos tecnológicos modernos, en buen estado y a la vanguardia.</p> <p>F.9 La dirección ejecutiva, dio en una ocasión su visto bueno al proyecto del investigador.</p>	<p>O.1 Constantes formación y capacitación para el personal corresponsal.</p> <p>O.2 Amplia red de afiliaciones y alianzas con emisoras de todas las regiones del país.</p> <p>O.3 Necesidad de variados sectores de la población de productos informativos y comunicacionales que les sean representativos.</p> <p>O.4 Coordinación beneficiosa con múltiples entidades sociales de distintos ejercicios y servicios.</p> <p>O.5 Ubicación accesible de las instalaciones centrales de la federación (zona 1 capitalina).</p> <p>O.6 La Radio FGER1420AM puede ser fácilmente sintonizada en su página <i>web</i> y en la <i>app Android</i>.</p> <p>O.7 El área de prensa les proporciona herramientas básicas a sus corresponsales para su labor.</p> <p>O.8 Asesoría por parte de otros actores y entidades directamente vinculados a la FGER.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>D.1 La FGER y el noticiero manejan un presupuesto limitado.</p> <p>D.2 Los corresponsales tienen dificultades para asistir presencialmente a las formaciones y capacitaciones, dado que la FGER no les proporciona un salario, y tiene otras obligaciones.</p> <p>D.3 Los tres periodistas de planta no se dan abasto para cubrir toda la demanda.</p> <p>D.4 En veces, la aprobación para ciertos procesos y proyectos es tardada y, postergada.</p> <p>D.5 Su bajo presupuesto no les permite generar materiales físicos demasiado ostentosos.</p> <p>D.6 No cuentan con una imprenta propia, para impresión de documentos extensos.</p> <p>D.7 Tienen escaso conocimiento respecto de su documento organizativo: manual de estilo.</p> <p>D.8 El único manual de estilo que posee la FGER es el del noticiero Maya K'at.</p> <p>D.9 Al no haber sido nunca actualizado, no existe un antecedente propio de este manual.</p> <p>D.10 No se han tenido el tiempo para actualizarlo.</p>	<p>A.1 La Radio FGER está en frecuencia AM, lo que complica su difusión por la radio común.</p> <p>A.2 Sus circunstancias económicas le complican contratar más personal que aliviane el trabajo.</p> <p>A.3 Algunos de los corresponsales no son constantes en la labor con el noticiero.</p> <p>A.4 La creciente presencia del Covid 19.</p> <p>A.5 La distancia física entre las instalaciones de la FGER y la residencia del investigador.</p> <p>A.6 La aplicación para <i>Smartphone</i> es únicamente aplicable para sistemas <i>Android</i>, no para otros sistemas, como por ejemplo, el de sistemas <i>IOS</i>. Por tanto, ningún otro sistema puede descargarlo.</p> <p>A.7 Dado que la aplicación requiere obligadamente de conexión a internet, resulta difícil para quien no puede pagarlo, el sintonizar la emisora.</p> <p>A.8 La señal 1420AM presenta dificultades para ser sintonizada con claridad en la radio común, en las afueras de la ciudad capital.</p>

1.18 Problemas detectados

a) Su manual de estilo es irrelevante en el presente. Dado que está desactualizado nadie lo usa, ni lo recomienda; ni el equipo de planta en el área de prensa lo emplea para sus labores o referencias de trabajo. Esto, ha generado una distinción en la forma concreta de transmitir las informaciones y de abordar los contenidos y temas (procedimientos), lo que resulta, también en el aumento de trabajo para el escaso personal. Es un documento compuesto, de identidad y de estilo, totalmente desproporcionado, que descuida los parámetros concretos del estilo.

b) El equipo de planta Maya K'at se encuentra sobrecargado de trabajo, lo que le dificulta cubrir la cantidad informativa de los distintos canales que maneja. Ello hace que deban centrarse, preferencialmente, en lo primordial para el noticiero y la FGER, que es la producción radiofónica, y que cubran sus plataformas escritas con esfuerzos secundarios.

c) La producción escrita está a cargo de los periodistas de planta. Pero aunque el área de prensa cuente con una sección de redacción, los escritos presentan en gran medida fallas de dicción. Dada la sobrecarga de trabajo, los periodistas de planta han descuidado el estilo y dicción en sus escritos, centrándose, en la mera producción, cobertura y transmisión de la amplia demanda informativa local, regional y nacional.

d) De los principales problemas detectados en los equipos del noticiero, el de los corresponsales representan un asunto administrativo mayor, y más complejo, puesto que, en la mayoría de los casos, como voluntarios, ejecutan su labor para el noticiero paralelamente a sus empleos. Ello genera apatía en algunos de ellos, puesto que no reciben del medio un salario por su labor; salvo, capacitaciones, formación, algunos equipos básicos, representatividad, diplomados, certificaciones, recursos documentales y, algunos recursos económicos.

e) Dada dicha situación de precariedad económica en la FGER, el equipo corresponsal se ve regularmente limitado a participar de los encuentros presenciales de formación y capacitación, porque deben atender con primicia sus empleos, y así, se pierden las vitales informaciones.

Las mencionadas, fueron de las principales problemáticas detectadas en el sistema operativo del Noticiero Maya K'at; en su mayoría, se deben a cuestiones económicas. Sus trabajadores y colaboradores, por tanto, son quienes comparten idiosincrasias afines con la FGER, aspiraciones sociales, solidarias, ambientales, colaborativas y reivindicadoras, y no solo quien busca su beneficio económico.

Sin embargo, dado el sistema económico capitalista que impera, esta apuesta resulta insostenible para muchos. Es parte del conflicto y el reto que prevalece en la mayoría de organizaciones sin fines de lucro, sociales y alternativas, que lidian cada jornada por permanecer en pie.

El problema afrontado para este proyecto, es el “a)” de los indicados. La razón es práctica, puesto que, si se ejecuta una solución al problema del actual manual, pueden ser abordadas con él elementos de todas las otras problemáticas.

Dicha solución, dictaminaría procedimientos concretos y eficientes por los cuales el equipo se guiará, y en la planta, se recibirían productos al punto, ya para ser retransmitidos fácilmente, con una reducción de tiempo y de errores considerable, y por tanto, de esfuerzos. Guías de redacción, de estructura básica y manejo de los elementos de los géneros periodísticos, respaldarían y agilizarían el quehacer de los periodistas redactores de escritos, de igual manera.

Si las condiciones económicas son un obstáculo que les impide asistir a los encuentros formativos presenciales, que puedan portar un manual sencillo, atractivo y correctamente desarrollado, que esté acorde a los procesos de capacitación y formación, representa un soporte indispensable, amigable, teórico, técnico y filosófico para todo el equipo periodístico.

Brindarles también un incentivo de profesionalización, actualización, tecnificación en su labor periodística; estimular pericias, facilitar informaciones y, sintetizar los parámetros que el medio ha establecido, para un desarrollo integral de los equipos del Noticiero Maya K'at.

1.19 Planteamiento del problema comunicacional

¿La producción del Noticiero Maya K'at debe sus errores a la falta de uso de un manual de procedimientos de estilo concreto?

Respuesta hipotética:

Los errores de estructura y dicción que presentan los contenidos informativos del Noticiero Maya K'at se deben a una falta de lineamientos y procedimientos de estilo concretamente establecidos. Lineamientos que debieran estar explícitos en el manual de estilo del medio, sin embargo, no es el caso.

1.20 Indicadores del éxito

Las herramientas disponibles para la realización del presente proyecto son: computadora personal portátil, internet residencial, *Smartphone*; programas de diseño gráfico y de diagramación.

Los recursos institucionales disponibles son: computadora portátil y de escritorio, internet, impresora (no industrial). Amplios espacios físicos, cómodos, y adecuados para trabajar. Personal de todas las áreas de trabajo de la FGER y del noticiero a disposición, e igual su respaldo intelectual, consejo y acompañamiento en todo momento. Comunicación a través de medios abiertos, accesibles y eficaces en cualquier circunstancia.

1.21 Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación interna para la renovación y reincorporación del manual de estilo del Noticiero Intercultural FGER Maya K'at, a los procesos de formación y de producción.

Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación

El plan estratégico de comunicación –PEC-, para ser aplicado a una organización, debe ser coherente con las necesidades concretas de ésta, y para ello, debe ser concebido a raíz de procesos de diagnóstico previamente realizados. Así, se posibilitará llevar a cabo una ejecución efectiva de acciones específicas y resolutorias, para un determinado ámbito organizativo; sea este interno, externo o mixto.

Como lo indica Yudis Macías (2012), un plan estratégico de comunicación gira en torno a tres escenarios o ámbitos de aplicación, los cuales, precisamente son el interno, el externo y el intermedio, en donde se aplicarán las acciones encaminadas a cubrir las necesidades determinadas de la organización. Cada ámbito con sus características, elementos y divisiones.

López considera a la variante intermedia (como se parafraseó de Macías, 2012) de vital importancia para la organización en su conjunto, puesto que permite una participación tanto interna como externa de los agentes comunicacionales, y ello facilita un mejor intercambio de información entre sí; propicia, el logro de sus objetivos inmediatos como organización.

Los objetivos para un PEC correctamente ejecutado, se fundamentan en base a los resultados del diagnóstico y del análisis, normalmente, ejecutado para la resolución de un problema.

Es a partir de ése procedimiento que se establece concretamente el ‘qué’ se quiere realizar para la resolución del problema, en este caso, comunicacional, que padezca una organización y le impida alcanzar sus objetivos institucionales. Lo siguiente, será determinar la o las estrategias adecuadas para tratar el problema, y, las directrices de implementación: para qué, cómo, quién, cuándo, con qué presupuesto, etcétera (Montserrat, 2014).

“Como acción de gestión estratégica, (...) representa lo que es, hace en cada momento, y a dónde quiere llegar anualmente la organización con sus públicos y grupos de interés” (Martín, 2011, p. 104).

Se aplica a los procesos comunicativos externos que la entidad tenga con el público, con su competencia, con sus clientes, con todos los demás actores en juego con quienes tenga una relación directa, e incluso indirecta. Para este efecto, los directores de comunicaciones de las entidades relacionados al *marketing* emplean sagazmente los procedimientos estratégicos de comunicación para, relaciones públicas, *marketing communications*, comunicación organizacional, y demás ámbitos afines (Aljure, 2015).

“Lanzar un producto o servicio, realizar un proceso de transformación cultural, implementar procesos de cambio, mejorar la notoriedad y la imagen, incrementar el número de afiliados o votantes, entre muchos otros” (Aljure, 2015, p. 20) son algunos de los objetivos que un PEC puede solventar, en variedad de ámbitos externos.

La comunicación es eje central fundamental en los procesos organizacionales de toda entidad, estimándosele entre los aspectos primordiales y vitales a considerar en la constitución organizativa e institucional. Su objetivo primario es el establecimiento de la armonía y el entendimiento, tanto a nivel externo con los públicos y su clientela, como interno, con sus propios miembros orgánicos (Ocampo, 2011). Independientemente de la orientación de un PEC, sirve al auto-sostenimiento de la propia organización, y a su sostén en el entorno.

Para el teórico Monserrat (2014) este plan “es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados” (p. 10). Son sus metas institucionales; lo que desea ser, lograr, brindar o reflejar, tanto ante el público como a nivel interno.

La comunicación en su aspecto general y en toda organización, para la autora Ocampo (2011) “debe contar con un mapa, un derrotero o un plan, sin dejar de estar atentos a los cambios que se puedan presentar e inclusive, anticipando estrategias y alternativas para sortear los movimientos imprevistos del entorno” (p. 13).

La estrategia de comunicación para una organización tiene un foco dual, centrándose tanto en la propia acción de la entidad, es decir en su pro-acción y en su re-acción, como también en el mensaje que quiere transmitir como figurante en el mapa de actores (Marca, 2018).

Así, para el teórico López (como se citó en Ocampo, 2011, p. 15) a pesar de que el plan de comunicación “debe inspirarse en la gerencia y en la rentabilidad, y la productividad empresarial es el pretexto, es claro que el principio y la finalidad máxima de éste, no puede ser otro que el crecimiento de las personas de la organización”.

Imprescindible para un PEC, es la retroalimentación en cuanto a datos concretos que el procedimiento refleje, cotejados dentro de los parámetros de éxito establecidos para la estrategia, los cuales se han fijado desde la concepción de los objetivos. Dicha revisión es relevante puesto que “determinará si es necesario repetir los análisis o qué medida se tomará para verificar si los resultados del tratamiento son buenos” (Monserrat, 2014, p.11).

La descripción técnica y teórica para fundamentar el presente PEC se basa en la problemática de del Noticiero Maya K’at en su debilidad práctica y técnica, surgida a raíz de la omisión de su guía/normativa de estilo y procedimientos (manual). Representa este problema, ciertos fallos en su producción informativa cotidiana, con mayor medida en los escritos.

Este PEC, busca el tratamiento técnico del manual para solventar esos errores. Y los aspectos técnicos que conllevarán las estrategias para el presente caso, serán de tipo gráficos y editoriales. El Manual no presenta diagramación alguna, y fue redactado en formato digital en el programa *Microsoft Word Office*, dejándosele la forma básica de ‘sábanas textuales’. No le fue definida una maquetación, ni apoyos gráficos que fuesen atractivos a la vista, ni como respaldo a los datos.

El documento no contiene apoyos ni elementos gráficos, a excepción, del antiguo logotipo del noticiero; tampoco en su diseño de maquetación se incluyeron otros elementos visuales que lo dinamicen. El manual por ello resulta ser poco atractivo, e incluso tedioso de leer por su excesivo y tosco despliegue textual.

El aspecto técnico en el rediseño editorial del manual, conlleva la modificación de sus dimensiones de tamaño. Al haber sido redactado en formato digital, presenta las características comunes de un documento típico de oficina o académico: hojas tamaño carta y los márgenes determinados por *M. Word* (2.5 centímetros arriba y abajo, y 3 centímetros a ambos lados).

Estas características le confieren al documento un marcado desinterés por parte de sus lectores. El trato y modificación de este aspecto técnico, conllevará a la reducción de esas dimensiones físicas, convirtiéndole en un instrumento fácil de portar, dinámico para ser leído, moderno y atractivo; ello, tanto para el equipo del noticiero a quien directamente le es pertinente, al personal en capacitación que formará parte de las filas del noticiero, como, para el público en general.

El último aspecto técnico corresponde al diseño gráfico en el manual. Mediante programas digitales de diseño de imagen, de apoyos visuales y de elementos gráficos, se pretende desarrollar en el documento una interacción activa, que amplifique la receptividad y comprensión de los contenidos. Estos elementos ilustran la información que se quiere transmitir (Definista, 2015).

Como elementos gráficos visuales se pueden considerarse las plantillas originales, colores específicos y tendencias de figuras, dibujos y bocetos acorde a la institución. Como apoyos gráficos las tablas, las infografías y las ilustraciones representativas y demostrativas.

Por el otro lado, los aspectos teóricos y editoriales que conllevará la aplicación de este PEC, corresponden a cada apartado de contenido. En su mayoría, el manual es una manifestación teórica y conceptual respecto de su identidad, idiosincrasias, lineamientos ideológicos, listas de actores, identificación, objetivos, políticas, principios y valores como medio.

Se requerirá un entendimiento claro del original manual y cómo está compuesto; ello, con el objetivo de no alterar en modo alguno las características esenciales del medio, ahí expuestas. La manera de teorizar para el presente caso, será por medio de los distintos documentos institucionales y organizacionales del medio, así como también, mediante el relacionamiento directo con el personal del noticiero, y de la federación.

2.2 Misión

Informar de manera independiente desde la interculturalidad y la participación ciudadana contribuyendo en la cultura del buen vivir, la consolidación de la democracia y defensa del medio ambiente; respondemos con nuestra labor periodística a los interés de la sociedad civil organizada, que trabaja a favor de las comunidades y sectores sociales discriminados, excluidos y más vulnerables de la sociedad. (Noticiero Maya K'at, 2014, p.5)

Reforzar los procedimientos laborales informativos y comunicativos del equipo del noticiero, para que sus productos finales cuenten con un alto grado de calidad y, de entendimiento por parte de la sociedad a la cual pretenden llegar; ello le permitirá a la población de escasos recursos, alcanzar una comprensión mejor, eficiente y clara de lo que quiere informarse y comunicarse, y con lo que pueda identificarse.

2.3 Visión

Ser reconocidos en el 2020 en Guatemala y Latinoamérica como un noticiero intercultural alternativo que desde su quehacer cotidiano promueve la participación ciudadana, la democratización y el buen vivir, desde el diálogo, el debate y el consenso; con una producción educativa, coherente, creativa e incidente. (Noticiero Maya K'at, 2014, p.5)

Que el manual sea un modelo de referencia a la labor social, y coherente con las prácticas colectivas que le caracterizan. Que respete y promueva la diversidad cultural y la importancia de la participación ciudadana en los procesos mediáticos formales, con el fin de aportar a la creación de nuevas políticas sociales representativas y a la socialización del poder de los medios masivos.

2.4 Elementos comunicacionales

Los elementos comunicacionales se engloban en la aseveración concreta de que, la comunicación es un fenómeno típico de interacción social, entre individuos, individuo-institución y entre entidades institucionales magnas (Interiano, 1991). La comunicación humana y sus elementos, datan de los tiempos del desarrollo intelectual como especie, y ha comprendido un vasto intercambio de componentes diversos. Los tópicos 'quién dice qué, a quién, a través de, con qué intención o para qué' representan las razones de ser de estos elementos comunicacionales.

El teórico de la comunicación Carlos Interiano (1991), describe estos elementos básicos del proceso de la comunicación formal de la siguiente manera:

El emisor. Quien emite un determinado mensaje a modo de idea, percepción o iniciativa de interacción. Lo determinan sus relaciones sociales y familiares en general, y las percepciones que tiene de sí mismo. De él depende en gran medida que el mensaje sea correctamente decodificado por el receptor.

El receptor. Quien percibe el mensaje; puede ser individual o grupal. Es él o ellos, quienes analizan el contenido del mensaje, para develar sus razones. “La cadena de receptores conforman lo que podría llamarse el destino del mensaje, el cual habrá de sufrir un reciclaje para poder constituirse en un elemento retroalimentativo” (Interiano, 1991, p.6).

El mensaje. Elemento clave de la comunicación. Es la información que se desea compartir en forma de conjuntos inteligibles determinados. Debe llevar cargas de referencialidad que permitan su eficaz decodificación. Importante de notar es la innovación y la redundancia.

El canal. Vía mediante la cual se transmite el mensaje (digital, impreso, radial, hablado, gestual, etc.). Se rige, especialmente para los *mass media*, por las circunstancias y necesidades históricas.

El código. “Definimos al código como el conjunto estructurado de signos, en base a ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes” (Interiano, 1991, p.11). Es producto de acuerdos socialmente aceptados. Son los sistemas de comunicación humanas, como el idioma.

El ruido. Lo que interfiere en el correcto desarrollo de la transmisión y comprensión del mensaje.

La retroalimentación. Respuesta a la comunicación suscitada por el emisor, y al propio mensaje.

2.4.1 La comunicación interna

El ámbito interno representa a todos aquellos recursos comunicacionales destinados a mantener y promover las buenas relaciones humanas entre los distintos equipos de trabajo internos de una organización (Chacón, 2021). Desde la cúpula directiva, los coordinadores de área, los trabajadores de cada área particular y todo dependiente directo; todos ellos, manejan una serie de métodos organizativos establecidos, para intercomunicarse con eficiencia.

La efectiva comunicación interna se caracteriza por ser concreta, y es así porque “sus riesgos son reales: una mala comunicación perjudica el trabajo: se demoran, se duplican o se pierde calidad en las tareas, baja la productividad, crece la desmotivación y la incertidumbre” (Formanchuk, 2006, p.4).

La comunicación de ámbito interno es vital para la entidad, puesto que allí se gestan los elementos característicos de su propia existencia. La cultura organizacional juega un papel fundamental en esta comunicación, ya que si ésta no es pilar base para el trabajo, pueden llegar a entrar en conflicto aspectos como la identidad, su comunicación corporativa e imagen conceptual (Formanchuk, 2006).

Con tal de mantener una buena comunicación interna, la entidad utiliza los distintos medios y canales de que disponga (Chacón, 2021), y así alcanzar condiciones que permita el logro y alcance de los objetivos planteados por la organización. También puede darse este proceso a través de acciones dinámicas, organizadas con el fin de comunicar algo de manera activa, participativa y agradable.

La comunicación interna está destinada a la motivación, al desempeño correcto, a la armonía en las relaciones de sus miembros, a estimular, pero especialmente, a la propia satisfacción del trabajador, en su entorno laboral, y por ende la mejora del trabajo. Esta comunicación, debe priorizar una sólida estructura organizacional, para alcanzar los objetivos (Pinto, 2017).

Para el teórico Capriotti (como se citó en Pinto, 2017) existen niveles de los objetivos para la comunicación interna, los cuales son: el relacional, que busca establecer relaciones fluidas entre empleados y empleadores, a lo largo de toda la entidad; el operativo, que busca facilitar el flujo de información entre los miembros de la entidad, en toda su extensión; el motivacional, que busca dinamizar la labor del personal contribuyendo así al clima laboral; y el actitudinal, que busca la identificación del personal a la cultura organizacional de la entidad.

La comunicación interna del Noticiero Maya K’at es de flujo horizontal, y de grado formal. Los elementos internos que el presente PEC aplicará son:

-El emisor, como el documento renovado, y que sirva eficientemente al equipo Maya K’at.

- El receptor, que son los trabajadores que asimilarán esos lineamientos de trabajo.
- El código, en idioma español, y como enunciados y expresiones sencillas y amigables.
- El mensaje, como la cultura organizacional, la identidad, y los parámetros del estilo.
- El canal de comunicación, como el propio documento en versiones impresa y digital.
- El ruido, como la limitación económica del noticiero y de la FGER. Por ello, la impresión de ejemplares con materiales de alta calidad no podrá ser una posibilidad inmediata.
- La retroalimentación, como la adopción efectiva de la cultura, identidad y estilo del medio.

2.4.2 La comunicación externa

En el ámbito externo de la comunicación, Bartolí (como se citó en Chacón, 2021) considera tres tipos: la operativa, que la sostiene la propia organización con actores externos; la estratégica, la cual expone sus planes a corto y mediano plazo, considerándose también a actores políticos e inversionistas; y, la de notoriedad, que es publicidad, patrocinios, promociones y relaciones públicas. Es la comunicación que la entidad sostiene con los actores externos.

Es la información que los miembros de la institución perciben del exterior, y la cual les facilita los datos necesarios para poder accionar con eficacia, de acuerdo a las condiciones y circunstancias del entorno (Pinto, 2017).

El teórico Romero (como se citó en Pinto, 2017) asegura que la comunicación de ámbito externo es un factor clave para institucionalizar una organización, pues su cometido es fortalecer e impulsar la propia imagen y discurso. Los elementos comunicacionales externos que se aplicarán al presente PEC son:

- El emisor, como el documento referente al estilo, reincorporado a la producción del noticiero.
- El receptor, que será el público objetivo del medio.
- El código, que será tanto radiofónico como escrito, en las distintas plataformas del medio.
- El mensaje, productos correctamente estructurados.
- El canal, su versión digital estará disponible públicamente en su página web, y su versión impresa que será repartida a cada periodista corresponsal Maya K'at.
- La retroalimentación, como la respuesta positiva del público radioescucha, e identificación.

2.5 Alcances y límites de la estrategia

Alcances:

- a) Modificación de las dimensiones del manual de estilo del Noticiero Maya K'at.
- b) Actualización de los contenidos ya existentes del manual.
- c) Inclusión de nuevos datos relevantes para la labor del noticiero.
- d) Inclusión de técnicas de diseño gráfico al documento.

Límites:

- a) El aspecto de tiempo es reducido, por lo que deberá trabajarse con apuro.
- b) El aspecto económico es precario, por lo que los niveles de calidad del producto final impreso se verán comprometidos en cuanto a su finura. Sin embargo, ello no afectará a su contenido.

2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

El proceso de elaboración de un PEC, consta de cuatro principales etapas interrelacionadas que no pueden omitirse. Principia con el análisis de la situación comunicacional interna y/o externa de la organización; le sigue el diagnóstico de esas situaciones; luego la determinación de los objetivos; y, el establecimiento de las estrategias a seguirse y realizarse (Sainz, 2017).

Pues “en efecto, no puede existir una estrategia sin unos objetivos previamente trazados, ni estos pueden ser fijados a partir del desconocimiento de las oportunidades y amenazas (...), de aquellos puntos en los que nos mostramos más fuertes o débiles” (Sainz, 2017, p.103).

Una metodología consiste, a su vez, en un conjunto sistemático de acciones, estrategias, procedimientos y técnicas aplicadas en base a datos específicos. El fin es abordar una problemática concreta, para darle solución (Sampieri, 2014). En base a una metodología encaminada a aplicar un plan estratégico, “la lógica del procedimiento se erige sobre la base de la flexibilidad y accesibilidad del mismo (...) deben concebirlo e implementarlo partiendo de las mismas bases teóricas para ello” (Martínez, Díaz y Martínez, 2019, p.7).

Para el presente PEC, la ruta metodológica a emprender será la siguiente:

- Presentar el plan estratégico de comunicación a la coordinación del área de prensa de la FGER (centro logístico del Noticiero Maya K'at), así como también al asesor académico encargado de la supervisión del EPSL, para su respectiva validación.
- Gestionar espacios para reuniones constantes, sean presenciales o virtuales, con el equipo del área de prensa, el cual respaldará los objetivos planteados para el presente caso.
- Gestionar en la misma institución, y fuera de ella en imprentas y cooperativas, la obtención del material físico requerido para la impresión el manual.
- Trabajar en aspecto de forma el manual: diseño gráfico, diagramación, y sus dimensiones.
- Trabajar en el aspecto de fondo el manual, con el apoyo directo del equipo del área de prensa: re-estructurar los contenidos, actualizarlos, sintetizarlos, simplificarlos y adicionar nuevos datos relevantes a la actualidad y las necesidades. Concretar las normativas de estilo.
- Presentar prototipos limpios de la propuesta, tanto digital como física, a los actores competentes del proyecto.
- Solicitar aprobación del proyecto a quienes competa.
- Imprimir el producto, y entregar una copia concluyente a la coordinación del área de prensa.
- Difundirlo, tanto en modo impreso a quienes les corresponda dentro del Noticiero Maya K'at, lo que correrá por cuenta de la institución. Igualmente, difundirlo en la página *web*.

2.6.1 Objetivos de la estrategia

2.6.1.1 General:

Renovar a totalidad el manual de estilo del Noticiero Maya K'at.

2.6.1.2 Específicos:

- a) Actualizar su contenido teórico y conceptual, de acuerdo a las características y necesidades actuales.
- b) Reducir las dimensiones del documento, a un tamaño de folleto.
- c) Desarrollar la modernización de su contenido, con aplicación de técnicas de diseño gráfico y editoriales.

2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

- a) Fabricar digitalmente una estructura gráfica para el manual, con el programa de diseño gráfico *Adobe Photoshop CS. 8.0.1*. Introducir elementos y apoyos gráficos, como plantillas, íconos, infografías, simbologías, bocetos, dibujos conceptuales, etc. Ello, en caso de ser necesario.
- b) Fabricar digitalmente una estructura de maquetación textual (diagramación) encajada en una nueva dimensión de tamaño del manual.
- c) Establecer las dimensiones 6.5 x 8.5 pulgadas (medio oficio, tipo folleto) como el nuevo formato de tamaño, y desechar el anterior.
- d) Resumir los contenidos, a enunciados conceptuales concretos y bien definidos, que expresen con claridad lo que quieren transmitir, como la cultura organizacional e institucional.
- e) Sintetizar cada apartado teórico y conceptual del manual en su conjunto, y así reducir la alta cantidad de texto que presenta.
- f) Introducir en el manual nuevos datos categóricos acordes a la actualidad del medio, y reforzar los apartados referentes a las guías de estilo y procedimientos de producción.
- g) Reestructurar el orden de los apartados, y hacerlos dinámicos y atractivos a la vista.
- h) Dos versiones finales del mismo manual, una digital a *full color*, y otra a blanco y negro. Esta última característica, para el efecto de poder ser impreso con mayor cantidad y factibilidad.

Ambas versiones finales del documento, serán difundidas por sus respectivos canales comunicacionales. Para su versión digital, la página *web* constituirá su fuente pública. Esta versión podrá ser visualizada en cualquier dispositivo móvil inteligente, y en ordenadores.

Su versión impresa será distribuida a quienes corresponda la labor del noticiero. Esta producción y distribución del documento correrá por cuenta de la institución.

Los canales de comunicación que se emplearán para la realización del presente PEC, serán redes sociales, llamadas telefónicas y videollamadas, *e-mail's* y reuniones presenciales.

2.6.3 Indicadores para medir su cumplimiento

Tabla 2

Indicadores para medir su cumplimiento

Actividad	Indicador	Medios de verificación
Reducción de sus dimensiones	Dimensiones finales de 6.5 x 8.5 pulgadas	Manual, en versión digital e impresa
Resumen y síntesis de los contenidos y apartados	Contenidos específicos, concisos y entendibles	Manual, en versión digital e impresa
Actualización de los contenidos y apartados	Retiro los datos irrelevantes, e inclusión de nuevos y necesarios	Manual, en versión digital e impresa
Rediseño gráfico del manual	Dinamismo y atractivo visual	Manual, dos versiones
Diagramación	Distribución atractiva de contenidos	Manual, dos versiones

Fuente: elaboración propia.

2.6.4 Instrumentos

Tabla 3 Reducción de las dimensiones de tamaño del manual

Reducción de las dimensiones de tamaño del manual		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Adobe Photoshop CS 8.0.1.</i>	Del 15 al 18 de julio	El estudiante del EPSL

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4 Proceso de diagramación de los contenidos textuales y visuales

Proceso de diagramación de los contenidos textuales y visuales		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Adobe Photoshop CS 8.0.1.</i>	Del 20 de julio al 30 de sept.	El estudiante del EPSL

Fuente: elaboración propia

Tabla 5 Proceso de diseño de plantillas gráficas

Proceso de diseño de plantillas gráficas		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Adobe Photoshop CS 8.0.1.</i>	Del 25 de julio al 15 de agosto	El estudiante del EPSL

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6 Proceso de diseño de apoyos gráficos

Proceso de diseño de apoyos gráficos		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Adobe Photoshop CS 8.0.1.</i>	Del 15 de agosto al 30 de sept.	El estudiante del EPSL

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7 Reducción, resumen y síntesis de los actuales enunciados

Reducción, resumen y síntesis de los actuales enunciados		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Microsoft Word office</i>	Del 15 de julio al 5 de agosto	El estudiante del EPSL y el coordinador del área de prensa

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8 Actualización del contenido existente

Actualización del contenido existente		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Microsoft Word office</i>	Del 23 de julio al 27 de julio.	El estudiante del EPSL y el coordinador del área de prensa

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9 Agregado de nuevos conceptos, apartados y enunciados relevantes

Agregado de nuevos conceptos, apartados y enunciados relevantes		
Instrumento:	Temporalidad (2021):	Quién lo realizará:
<i>Microsoft Word office</i>	Del 30 de julio al 30 de sept.	El estudiante del EPSL y el coordinador del área de prensa

Fuente: elaboración propia

2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

Tabla 10

Propuesta 1: actividades relacionadas al aspecto físico

Reducción de las dimensiones de	Reducción de sus dimensiones actuales (de 8.5 x 11 pulgadas, tamaño carta estándar) a un formato tipo folleto, de tamaño medio oficio por
---------------------------------	---

tamaño del manual.	página (6.5 x 8.5 pulgadas).
Entrega final de dos versiones del manual.	Una versión digital, comprendida con todos los elementos gráficos a <i>full color</i> . Y otra versión impresa a blanco y negro. Fuera de ese cambio, ambas versiones serán exactamente similares.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11

Propuesta 2: actividades relacionadas al aspecto gráfico y editorial

Diagramación de todos los contenidos	Organizar intencionadamente los contenidos del manual en el nuevo formato dimensional, para estilizar visualmente su carga conceptual y teórica. Aplicación variada en todo su largo; diagramación abierta, mezcla conceptual, de bloques, de árbol, etc.
Diseño de plantillas gráficas.	Esbozo digital de elementos gráficos (figuras) que estilicen al documento, y que se distribuirán en todo su largo. Un estimado de dos elementos gráficos por página (si se requiere).
Diseño de apoyos gráficos.	Creación digital de íconos, infografías, símbolos, bocetos y dibujos conceptuales que refuercen la carga comunicacional de cada apartado. Se considerará su aplicación de acuerdo a al requerimiento conceptual de su fuente (y se implementará, en caso de que se requiera)

Fuente: elaboración propia.

Tabla 12

Propuesta 3: actividades relacionadas al aspecto conceptual, informativo y editorial

Reducción, resumen y síntesis de los actuales enunciados.	Como conjunto de expuestos y como enunciados individuales se pretende la síntesis de todo el contenido original, el cual es desmesurado en su aspecto de la identidad y cultura organizacional, y no en guías de producción y estilo.
Actualización de todo el contenido.	Incluyendo los textos netos, cuadros y listados. Reajustar todos los conceptos, y eliminar los que sean considerados irrelevantes. Retomar su apartado como normativo del estilo.

<p>Agregado de nuevos conceptos, apartados y enunciados.</p>	<p>Inclusión de datos relevante para la labor, e importantes para quienes laboran en él. Datos no incluidos explícitamente en su única versión, pero necesarios para las circunstancias actuales, tanto contextuales como conceptuales y prácticas. Brindar normativas y guías facilitadoras.</p>
--	---

Fuente: elaboración propia.

2.7 Financiamiento

Los fondos monetarios ineludibles para la realización de las actividades del presente PEC, en cuanto al aspecto impreso del manual, provendrán en su mayoría del estudiante ejecutor. Estimado del 75% de inversión del estudiante; el otro 25% provendrá de la Institución.

Las actividades relacionadas al aspecto digital no requerirán de fondos monetarios algunos, puesto que el estudiante cuenta con los programas, plataformas y equipos tecnológicos digitales necesarios para su ejecución Estimado del 100% de inversión del estudiante.

2.8 Presupuesto

El presupuesto con el que el estudiante cuenta para la ejecución del presente PEC, es en un aproximado de mil Quetzales exactos (Q 1,000.00).

El aspecto digital, tanto en la creación gráfica de elementos de apoyo conceptual como en el desarrollo de una estructura de maquetación de contenidos, no se proyecta el gasto económico, dado que el estudiante cuenta con los recursos y soportes tecnológicos necesarios para ejecutarlo.

En cuanto al aspecto editorial y conceptual de los contenidos del manual, tampoco se proyecta el gasto económico, puesto que los instrumentos requeridos igualmente están en posesión del estudiante, y no requiere de adquirirlos.

La producción impresa del manual, por otro lado, sí proyecta el gasto de recursos económicos. Dicho esto, se presentan las siguientes acciones a emplear en el presente PEC que requerirán de dispendio financiero:

Materiales para un prototipo modelo en versión impresa del manual, y, un ejemplar conclusivo, que fungirá como producto final. Ello en su conjunto comprende los siguientes materiales:

Tabla 13

Materiales para la versión impresa

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
100	Hojas <i>bond</i> , tamaño oficio, calibre #	Q 00.80	Q 80.00
100	Impresión a blanco y negro	Q 00.50	Q 50.00
1	Armado del folleto	Q 200.00	Q 200.00
Valor total:			Q 330.00

Fuente: elaboración propia.

La propia locomoción del estudiante entre su residencia, y la ubicación de su sitio de prácticas, requerirá de gasto igualmente. Dicha movilización será a través del transporte público, empleando para ello cuatro prestaciones por jornada, y, un promedio de dos viajes semanales.

Ello comprende que de la semana a partir del lunes 12 de junio del presente año, se llevarán a cabo un estimado de 5 visitas de trabajo presenciales al sitio de la práctica. Medida tomada, debido también a la crisis sanitaria por la pandemia Covid-19.

Tabla 14

Gastos de locomoción del investigador

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
5	Visitas y juntas presenciales en la FGER y el Noticiero Maya K'at (pasajes de bus)	Q 22.00	Q 110.00
5	Tiempos de alimentación (almuerzos)	Q 15.00	Q 75.00
Valor total:			Q 185.00

Fuente: elaboración propia

La cotización de los servicios técnicos referentes al diseño gráfico y editorial, aplicado al producto manual, es la siguiente:

Tabla 15

Cotización de los servicios técnicos referentes al diseño gráfico y editorial

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
30	Diagramación y maquetación individual, por página de contenido, diseño de portada y contraportada y diseño de hojas preliminares.	Q 85.00	Q 2,250.00
1	Diseño de folleto díptico.	Q 697.25	Q 697.25
6	Armado de página simple (solo texto).	Q 27.15	Q 162.90
24	Armado de página compuesta (gráficos y apoyos).	Q 116.20	Q 2,788.80
1	Trabajo de pre-impresión.	Q 154.95	Q 154.95
6	Supervisión del trabajo en general.	Q 154.95	Q 154.95
Costo total:			Q 6,208.85

Fuente: cotizaciones de costos en las páginas: <https://www.linkestudiografico.com/preciodisenio> y en https://issuu.com/tramazona7/docs/tarifario_final_-_05agosto. *Ver anexos.

La cantidad monetaria empleada por tanto para la ejecución del presente PEC será de:

Q 14,800 (asesoría profesional del investigador) + Q 330 + Q 185 + Q 6,208.85 = **Q 21,523.85**

2.9 Beneficiarios

Tabla 16

Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficios
Directos: los tres periodistas de planta y de redacción del noticiero, y los 29 periodistas corresponsales, quienes están dispersos por las regiones del país.	Un documento de bolsillo, portable, dinámico y atractivo, fácil de comprender, breve y conciso, que brinde apoyo concreto a la labor periodística, y, que dé a los productos del Noticiero Maya K'at un estilo bien definido, que lo distinga de los demás.

Indirectos: la FGER, por ser Maya K'at su noticiero institucional y su medio informativo. Las 30 radios aliadas y afiliadas que la conforman. El público oyente, y el público interesado en laborar.	La FGER afianzará mayor calidad en sus producciones con la implementación activa de manuales guía y parámetros de trabajo. Las radios aliadas y afiliadas podrán tener acceso a un manual concreto como ejemplo de implementación y guía para su establecimiento. El público general podrá consultarlo también.
---	---

Fuente: elaboración propia.

2.10 Recursos humanos

Los recursos humanos que desempeñarán un papel íntegro en el desarrollo de las estrategias concebidas para el presente PEC, se clasifican en dos niveles de acción:

Tabla 17

Recursos humanos, nivel primario

Nivel primario de acción (equipo del área de prensa y redacción del Noticiero Maya K'at)	
Coordinador de prensa y del área de redacción	Encargado de la dirección del noticiero, y encargado de los equipos de trabajo. Actual conductor del noticiero. Labora en FGER y en Maya K'at desde el 2003. Periodista, locutor, redactor y editor. Su acompañamiento y respaldo serán indispensables para la modificación editorial de los contenidos del manual.
Estudiante en ejercicio (EPSL 2021)	Gestor del previo diagnóstico, del PEC, y de las actividades propuestas para el Noticiero Maya K'at.
Supervisor académico del estudiante en el EPSL 2021	Docente de la ECC-USAC que acompaña el proceso del estudiante, y el cual le brinda soporte en todo el ejercicio.
Coordinación académica del EPSL 2021	Equipo docente de la ECC-USAC encargado de coordinar el ejercicio, de brindar los parámetros y las revisiones finales al proyecto del estudiante.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 18

Recursos humanos, nivel secundario

Nivel secundario de acción (personal directivo de la FGER)	
Director Ejecutivo de la FGER	Encargado general de la dirección de la federación y de la toma de sus decisiones como Institución. Le concierne por tanto, la decisión final respecto de los procesos de las áreas de trabajo, y por tanto, del presente ejercicio.
Junta directiva y asamblea general	Entidades más altas de la federación. Lideresas y líderes de las radios comunitarias que forman parte de estas cúpulas organizacionales. Autoridades ancestrales.

Fuente: elaboración propia.

2.11 Área geográfica de acción

Las actividades concebidas en el presente PEC se llevarán a cabo en el área geográfica metropolitana, ciudad de Guatemala.

La realización de los procesos creativos y editoriales para la renovación del manual de estilo del Noticiero Maya K'at se ejecutarán en el domicilio del estudiante, así como en las instalaciones de la FGER. La impresión del manual final, se realizará igualmente en la metrópoli.

La entrega impresa del producto final se hará en las instalaciones de la federación, al equipo del área de prensa.

Sin embargo, su aplicabilidad abarcará a todos los periodistas corresponsales del noticiero, los cuales se encuentran dispersos por las cinco regiones del país. Esta réplica y distribución correrá por cuenta de la federación y del noticiero.

Su colocación digital, igualmente partirá de las instalaciones centrales de la FGER y del noticiero, sitio desde donde se gestionan las plataformas digitales de la institución, y, a partir de dicho punto, el manual será accesible en su versión digital a quien desee acceder a él.

2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 19

Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución (2021)
Reducción de las dimensiones de tamaño del manual.	Reducir las dimensiones del documento, a un tamaño de folleto.	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 15 al 18 de julio.
Reducción, resumen y síntesis de los actuales enunciados.	Actualizar su contenido teórico y conceptual, de acuerdo a las características y necesidades actuales.	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL y equipo del área de prensa de la FGER.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 15 de julio al 5 de agosto.
Actualización del contenido existente.	Actualizar su contenido teórico y conceptual, de acuerdo a las características y necesidades actuales.	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL y equipo del área de prensa de la FGER.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 23 al 27 de julio.
Agregado de nuevos conceptos, datos, apartados y enunciados relevantes.	Actualizar su contenido teórico y conceptual, de acuerdo a las características	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL y equipo del área de prensa de	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 20 de agosto al 30 de sept.

	y necesidades actuales.		la FGER.			
Diagramación de los contenidos textuales y visuales.	Desarrollar la modernización de su contenido, con la aplicación de técnicas de diseño gráfico y editoriales.	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 20 de julio al 30 de sept.
Diseño de elementos gráficos atrayentes / plantillas (en caso de ser requeridos).	Desarrollar la modernización de su contenido, con la aplicación de técnicas de diseño gráfico y editoriales.	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 25 de julio al 25 de sept.
Diseño de apoyos gráficos (en caso de ser requeridos).	Desarrollar la modernización de su contenido, con la aplicación de técnicas de diseño gráfico y editoriales.	Ninguno.	Estudiante en ejercicio EPSL.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 15 de agosto al 30 de sept.
Presentación de dos versiones (digital y física impresa).	Renovar a totalidad el manual de estilo del Noticiero Maya K'at.	Q 310.00	Estudiante en ejercicio EPSL.	República de Guatemala.	El equipo periodístico completo del Noticiero Maya K'at.	Del 25 agosto al 30 de sept.

Fuente: Elaboración propia.

2.13 Cronograma del plan de comunicación

Tabla 20

Cronograma del plan de comunicación

No.	Actividad del plan	MESES																		
		Julio					Agosto					Septiembre					Octubre			
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4
1	Organización de las primeras ideas	■	■																	
2	Primera reunión y lectura de guía		■																	
3	Diseño de las nuevas dimensiones			■																
4	Síntesis y resumen de contenidos				■	■	■													
5	Actualización de los contenidos existentes					■	■													
6	Depuración de datos inconcistentes						■	■												
7	Diagramación de elementos				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
8	Diseño de elementos gráficos				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Diseño de apovos gráficos									■	■	■	■	■	■	■	■			
10	Inclusión de datos relevantes actuales										■	■	■	■	■	■	■			
11	Primeras revisiones institucionales																	■		
12	Segundas revisiones institucionales																		■	
13	Ajustes finales																			■
14	Ajustes finales																			■
15	Capacitaciones al personal de la FGER y al equipo de prensa Maya K'at																			■

Fuente: Elaboración propia.

El documento, está destinado a concluirse antes del mes de noviembre; mes, del aniversario de la red Maya K'at. Por ende, el cronograma se dilata hasta el mes de octubre, tiempo en el que, conjunta y estratégicamente con la coordinación de prensa, se acordaron los plazos de aprobaciones y revisiones pertinentes por las entidades directivas superiores de la FGER.

Capítulo 3

Ejecución de la estrategia

3.1 Actualización de fondo del manual de estilo del Noticiero Maya K'at

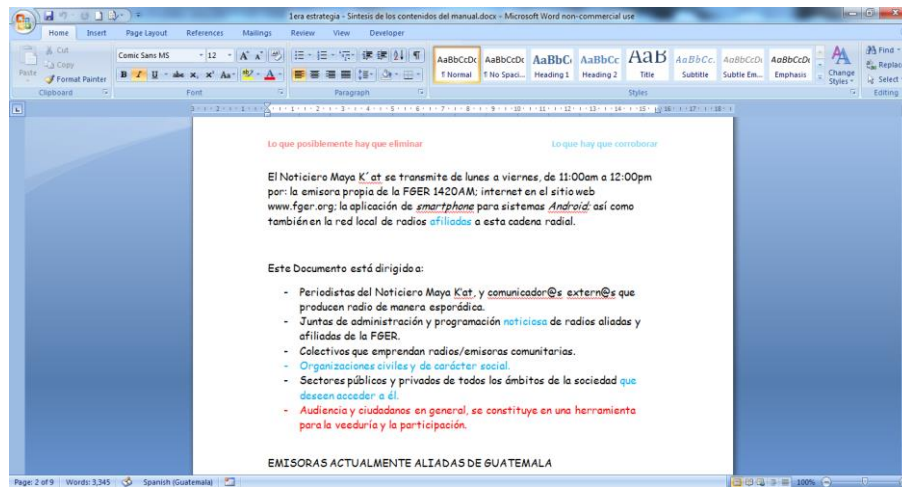
3.1.1 Resumen de los contenidos del manual original

Fueron eliminadas redundancias verbales y conceptuales, especialmente en sus secciones de identidad y cultura organizacional. El objetivo fue acortar, puntualizar y facilitar su lectura. El medio utilizado será la página *web* en su versión digital, y, en versión impresa.

Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto gastado para esta actividad (reducción de 18 páginas a 14), fue de Q 900.00 para todo el documento, a consideración del editor. Actividad concluida.

Figura 13

Resumen de los contenidos

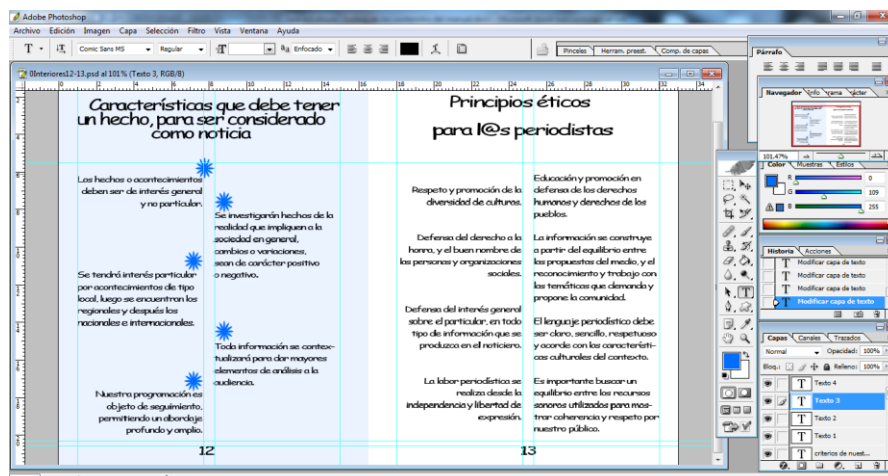


Fuente: captura de pantalla propia

3.1.2 Actualización y reajuste de todos los contenidos del manual

Su objetivo es refrescar sus enunciados ya desarrollados, y adecuarlos a la actualidad. El medio utilizado será la página *web* en su versión digital, y, también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto a invertir será de Q 700.00 para todo el documento.

Figura 14
Reajuste de los contenidos

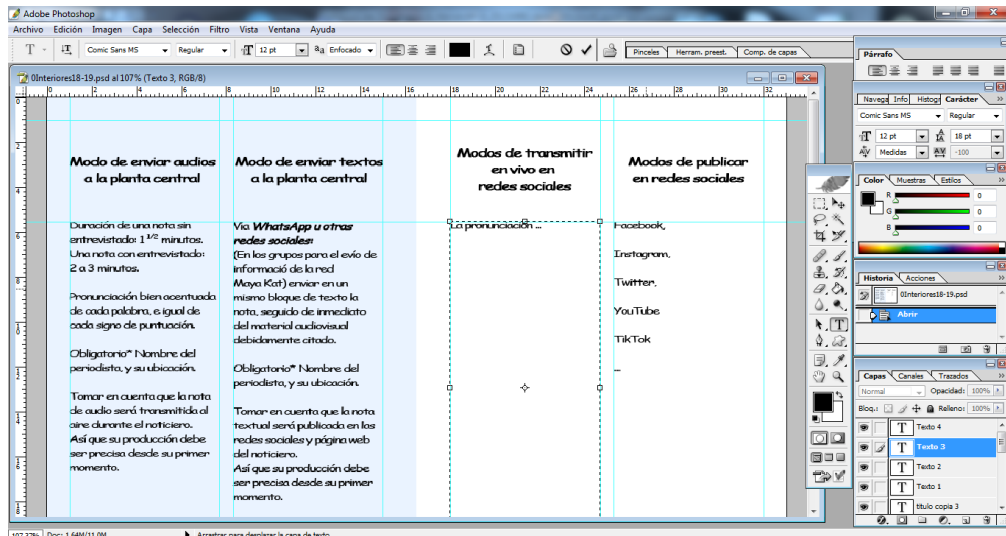


Fuente: captura de pantalla propia

3.1.3 Inclusión de nuevos datos

Actividad en proceso. El objetivo es desarrollar los apartados del manual que no se concretaron anteriormente, como el caso, de las guías y normativas del estilo. El medio utilizado será la página *web* en su versión digital, y, también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto a invertir será de Q 1,600.00 para todo el documento.

Figura 15
Inclusión de nuevos datos



Fuente: captura de pantalla propia

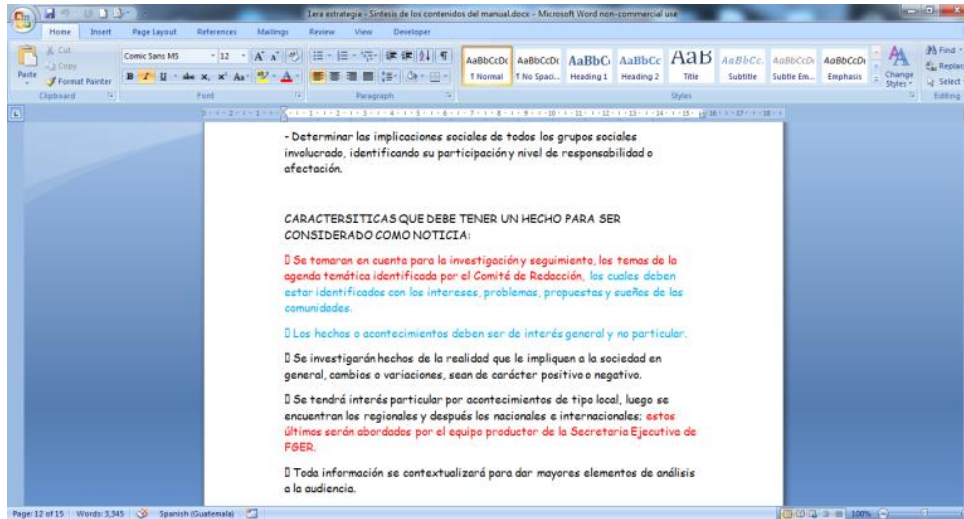
3.1.4 Exclusión y depuración de datos

Desde el período inicial de resumen y síntesis, se precedió a la primera depuración de datos. El objetivo es adecuar a la actualidad todo lo que el documento manifieste, de modo claro, sencillo y entendible, para una mejor comprensión. Esta exclusión y depuración, no altera la esencia medular del documento original.

El medio utilizado es la página *web* en su versión digital, y, también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto invertido en esta labor fue de Q 600.00 por todo el documento.

Figura 16

Exclusión y depuración de datos del actual manual



3.2 Actualización de forma del manual de estilo del Noticiero Maya K'at

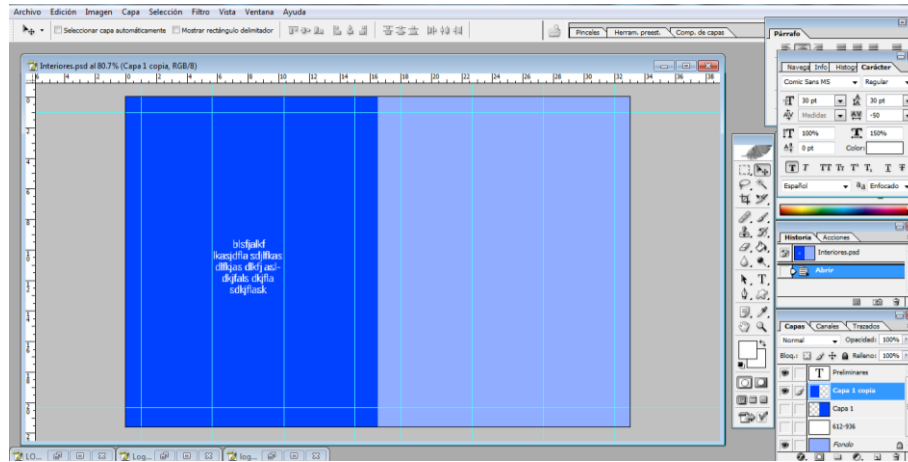
3.2.1 Rediseño de las dimensiones del manual

En base a las dimensiones de tamaño propuestas para el manual en el anterior capítulo (6.5 x 8.5 pulgadas) se diseñaron los lienzos digitales y, los márgenes, los cuales serán aplicados en cada página, incluyendo la cubierta y la contraportada. El estilo visual de estos márgenes sin embargo, variará de acuerdo al estilo característico de la página.

Su objetivo es desarrollar un documento cómodo y portable para el periodista, tipo folleto. El medio utilizado es la página *web* en su versión digital, y, también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto invertido en esta labor fue de Q 500.00. Concluido.

Figura 17

Diseño de márgenes y formato de maquetación, dentro de las nuevas dimensiones



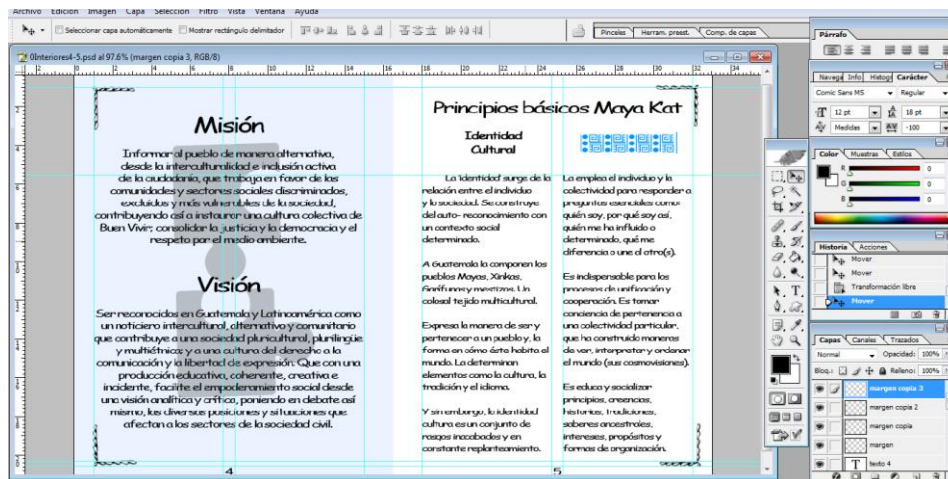
Fuente: captura propia de pantalla

3.2.2 Diseño de elementos gráficos

Actividad en proceso (y en caso de necesitarse). Su objetivo es estilizar el manual, con material gráfico sencillo y puntual. El medio utilizado es la página *web* en su versión digital, y, también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto a invertir será de Q 600.00 para todo el documento.

Figura 18

Diseño de elementos gráficos



Fuente: captura propia de pantalla

3.2.3 Diseño de apoyos gráficos

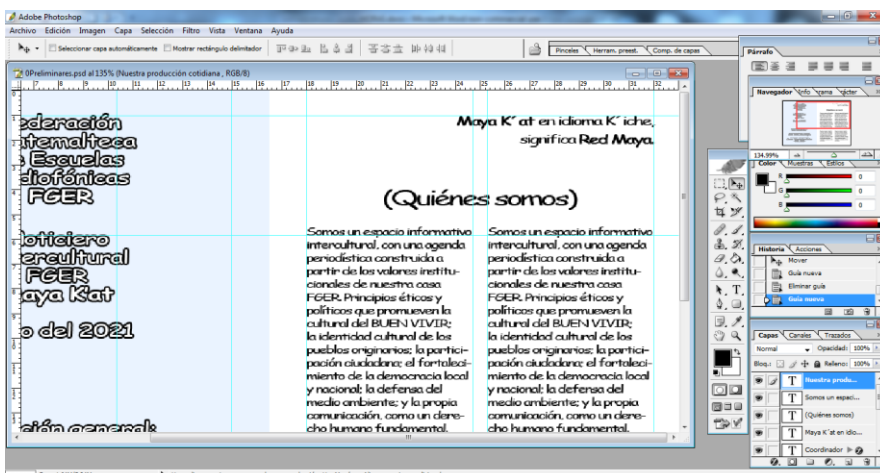
Actividad por realizarse (en caso de ser necesario). Su objetivo es reforzar y apoyar conceptualmente los contenidos textuales del manual, con material gráfico compuesto y complejo. El medio utilizado será la página *web* en su versión digital, y también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto a invertir será de Q 1,000.00 para todo el documento.

3.2.4 Maquetación y diagramación

Actividad en desarrollo. Estilizar visualmente el manual y todo el contenido que lo compone es el objetivo. El medio utilizado será la página *web* en su versión digital, y también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto a invertir será de Q 1,250.00 por todo el documento.

Figura 19

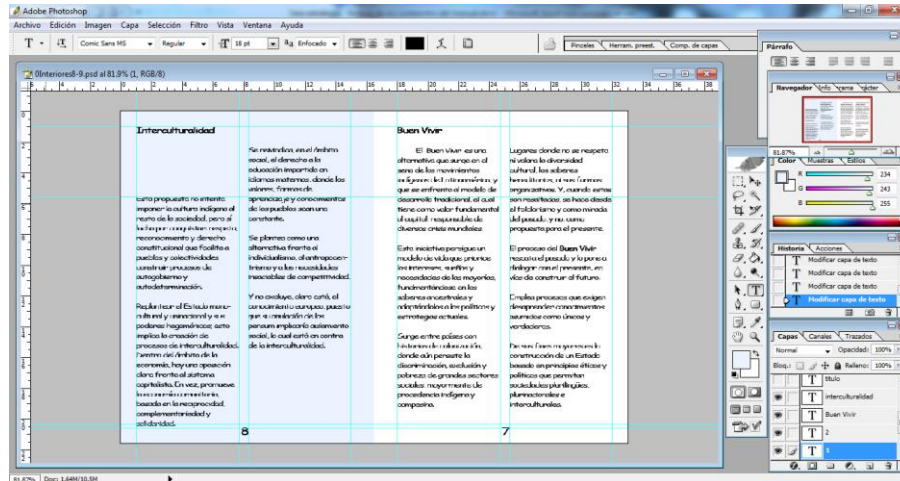
Maquetación de los elementos del documento



Fuente: captura propia de pantalla

Figura 20

Diagramación de los elementos del documento



Fuente: captura propia de pantalla

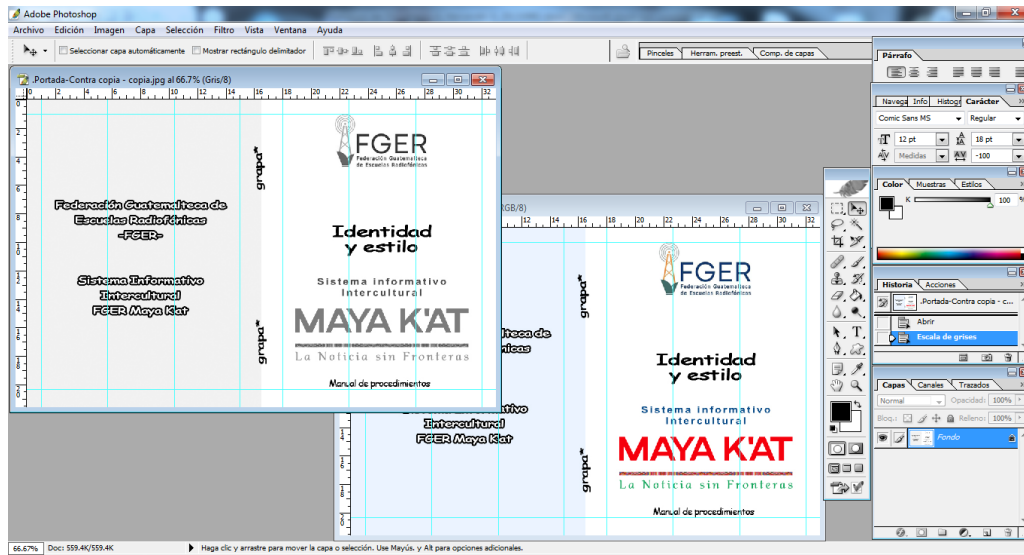
3.3 Diseño dual del manual

Esta actividad se desarrollará en la etapa final de esta ejecución. Su objetivo es brindar una versión impresa de costo reducido, y, también una versión digital a color.

El medio utilizado es la página *web* en su versión digital, y, también en versión impresa. Su área geográfica de impacto es nacional, puesto que será repartido a cada corresponsal regional. El monto a invertir para este cometido será de Q 5,200.00 por ambas versiones del documento.

Figura 21

Diseño dual del producto



Fuente: captura propia de pantalla

El documento, puede hallarse en el siguiente link de Drive, para su visualización:

[https://drive.google.com/drive/folders/13FYNMGPuT8WRBNATBxUedUI9xdYULhx3?usp=sh
aring](https://drive.google.com/drive/folders/13FYNMGPuT8WRBNATBxUedUI9xdYULhx3?usp=sharing)

Tomar en cuenta que el documento continúa en desarrollo.

Conclusiones

- a) Los documentos organizacionales e institucionales, al contener sus enunciados de cultura e identidad, pueden ser confundidos con los documentos guía, normativas y manuales de procedimientos de trabajo. Tal es el caso del “manual de estilo Maya K’at”, el cual corresponde más bien a los enunciados de la cultura organizacional del noticiero.
- b) Los errores técnicos y prácticos que suelen cometerse en la producción informativa y comunicacional del Noticiero Maya K’at, se deben a una heterogeneidad en los procedimientos de producción.
- c) Los documentos guía/normativos sustentan eficientemente a los procesos de formación y capacitación que puedan ser recibidos, en cualquier entidad. Por sí sola, la formación aporta y enriquece los conocimientos, pero si limita al momento en que esta es impartida. Los dichos documentos, son sustento de estos procesos, y a su vez, notas técnicas útiles para cualquier persona, formada o novicia.
- d) El documento fue concebido desde un primer momento como híbrido, y es requerido que así se mantenga, que contenga tanto sus elementos característicos culturales y de identidad institucional, como las guías y normativas concretas para producción y estilo. Por ello, se pretende la adecuación de un nuevo título para este documento en su versión finalizada.
- e) El documento, una vez diagramado y estilizado, resulta digerible y atractivo, contrario a su versión inconclusa. El diseño gráfico es indispensable para su cometido.
- f) Los documentos organizacionales, de cultura e identidad, y las guías y normativas de trabajo de los medios de comunicación, fácilmente caen en la des-actualización, puesto que las ciencias de la comunicación son volátiles a todos los cambios en la sociedad. Con facilidad puede caerse en la incoherencia con la práctica y la idiosincrasia.

Recomendaciones

- a) Se recomienda que este tipo de documentos, por contener información sensible a los cambios, sea revisado, readecuado y actualizado periódicamente, en lapsos de tiempo estimados de al menos cinco años, por parte de la organización. Aplica, para cualquier entidad de comunicación.

- b) Que el documento pueda ser portado en ambas versiones (digital en un *smartphone*, e impresa) por los periodistas del noticiero en todo momento y lugar, como una parte crucial de su equipo de trabajo. Y que así, puedan ser portadas las guías y normativas en cualquier índole de trabajo.

- c) Que los equipos de trabajo del noticiero utilicen el manual, como una guía de estilo concreto, e igualmente para los distintos procedimientos de producción radial y escrita del noticiero.

- d) Descargar su versión digital oficial de la página *web*: www.fger.org al hallarse éste disponible, y no, por otros medios o enlaces.

- e) Emplear este documento activamente en los procesos de formación y capacitación que la FGER y el noticiero llevan a cabo con el personal novicio, en procesos virtuales y presenciales.

- f) Incentivar a las otras secciones comunicacionales que conforman la FGER a desarrollar sus documentaciones necesarias para ejercer su labor con alta calidad y respaldo.

- g) Difundir, no solo al equipo periodístico del Noticiero Maya K'at, sino a cada radio aliada y afiliada a la FGER, una copia del documento, como referencia del trabajo periodístico del medio.

- h) Tomarlo como referencia de documentación coherente y válida para la labor mediática.

- i) Que el personal de la FGER, especialmente el que trabaja en la gestión y producción comunicacional, pueda capacitarse constantemente en temas de documentación organizacional, y que el equipo Maya K'at completo, pueda capacitarse constantemente en tecnologías y redacción.

Referencias bibliográficas y e-grafías

- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Recuperado de:
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/27870/EL%20PLAN%20ESTRATEGICO%20DE%20COMUNICACION.pdf?sequence=1>
- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER (2021). *Nosotros, misión, visión*. Ciudad de Quito, Ecuador.: ALER. Recuperado de <https://www.aler.org/node/1>
- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER (2021). *Socias, Nuestras afiliadas*. Ciudad de Quito, Ecuador.: ALER. Recuperado de <https://sistema.aler.org/?q=afiliadas-sitio-web>
- Definista (2015) *Apoyo gráfico*. España: Definicionyque.es. Recuperado de <https://definicionyque.es/apoyo-grafico/>
- Diccionario Larousse. (1993) *Pequeño Larousse ilustrado*. (Edición 4-M)
- Federación guatemalteca de escuelas radiofónicas FGER (2021). *1420AM, Estudio de grabación*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.: FGER. Recuperado de <https://www.fger.org/cadena-radial-fger/estudio-de-grabacion/>
- Federación guatemalteca de escuelas radiofónicas FGER (2021). *1420AM, FGER -Cobertura nacional*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.: FGER. Recuperado de <https://www.fger.org/cadena-radial-fger/>
- Federación guatemalteca de escuelas radiofónicas FGER (2021). *Noticiero Intercultural FGER Maya K'at*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.: Noticiero Maya K'at. Recuperado de <https://www.fger.org/noticias-maya-kat/>
- Federación guatemalteca de escuelas radiofónicas FGER (2021). *Quiénes somos. Historia*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.: FGER. Recuperado de <https://www.fger.org/historia/>
- Federación guatemalteca de escuelas radiofónicas FGER (2021). *Quiénes somos. Misión*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.: FGER. Recuperado de <https://www.fger.org/mision/>

- Federación guatemalteca de escuelas radiofónicas FGER (2021). *Quiénes somos. Visión*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.: FGER. Recuperado de <https://www.fger.org/vision/>
- Formanchuk, Alejandro (2006). Comunicación Interna, Externa e Imagen Corporativa: Nuevos Paradigmas para una Economía Global. *Razón y Palabra*, (49), ISSN: Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520713024>
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*. México. Google académico. Se extrajo de: <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Interiano, C. (1991) *Semiología y comunicación*. Guatemala, Guatemala. Inter Naciones e.v.
- Macías, Y. K. (2012) *Plan de mejoramiento de la comunicación organizacional en la empresa Quality Plus Service S.A.S.* (Tesis de pregrado). Universidad EAN, Bogotá, Colombia.
- Marca, G. (2018) *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación. Volumen IV La investigación estratégica de evaluación*. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NIAtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT227&dq=plan+estrat%C3%A9gico+de+comunicaci%C3%B3n+&ots=dnkdLGuzCB&sig=5uaKO-p4edpiPbGhf7AclwRDD6s#v=onepage&q=plan%20estrat%C3%A9gico%20de%20comunicaci%C3%B3n&f=false>
- Martín, F. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. *Correspondencia & Análisis*, No. (1), 101-114. DOI: <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.07>
- Martínez, C. C., Díaz, A., y Martínez, I. (2019) Procedimiento general para elaborar el plan estratégico. *Ponencias – Departamento de economía 45, Universidad central “Marta Abreu” de las Villas*. (1), 4-14. Recuperado de <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/12404/TrabEventoCarlos%2bAgustin%2bIliane%28V0%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Monserrat, J. M. (2014). *Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación*. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ytGeBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=>

plan+estrat%C3%A9gico+de+comunicaci%C3%B3n+&ots=t46vuCYf8-
&sig=mkdiJMx_uy5BHZHfZzuugBMS4Yk#v=onepage&q=plan%20estrat%C3%A9gico
%20de%20comunicaci%C3%B3n&f=false

Navarro A. (2014). *Propuesta de manual de estilo para la revista Popcorn. Profesionalizar la frivolidad* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, México D.F.

Noticiero Maya K'at, FGER. (2014). *Manual de estilo noticiero Maya K'at. Sistema informativo intercultural Maya K'at*. Área de prensa de la FGER.

Ocampo, M. C. (Ed.). (2011). *COMUNICACIÓN EMPRESARIAL. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos de comunicador en las organizaciones*. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vJ4bmz7O8iUC&oi=fnd&pg=PA1&dq=plan+estrat%C3%A9gico+de+comunicaci%C3%B3n+&ots=vTOBfYZ3kc&sig=FQQniT1hekmSeTZaJJTLHqcmL9U#v=onepage&q=plan%20estrat%C3%A9gico%20de%20comunicaci%C3%B3n&f=false>

Pinto, A. B. (2017). La comunicación interna-externa como estrategia motivacional de las organizaciones. *Revista Didasc@lia: D&E*. Vol. VIII (3). Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6662628>

Sainz, J. M. (2017) *El plan estratégico en la práctica*. Recuperado de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=69YzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=pasos+metodo%20de%20trabajo+para+aplicar+un+plan+estrat%C3%A9gico&ots=z3oxftzqGw&sig=v9NvR7YtNiMAh7JSdsNbW2J01R8#v=onepage&q&f=false>

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Tur-Viñes, Victoria, & Monserrat-Gauchí, Juan (2014). El plan estratégico de comunicación.

Estructura y funciones. *Razón y Palabra*, (88). Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199532731046>

Anexos

Anexo 1: de las guías de observación

Guía de observación del manual de estilo del medio “Noticiero Intercultural FGER Maya K’at” (análisis de contenido)	
1. Objetivo	Identificar los elementos de forma y contenido que presenta el manual de estilo del noticiero Maya K’at.
2. Observador	Marco Antonio Hernández Arévalo
3. Su estructura física (apariciencia)	
<p>Es un documento digital redactado en <i>Office Word</i>, que consta de un total de 21 páginas. No posee imágenes, solo texto.</p> <p>No emplea como tal una línea gráfica; en su portada, los colores de los elementos de apoyo gráfico, coinciden con los actuales colores institucionales del noticiero Maya K’at.</p> <p>Su antiguo logo, lo utiliza en la portada y, en todas las páginas interiores, como un apoyo visual. En dichas páginas, lo coloca centralizados, y al cierre de página.</p> <p>La portada, también incluye el logotipo de la FGER, con una mayor dimensión, comparado con el del noticiero.</p> <p>La tipografía es <i>Calibri</i>, tamaño 11.5, texto justificado, y su numeración de páginas se ubica en el extremo superior derecho.</p>	
4. Sus apartados	
<p>El manual consta de 16 apartados.</p> <p>El primero de ellos es la portada, que incluye la identificación propia del documento, y de la institución (una página).</p> <p>El segundo es la página introductoria del manual e identificadora del medio (una página).</p> <p>El tercero es un corto apartado donde se enlista, a actores grupales o individuales para los cuales el manual está dirigido y podría ser de utilidad; su grupo objetivo (una página).</p> <p>El cuarto es un listado de las emisoras radiales afiliadas a la FGER (una p.).</p> <p>El quinto es el destinado para albergar la misión y la visión del noticiero (una p.).</p> <p>En el sexto se desglosan los objetivos, genera y específicos del noticiero (una p.).</p> <p>El séptimo representa las bases ideológicas y los principios básicos del medio, los cuales se resumen en tres principales (cuatro pp.).</p> <p>El octavo señala cuáles son las políticas de producción informativa del noticiero; su compromiso, las cuales son cuatro (una p.).</p> <p>El noveno revela sus valores periodísticos de producción como noticiero, los cuales también son cuatro (una p.).</p> <p>El décimo apartado se dedica para establecer los criterios de producción y emisión del noticiero (tres pp.).</p> <p>El onceavo apartado es una tabla que, presenta la estructura del noticiero Maya K’at, como era presentado para ese entonces (una p.).</p> <p>El doceavo indica las características que, a criterio de la editorial del noticiero, debe tener un hecho para ser considerado como ‘noticia’ (una p.).</p>	

El treceavo muestra, también ayudado de una tabla, la estructura básica para producir una nota periodística, acorde a los parámetros de trabajo del medio (una p.).

El catorceavo enlista una serie de principios éticos para periodistas y corresponsales del noticiero, indispensables de aplicar para una coherencia en las producciones (una p.).

El penúltimo de los apartados del manual de estilo del noticiero Maya K'at, está reservado para brindar detalles acerca de las pautas publicitarias con las que el noticiero trabajaría en ese entonces y, los criterios para construir las (una p.).

Por último, el manual presenta un cuadro en el que, debieran aparecer las personas que lo revisaron, corrigieron y nutrieron hasta su culminación. Sin embargo el cuadro aparece vacío (una p.).

5. Tipos de informaciones

La portada, brinda la identidad del documento, del noticiero y de la federación; coloca ambos logos (antiguos) y apoyos gráficos, cuyos colores coinciden con la actual identidad.

Inmediatamente en su página introductoria inicial, indican que sus bases ideológicas parten de las de la FGER; delimitan su espectro de acción organizativa y comunicacional; señalan sus alianzas estratégicas, alcances y cobertura; y su horario y espacios de transmisión, todo ello, de manera resumida, a manera de introducción. Comunica explícitamente el grupo objetivo del manual, y a quiénes está dirigido el documento.

Presenta a sus emisoras afiliadas, con el fin de ser identificadas con sus nombres, sus frecuencias (emisoras) locales, y su ubicación geográfica.

Indica su razón de ser y de actuar, su motivo de existencia en el espectro social, mediante su misión y su visión. La visión, cabe resaltar, es proyectiva, y se plantea metas para el año 2020.

Establece de manera clara sus objetivos general, y específicos. Presenta dos opciones de objetivo general, los cuales se enfocan a la inclusión y a la reivindicación; y seis objetivos específicos, también enfocados a los mismos fines, pero indicando acciones específicas para conseguirlos. Algunos de sus objetivos específicos, más bien pueden ser considerados como objetivos generales.

Comunica sus principios básicos de trabajo, como noticiero informativo, siendo el primero de 'identidad cultura', partiendo también de los principios básicos de la FGER. Busca posicionar esa identidad fuertemente con el ámbito social comunitario, que en Guatemala es abundante en matices.

El segundo de sus principios de trabajo constituye la 'interculturalidad'; un reconocimiento pleno de que en este país reinan muchas culturas diferentes, con conocimientos y prácticas propias, y que ninguna es superior o inferior a otra. Reivindica e incluye en su trabajo a los cuatro conjuntos de pueblos de Guatemala: Maya, Garífuna, Xinka y mestizo. Esta apuesta es por el respeto de la diversidad cultural.

El último de los principios básicos del noticiero Maya K'at es, el 'buen vivir'. Representa la filosofía general de la labor comunicacional de la FGER. Para el medio, representa la reivindicación plena de los derechos del ser humano, y del sistema natural. Significa una

alternativa frente al modelo de desarrollo establecido por el sistema capitalista, que incluya a todos los sectores de la sociedad, pero especialmente, a los desposeídos y vulnerados. Indican que surge esta concepción de parte de los pueblos indígenas de América, que aún viven bajo yugos de colonialismo.

Informa de sus políticas de producción informativa, y las estrategias para llevarlo a cabo, las cuales son: con sus contenidos y producciones, educar; la coherencia; la creatividad y la incidencia.

Indica sus valores periodísticos de producción informativa los cuales son: la imparcialidad; la veracidad; el equilibrio y la claridad en sus producciones, y que como medio se compromete a trabajar bajo ellos.

Advierte los criterios bajo los que se rige, tanto para la producción como para la emisión de sus contenidos. Abarca un comité de redacción encargado de velar por la agenda temática del noticiero. Está compuesto por la junta directiva, la secretaría ejecutiva de la FGER, y por representantes de los reporteros del noticiero; también indica las principales funciones de este aglomerado.

Abarca también el aspecto de la operatividad, que es la comunicación constante de este aglomerado de colaboradores, y que ello les permita lograr sus objetivos planteados, consiguiendo así coherencia también con su misión y su visión.

También destacan el criterio de su agenda temática, la cual define periódicamente los contenidos que los periodistas del noticiero deberán cubrir y, sus fuentes preferenciales. En esta misma línea, el documento plantea también los criterios que deben seguir sus reporteros; determinan cuáles sucesos son acordes al criterio ideológico del medio. Representa las características que debe tener un hecho para ser considerado como noticia.

Expone, de forma concisa, la estructura del noticiero, para ese entonces. Consta de un total de 17 bloques de inicio a fin, abarcando la hora que dura el noticiero. Se consideran aquí los segmentos, la composición, las características, los idiomas y, los tiempos, por cada bloque.

Como elemento básico del manual, reservan un apartado también para definir la estructura de la nota periodística, tanto escrita como parlada. El documento relaciona de manera jerarquizada, la información que debe contener la nota periodística del noticiero Maya K'at. Para el manual, cuatro son los elementos básicos para realizar una nota, siendo la presentación de la nota; su introducción; su desarrollo; y su cierre o despedida.

Aparte un espacio también para aclarar, como noticiero, cuáles son los principios éticos para sus periodistas y corresponsales, enlistando ocho aspectos fundamentales; de igual manera enumera cuáles debe ser los principios éticos de los periodistas y corresponsales, para con las fuentes de información; cinco aspectos recalca el documento aquí.

La pauta publicitaria del noticiero es la penúltima de las informaciones que ofrece su manual de estilo. Hace una diferenciación respecto de la pauta entre, propaganda y publicidad y, manifiesta

sus criterios para la construcción de sus pautas. Aclara su postura respecto de la publicidad, concretando que ésta no atentará contra los principios éticos y políticos del noticiero y de la FGER.

La última de las informaciones que ofrece (más sin embargo, no brinda) es el listado de las personas que revisaron, nutrieron y corrigieron el manual de estilo. Es una tabla de 28 renglones y criterios de nombre, institución y fecha, pero la tabla aparece vacía; no cuenta con ningún dato.

Guía de observación del medio “Noticiero Intercultural FGER Maya K’at” en su plataforma radial “1420AM” (monitoreo del medio)		
1. Objetivo	Identificar las características de la forma de transmisión de información, por parte de los periodistas del noticiero Maya K’at.	
2. Datos de acción		
Observador	Marco Antonio Hernández Arévalo	
Fecha de inicio	19 de abril de 2021	De las 11am hasta las 12pm todos los días.
Fecha de finalización	23 de abril de 2021	
3. Su dicción		
<p>19 de abril: Buen manejo de introducción de audio (declaración de un tercero) en una nota. Cabina refuerza la información, y anuncia foro. Buen manejo de las palabras, buena dicción oral. Algunas palabras acentuadas y mencionadas con bajo volumen. (Dos primeras notas, del interior, y alrededor de un minuto de duración). Tercera nota, de la sala de redacción. Buena pronunciación. Respeta las cinco w de una estructura básica para una nota (cuatro minutos de duración). Primera pausa (min 16). (min 23) vuelta al noticiero y directamente al foro. Clara y correcta dicción en el foro. Presentación e interacción con los participantes, correcta.</p> <p>20 de abril: Algunas palabras faltantes. La reflexión del Nahual, correctamente pronunciada. Primera transmisión, desde oriente. Buena dicción del conductor. El periodista hizo una referencia en primera persona; un poco tímido; buen tiempo de la nota. Segunda nota: buena dicción, se desenvuelve bien; nota con buen tiempo, habla rápido. Tercera nota: habla lento, pero con buena acentuación. Cuarta nota: habla rápido el periodista, menos de un minuto. Quinta nota: buena dicción. Sexta nota: uso de muletillas. Séptima nota: el flujo de las palabras en idioma maya es bueno; en español, también; buena pronunciación. Octava nota: buena introducción; buen manejo de los elementos de la nota; *entrevista en vivo* ingresada de manera brusca; buen cierre de la entrevista, pero brusco cierre de nota por parte de producción. [Entrevista ingeniero de la FAUSAC 30 minutos] Las preguntas son concretas, simples, coherentes; aporte de datos; buena dicción; buen manejo de los temas; buen manejo de los tiempos; buen contenido conceptual para finalizar la entrevista.</p> <p>21 de abril: buena dicción la del presentador; bien pronunciada la introducción a la reflexión</p>		

sobre el Nahual. (Segmento, iniciando distinto el noticiero) buena pronunciación la del periodista, algunas calificaciones, algunas palabras incorrectas, pero pocas. Segmento cerrado. Correcta dicción, pero un poco acelerada la voz; algunas palabras pronunciadas muy rápido. Tercera nota, buena pronunciación; la velocidad es medida. Cierre repentino.

Imprecisiones como “el día de ayer”.

Periodista de Huehuetenango con voz apagada, pronunciación regular.

Información desde la sala de redacción. Algunas palabras incorrectas por parte del presentador.

La periodista buena pronunciación; algunas palabras incorrectas. Buena introducción a la declaración (audio); algunas palabras incorrectas, gramática con errores. Segundo corte (11:35).

Sección entrevista, buena dicción la del conductor, buena introducción para el entrevistado; tipo conversatorio.

22 de abril: Buena dicción la del conductor, claro, velocidad comprensible; el conductor tiene buen relacionamiento con los radioescuchas, da información tipo nota breve, previo al enlace de la nota concreta. Buena dicción de la periodista en su entrevista, entrevista de importancia de buen tiempo, buena despedida.

Segunda nota de carácter nacional; en conmemoración al día de la Tierra; buena presentación de la periodista; buena dicción de la periodista; buena manera de ingresar declaraciones, brindando la debida información de cada declaración y declarador.

La siguiente nota, el conductor emite información calificativa; el periodista buena dicción, buen manejo de los elementos. Siguiendo nota de dicción habla rápida, algunas palabras no se entienden. La siguiente nota, el periodista es amistoso, con voz suave, lenta y reflexiva. Habla en primera persona, tipo editorial, no tanto nota periodística.

Nota con dicción clara, mejorada (es el mismo periodista de la voz acelerada).

Comunicado de las comunidades, leído por el conductor, con voz dramática, respetando los signos de expresión; bien leído, no se traba.

Segmento cultural* buena dicción la de la presentadora de la información; clara, entendible. También tipo editorial.

Segmento deportivo* primera vez que lo oigo: la dicción es clara; pronunciación podría mejorar.

23 de abril: Buena dicción del conductor, buena velocidad. Segmento de noticias nacionales; la primera nota es introducida por el conductor, bien hecho. Primera nota del interior; locutor habla fluido y claro. Segunda nota, audio con bajo volumen, por tanto no se entienden mucho las palabras; palabras cotidianas, no técnicas. La tercera nota, el periodista habla claro y a buena velocidad; algunas palabras incorrectas; dicción entendible, pero podría mejorar. La cuarta nota, la voz de la periodista es apagada, desanimada; los términos que utiliza son calificativos; identifica con más ánimo al noticiero al final de la nota. La quinta nota, el periodista ingresa bien, entendible, buen audio; presenta correctamente al entrevistado, no aporta informaciones con cada pregunta, solo pregunta; despide correctamente al entrevistado, y el cierre de la nota.

Segmento de noticias nacionales; segundo bloque desde el interior; conductor introduce datos. El periodista habla claramente; correcta velocidad y pronunciación.

Nota desde la sala de redacción* la periodista habla claro, con velocidad un poco acelerada; ingresa declaración de manera correcta, presenta bien a la declaradora; la periodista aporta información importante entre cada declaración; nota larga. El conductor tiene ciertos fallos de

pronunciación, y no se disculpa; el siguiente reportaje la periodista lo aborda con voz correcta. La siguiente nota, presentó audios de declaración inentendibles; gramática con errores.

Enlace a radio del interior, reporte tipo reportaje; pre producido, por tanto la dicción es correcta, buenas velocidades.

Enlace directo, sin anunciamiento, desde el interior (en un corte, no se identifica si fue una nota como tal del día), buena pronunciación la de la periodista, habló con velocidad entendible, aunque la nota fue corta.

Continúan las noticias nacionales, a cuatro minutos de finalizar el noticiero. Noticia brindada por el conductor, buena pronunciación; errores en datos, los corrigen pero no indican. No hubo despedida como tal del noticiero.

4. Su ordenamiento de los elementos periodísticos dentro del producto informativo

19 de abril: Empleo correcto de los elementos de la nota periodística.

[Foro virtual], en el marco del día internacional de la Tierra. Inicia con el tema del foro; un poco de información al respecto; luego la presentación de los invitados.

Primera intervención duró 15 minutos (fue interrumpida) (min 44).

Retroalimentación breve por parte de la moderadora.

La segunda intervención (la moderadora limitó el tiempo. No lo hizo con la anterior) duró 6 minutos. No fue interrumpida.

La tercer intervención (no se le limitó el tiempo) duró 6 minutos.

El cierre del foro, bien ejecutado por la moderadora, pero con un tiempo estrecho. (Mala administración de los tiempos, por parte del área de prensa). Corte brusco, no se despidió la moderadora, ni el noticiero.

20 de abril: la primera nota, buena estructura.

Segunda nota: se desenvuelve bien; nota con buen tiempo, voz acelerada.

Tercera nota: elementos de la nota ordenados medianamente; dura alrededor de un minuto.

Cuarta nota: todas las anteriores han sido notas del interior; nota rápida, menos de un minuto.

Quinta nota: buen manejo de los elementos de la nota.

Sexta nota; séptima nota; buenos cierres de notas.

Octava nota: buena introducción; buen manejo de los elementos de la nota; *entrevista en vivo* ingresada de manera brusca; buen cierre de la entrevista, pero brusco cierre de nota por parte de producción.

[Entrevista ingeniero de la FAUSAC 30 minutos] Las preguntas son concretas, simples, coherentes; aporte de datos; buen manejo de los temas; buen manejo de los tiempos; buen contenido conceptual para finalizar la entrevista.

21 de abril: dos minutos de *spots* y, presentación de las afiliadas. Se inicia en idioma maya. La presentación responde al qué, quién, cuándo, dónde y cómo. A los cuatro minutos, reflexión sobre el Nahual del día. *Spots* de radios regionales y propios (en relación al cumplimiento de otro año de transmisión en la 1420AM). Segmento cultural* (se inicia de forma diferente), musicalizado; el periodista indica las cinco w; una entrevista bruscamente ingresada. Segmento cultural cerrado* una nota. Primero corte.

Segmento de noticias nacionales; enlace al interior; el periodista respeta las cinco w.

La tercera nota respeta las cinco w de la nota, correcta introducción de una declaración; la

grabación del audio es buena.

Periodista de Huehuetenango ingresa su nota con pocos datos, no inició con las cinco w, y rápido ingresa a la entrevista que la sustenta.

Información desde la sala de redacción. Inicia con idioma maya. El audio de declaración se tarda 10 segundos.

Para declaraciones amplias, la periodista lo organiza en bloques de declaración.

Sección entrevista* conduce el presentador del noticiero. Buen manejo de los tiempos, coherencia de las intervenciones; correcta despedida para el entrevistado.

22 de abril: a los dos minutos de las 11, se inicia el noticiero con su *spot* en idiomas maya y español; el conductor inicia con los contactos de la radio, saludo, y plataformas para escucharlos; a los ocho minutos inicia el bloque de noticias nacionales, esta vez desde la ciudad capital. Primera nota, la periodista realiza una entrevista en vivo, inicia con datos relevantes a la nota, y buena forma de entrevistar, preguntas concretas y con carga informativa, no solo preguntas; despedida breve, sin más datos. Primer corte a las 11:14.

Segunda nota la periodista inicia con el qué, el dónde, el por qué; brinda información de manera correcta; primero ingresa una declaración, luego otra, de manera amigable y entendible; otra declaración finaliza la nota; buena manera de incluirlas. A las 11:30 otro corte.

Continúan las noticias nacionales. El conductor brinda detalles calificativos sobre la nota siguiente. El periodista responde el dónde, el qué, al por qué, al quiénes y al cuándo; buen manejo de los elementos.

Tercera nota responde al dónde, al quién, al qué, al por qué y al cuándo. La cuarta nota representa más un apartado editorial, no tanto una nota, es una nota de reflexión; no utiliza tanto los elementos de la nota, ni las cinco w. A las 11:39 tercer corte.

Cuarto bloque de noticias nacionales. La nota representa también un tipo de editorial, reflexión, recomendación.

Comunicado* por la conmemoración del día del noticiero; breve, conciso.

Comunicado de comunidades, presentado por el conductor. A las 11:49 cuarto corte.

Segmento de cultura* información concreta. Respeta el dónde, el qué, el quién, el por qué, y el cuándo.

Segmento deportivo* primera vez que lo oigo; la estructura no es muy clara, se limitó a dar los posicionamientos de los equipo. Buena despedida la del conductor.

23 de abril: a los cuatro minutos inicia el *spot* del noticiero. Inicia dando el dato de la fecha. Un adelanto de información tipo titular. Primera nota emplea el qué, el quién, el por qué, el dónde, el cómo y el cuándo; buena dicción, correcto uso de los elementos de la nota. La tercera nota menciona el qué, el quién, el dónde, y datos periféricos, al final de la nota identifican al medio de manera correcta. La cuarta nota la periodista no identifica, solo ingresa a la nota, menciona el dónde, el qué, el quién, el por qué; identifica al final de la nota. La quinta nota emplea bien los elementos de la nota y las cinco w; entrevista; identifican al noticiero al final de la nota. 11:22 primer corte.

Segmento de noticias nacionales; segundo bloque desde el interior; conductor introduce datos. El periodista responde al qué, al quién, al dónde, al por qué y al cuándo; buen manejo de los elementos de la nota; datos históricos, tipo reportaje, pero no se identifica si es reportaje o nota

por parte del periodista; nota larga.

Nota desde la sala de redacción* conductor introduce datos; la periodista responde al qué, al quién, al cuándo, iniciando la nota; nota con declaraciones; la periodista aporta información importante entre cada declaración; nota larga, alrededor de tres minutos. El siguiente reportaje la periodista menciona al iniciar el cuándo, el dónde, el qué, el quién y el dónde, el resto del reporte son datos de relleno. Los elementos de la nota bien empleados, pero podría mejorar; audios de declaración inentendibles los de esta ocasión; nota larga, alrededor de cuatro minutos, tipo reportaje.

Enlace a radio del interior, producto tipo reportaje; pre producido, responden a los elementos de un reportaje histórico. Corte. Sin aviso luego entra un enlace directo, sin anunciamiento, desde el interior (en un corte, no se identifica si fue una nota como tal del día).

Continúan las noticias nacionales, a cuatro minutos de finalizar el noticiero. Noticia brindada por el conductor, responde al qué, al quién, al dónde, al por qué y al cuándo; errores en datos, los corrigen pero no indican. No hubo despedida como tal del noticiero.

Guía de observación del “Noticiero Maya K’at” en sus página web y en sus redes sociales Facebook, Instagram y Twitter.	
1. Objetivo	Identificar las características de la forma de transmisión de información, por parte de los periodistas del noticiero Maya K’at.
2. Datos de acción	
Observador	Marco Antonio Hernández Arévalo
Fecha de inicio	19 de abril de 2021
Fecha de finalización	23 de abril de 2021
3. Su dicción	
<p>19 de abril: Cuatro publicaciones escritas realizaron en su página web <i>www.fger.org</i>. La primera, escrita por ‘prensa’, referida al foro por el marco del día internacional de la Tierra. No es una publicación periodística, sino una identificación de los invitados al foro. Buena dicción, buen tildado de preguntas, buena puntuación. Uso de un calificativo.</p> <p>La segunda, tercera y cuarta publicación, redactada por periodista central. Al titular le falta puntuación o no está del todo bien colocada. No se especifica bien la temporalidad (“durante el fin de semana” cuando fue el domingo por la noche). Uso de calificativos (“supuesta excusa”). La dicción y puntuación debe mejorar. Palabras donde no deben ir o faltantes. Oraciones incompletas. Bastantes palabras sin tildar y algunas mal escritas. Palabras repetidas. Algunas oraciones carecen de sentido dado la dicción incorrecta. Redundancias.</p> <p>Sus redes sociales: éstas son empleadas más bien, para difundir sus contenidos periodísticos, los cuales se ubican en su página web. <i>Twitter</i> fue la única de las tres que solamente difundió contenido periodístico ya publicado, en la página web. <i>Instagram</i>, dada su naturaleza multimedia, publicó dos videos no publicados en otro lado. La redacción para esos videos también presenta errores de redacción, palabras que faltan. <i>Facebook</i>, presenta más publicaciones, siendo un total de 18 publicaciones cortas, entre producciones periodísticas que se hallan en la web, propaganda de sus programaciones, informaciones institucionales, noticias</p>	

resumidas (las cuales se comparten también en *Twitter e Instagram*). Algunas faltas de signos de puntuación, algunos verbos con temporalidad errada, mala organización del texto.

20 de abril: Su página *web* presenta solamente dos publicaciones, de carácter periodístico. Titular de la primera bien redactado, utilizando una cita directa; dicción del contenido incorrecta, presenta errores gramaticales, omisión de palabras conectoras, redundancia en términos; uso de palabras incorrectas; uso incorrecto de signos de puntuación y entrecomillados; uso incorrecto de términos.

La segunda de las publicaciones su titular presenta inconsistencias de dicción. Algunos términos en pasado sin tildar en el contenido; falta de punto y seguido; palabras incorrectamente usadas. Errores de sintaxis.

En sus redes sociales: *Facebook* presenta más notas informativas (incluso que no respaldan contenido de su página *web*). La primera nota informativa de este día presenta errores gramaticales, mal uso del entrecomillado, y también redundancia de palabras. La segunda nota es una versión más corta de una publicación en la *web*. La tercera nota igualmente es réplica resumida de la publicación de la *web*. La siguiente nota también es respaldo de la *web*, presenta errores de puntuación; verbos en pasado sin tildar, y errores de entrecomillado.

Si siguiente publicación informativa en esta plataforma consta de dos párrafos; la gramática tiene errores; repetición de palabras; pronombres sin tilde. La quinta publicación es más bien una cita de declaración; palabras faltantes, repetición inmediata de palabras; palabras mal escritas. La última de las publicaciones informáticas presenta buena redacción, no se observan errores gramaticales.

Su cuenta de *Twitter* realizó tres publicaciones, referentes a su material de profundidad, publicado en su página *web*; no presentan redacción.

Su cuenta de *Instagram* no presentó ninguna población informativa noticiosa.

21 de abril: en su página *web*, en su única publicación: falta de signos de puntuación; gramática incorrecta; cita de declaración en cursivas (primera vez en esta observación); a veces aclaran qué significado tienen unas siglas, otras no; a veces pones las siglas entre paréntesis, en otras no; interrogantes con solo el último signo colocado, el primero no; falta de palabras conectoras.

En sus redes sociales: *Twitter* presenta cuatro publicaciones de las cuales, dos son noticiosas; el primero es mensaje concreto, buena redacción y puntuación. La segunda presenta información adicional a un video. La redacción es correcta, pero podría mejorar.

Su cuenta de *Instagram* no presentó ninguna publicación informativa noticiosa este día.

En su cuenta de *Facebook* la primera publicación noticiosa carece de algunas palabras y por tanto, de lógica gramatical; la dicción es costosa de entender. Su segunda publicación informativa es coincidente con una publicación de su *Twitter*, pero le agrega datos relevantes, la redacción está mejor que la de *Twitter*. Su última publicación en *Facebook* es exactamente la misma que la de la página *web*.

22 de abril: su primera publicación noticiosa en la página *web*, presenta un titular corto y conciso, sin citas; la redacción tiene fallos, falta de signos de puntuación; el primer párrafo es entendible; el segundo párrafo correctamente redactado, buena puntuación y dicción; tercer

párrafo. Recurrencia a términos como “cabe destacar” (se observa en otras publicaciones). Las preguntas bien formuladas, con sus signos correspondientes; mala gramática entre información y declaración; el uso de la cursiva no está definido, y se utiliza sin dilucidación clara.

Su segunda publicación, tiene como titular una frase sencilla de dos palabras, en idioma Poqomchi y en idioma español. Se trata esta publicación de opinión, más que noticiosa informativa.

En sus redes sociales: en su cuenta de *Facebook* su primera publicación de tipo noticiosa informativa es breve, de tres líneas, puesto que el verdadero objetivo informativo es la video-entrevista que contiene; la redacción de la nota es correcta, no presenta errores; (la entrevista de la periodista es correcta también, introducción al asunto y a la entrevistada manejadas correctamente, preguntas claras; su velocidad de hablar es medida y entendible.

La siguiente publicación noticiosa corresponde a la colgada en su página *web*, con la diferencia que en *Facebook* el orden de la nota está cambiado, distinto del de la página; por lo demás, la redacción es la misma.

En *Twitter*, publicaron dos enunciados informativos, bien redactados. El primero, presenta un error de redacción en una palabra; el contenido correctamente redactado, entendible, buena puntuación; cuenta además con una publicación complementaria, también redactada correcta y entendiblemente; palabra sin tildar.

Igualmente en *Twitter* publicaron la nota de profundidad del día; como información a la publicación le adjuntaron un pasaje de la propia nota; continúan habiendo problemas con la forma de pasar de la información a la cita de declaración; mejora el uso del entrecomillado, buena puntuación.

La plataforma *Instagram*, no presentó este día publicaciones noticiosas, solamente relacionadas a la conmemoración del día de la Tierra, tipo culturales.

23 de abril: tres publicaciones informativas noticiosas presenta su página *web*. La primera es una nota corta, cuyo titular está bien redactado, es conciso y directo; buena puntuación. Su contenido es breve; bien redactado, no tiene faltas de ortografía, excepto dos verbos en pasado sin tildar; algunas Instituciones se les colocan sus siglas, a otras no; buena puntuación.

La segunda nota presenta un titular de declaración que no especifica si es una cita textual o parafraseada, claro, representa el hecho concreto de la nota; falta de uso de puntos y seguido; buena manera de introducir declaraciones y de cerrarlas; buen uso del parafraseo de declaraciones; la puntuación en ocasiones es incorrecta.

La tercera de sus publicaciones presenta un titular con un error ortográfico, sin embargo, es entendible en sí; falta de signos de puntuación; buen entrecomillado de citas; errores gramaticales de temporalidad; errores de dicción, palabras faltantes; excesivo uso del término “cabe: cabe resaltar, cabe destacar) cuando no es necesario; algunas palabras sin tildar; algunas palabras con letras de más; algunas verbos en pasado sin tildar; nota entendible, correctamente organizada en cuanto a sus elementos.

En sus redes sociales: la plataforma *Facebook* presenta pocas publicaciones noticiosas; redacción correcta, entendible; podrían mejorarse la forma de conectar una premisa con otra; en otra publicación, mal escrita la forma de la pregunta ‘por qué’ (porque);

Su plataforma de *Twitter* cuenta con únicamente dos publicaciones, las cuales son enlaces a las notas amplias de su página *web*. La única de las dos publicaciones con texto, presenta como información un pasaje de la propia nota, bien redactada, entendible, pero con errores de puntuación.

Su plataforma de *Instagram* no presentó ninguna noticia informativa este día.

4. Su ordenamiento de los elementos periodísticos dentro del producto informativo

19 de abril: la primera publicación respecto del foro, tiene como titular una pregunta, y lo que las invitadas compartirán; la redacción del contenido es básicamente la presentación de las tres participantes y sus perfiles.

La segunda nota, por titular responde al qué, y una cita de declaración relacionada a ese qué, que a la vez responde al por qué y al quién; su primer párrafo inicia con el cuándo y reiterando y profundizando en el quién, el qué, el por qué. El tercer párrafo introduce información colateral relevante al por qué. El cuarto párrafo profundiza en el cómo. Los últimos párrafos presentan declaraciones que crean contrapeso a los datos de las informaciones preliminares, que son el meollo de la nota.

La tercera publicación presenta el titular similar al de la segunda; responde al quiénes, e introduce una cita de declaración que responde superficialmente al qué; su primer párrafo refuerza nuevamente el quiénes y el cómo; su tercer párrafo es una cita de declaración larga que responde al por qué.

La cuarta publicación presenta como titular una cita de declaración que responde al quién, y al dónde. Su primer párrafo responde directamente al quién de contraparte, y al cómo de esta contraparte. El segundo párrafo indica el por qué, mediante una cita de declaración larga; el tercer párrafo también refuerza con más datos el por qué; el cuarto párrafo refiere a la información brindada en el titular; el quinto párrafo responde al qué, y al por qué nuevamente, de la contraparte (coyuntura).

En sus redes sociales: la primera publicación en *Facebook* es una réplica de una nota puesta en su página *web*; responde al qué, al quién, al cuándo, al cómo. La mayoría son réplicas y anuncios de sus programaciones, más que notas. La siguiente publicación informativa responde al quién, al qué y al cuándo, una infografía lo complementa. Las notas informativas complementarias de la página *web* responden al dónde, al quién, al por qué (menos elementos, notas veloces). *Twitter* fue la única de las tres que solamente difundió contenido periodístico ya publicado, en la página *web*. *Instagram*, dada su naturaleza multimedia, publicó dos videos; responden al quién, al dónde, al cómo y al por qué; son extensiones cortas de las publicaciones profundas que cuelgan en su página *web*.

20 de abril: la primera nota en página *web*: el titular es una cita de declaración concisa. En su primer párrafo define el cuándo, el quién, el dónde y el por qué; segundo párrafo dedicado a cita de declaración larga, que responde al titular; el tercer párrafo inicia con el qué, y más referencias del por qué;

Segunda nota, responde en el primer párrafo al cuándo, quién, qué y dónde; segundo párrafo de cita de declaración larga, ahí introduce el por qué.

En sus redes sociales: en *Instagram* y *Twitter* fueron hechas publicaciones únicamente de

respaldo a sus contenidos y programaciones, los cuales se hallan en su página *web*.

Su plataforma de *Facebook* presenta más contenidos en este día. Notas cortas, rápidas, pero que no se desarrollan en su página *web*. La primera nota, de un solo párrafo, responde al dónde, al quién y al por qué. La segunda y tercera informativas, también son réplicas de la publicación principal de la *web*. La tercera nota responde al cuándo, al quién, al dónde y al qué.

Su cuarta nota informativa consta de dos párrafos, y en ambos la información se basa en citas; responde únicamente al qué y al quién. La quinta nota consta de un párrafo, responde al dónde, al cuándo, al quién, y al qué; palabras faltantes. La quinta publicación responde al qué, al quién, al cuándo, al por qué y al dónde; buena estructura.

21 de abril: una publicación en su página *web*. El titular es una cita de declaración corta, que responde al quién. El primer párrafo profundiza en el quién, el cuándo, el qué, el dónde y el por qué; esta nota está dividida en bloques informativos, que brindan información más detallada;

En sus redes sociales: en su *Twitter* presentan cuatro publicaciones de las cuales dos son noticiosas. La primera responde al quiénes, al qué y al dónde, pero de una manera generalizada. La segunda tiene por mitad una cita de declaración; responde al qué, al quién y al por qué pero de una manera breve.

Su cuenta de *Instagram* no presentó ninguna publicación informativa este día.

La cuenta de *Facebook* en sus publicaciones informativas, en la primera de ellas se comunica el cuándo, el qué, el quién, el por qué y el dónde. La segunda publicación noticiosa es una que igualmente aparece en *Twitter*, pero se le agregan detalles relevantes; responde al quién, al por qué, al qué y al cuándo.

22 de abril: su primera publicación en la página *web* presenta un titular concreto e introductorio al tema, responde al quién; responde el primero de los párrafos al dónde, al por qué y al cuándo de la noticia; para esta publicación emplearon audios, y los insertaron entre cada párrafo para complementar las informaciones; ordenamiento de los elementos de la nota, entendibles: inicia con informaciones básicas sobre el acontecimiento, y continúa con las preguntas pertinentes dirigidas a los actores principales.

En sus redes sociales: la plataforma de *Facebook* presenta su primera información noticiosa breve y concisa; no tiene titular, y solo cuenta con un párrafo de tres líneas, los cuales responden al quién, al qué y al por qué; la publicación se complementa con un video entrevista; la entrevista es de tipo informativa y presenta preguntas abiertas.

La siguiente publicación noticiosa, corresponde a una nota periodística de profundidad colgada en su página *web*; se diferencia de ésta, por alterar el orden de las declaraciones de los actores relacionados al hecho; por lo demás, la redacción del contenido es el mismo.

En *Twitter*, las publicaciones informativas son dos, siendo la primera concisa, y auto complementaria en sí misma; responde en su primera historia al quién, al qué, al dónde y al por qué, todo en el mismo enunciado; cuenta con un enunciado complementario de tres líneas, que responde al cómo. La otra publicación informativa representa a la nota de profundidad colgada en su página *web*; como encabezado informativo del enlace, se introdujo un pasaje de la propia nota; responde éste al quién, al dónde y al qué.

La plataforma *Instagram*, no presentó este día publicaciones noticiosas, solamente relacionadas a la conmemoración del día de la Tierra, tipo culturales.

23 de abril: dos publicaciones noticiosas presenta su página *web* este día. La primera tiene un titular conciso que ya indica el qué; texto de cuatro párrafos de dos líneas cada uno; el primero de ellos indica el quién, el qué y el dónde; no especifica ni el cuándo, ni el por qué de los hechos.

La segunda de las notas presenta un titular de declaración (no especifican claramente si la declaración es textual o parafraseada, a veces citan entre comillas, y otras con dos puntos), y éste ya indica el quién, y el qué; esta es una nota más larga; la nota presenta introducción de un párrafo con la información base, y esta responde al quién, y al qué nuevamente; el siguiente párrafo describen el cuándo del hecho; ingresan aquí una cita de declaración entrecomillada; en los párrafos siguientes se declara el por qué del hecho; buena estructura de la nota, ordenada.

La tercera nota publicada tiene como titular el qué, suscitado en el dónde; presenta un *lead* o entrada concisa, que responde al cuándo, al qué, al quién, al por qué y al dónde; para reforzar estos datos introductorios se emplean correctamente citas; el resto del contenido refuerza estos datos; el cierre de la nota es bueno, conciso y concluyente.

En sus redes sociales: la plataforma *Facebook* presenta pocas publicaciones informativas; las publicaciones indican principalmente el qué y el dónde.

En su cuenta de *Twitter* únicamente dos publicaciones realizaron este día, las cuales son redirecciones hacia las notas colgada en su página *web*; su presentación es un pasaje del contenido de la nota amplia, bien redactado, responden principalmente al qué y al quién. La segunda publicación no tiene ningún redactado, solamente el enlace hacia la nota de la *web*.

La plataforma de *Instagram* no presentó ninguna noticia informativa este día.

Anexo 2: del grupo focal (las grabaciones de audio están en poder del investigador)

El estilo es una huella (Gonzales) fue el primero de los comentarios generados a raíz de la socialización inicial, respecto al estilo. Lo importante es que el estilo impacte, que se quede; importa la forma en que se haga (Chan). Cada medio tiene una agenda que llega a desarrollar individualmente; y el estilo de un medio depende también de sus programaciones y producciones, regidas por los distintos géneros periodísticos que apliquen, y en las plataformas que utilicen (Benito).

El estilo en que transmitimos nuestra información, es la manera de ganar audiencia; porque según dicen por ahí, no es responsabilidad del oyente prestar atención. Es responsabilidad del que habla el capturar su atención, con su forma, con su motivación, etc. Es una necesidad regirse por un estilo institucional, para que la información no se vuelva redundante, y que fluya; para ello, utilizar la uniformidad en nuestros productos es importante (Vázquez).

¿Usted tenía conocimiento del manual de estilo del noticiero Maya K'at?

-Solo normas que nos ha proporcionado FGER en base a los manuales que utilizan ellos, y que utilizan para las capacitaciones (Vázquez).

-Un manual físico, no. Pero cuando uno ingresó, le dijeron que la nota fuera cultural, deportiva, educativa, etc. Notas rojas no eran permitidas, ni de narcotráfico, etc. También nos recomendaron parámetros de tiempo, por ejemplo que la nota dure 3 minutos (González).

-“Directamente el manual no nos lo han dado, pero nos enseñan en capacitaciones que hemos tenido” (Chan).

-Hay un manual, pero en *PDF*, y yo creo que no es tan concreto. Aquí, desde la comunicación que se ha dado, desde las formaciones que hemos recibido los compañeros de diferentes años, quienes que han estado aquí participando y conociendo cómo organizar la comunicación en sus territorios, hemos concretado en cómo hacer las cosas. También, socializar formas de cómo definir los contenidos (no dar amarillismo, sino específicamente dar cobertura a las denuncias de las comunidades u organizaciones, situaciones con municipalidades, o los territorios) va llevando a esas bases de lo que es el Maya K'at (Guarchaj).

-“Lo que se transmite en FGER Maya K'at es información que haga que la población reaccione, y que esa reacción genere cambios hacia el buen vivir (...) Desconozco el manual, pero el objetivo es que la gente genere cambios positivos” (Ramos).

-Yo no tenía ni lo tengo, pero estoy siguiendo las huellas de cómo han venido manejando desde que yo me integré en Maya K'at. Es necesario que el manual tenga plasmado el estilo particular y diferente que tiene Maya K'at, pues tanto tiene su propio estilo el medio, como el periodista. Habría que revisar el manual un día, modificarlo, quitarle lo que haya que quitarle, para tener uno, su propio estilo (Francisco).

¿Ha tenido usted alguna dificultad alguna vez en su quehacer periodístico cuando no se ha guiado por un manual de estilo?

-Si hay dificultades, es cierto. Es importante establecer en qué está basado el noticiero, a qué corresponde. Es importante establecer esos parámetros (González).

-Desde FGER, casi no hemos tenido mucho problema. Lo hacemos desde nuestro propio estilo y experiencia, sin tener manual, pero tenemos mucho cuidado. Pero el que escucha es el que tiene la palabra (Chan).

¿Cree usted que tener una guía de estilo le facilitaría su trabajo periodístico?

-“Yo considero que sí, porque tendríamos una base. Tal vez sonaría como ser un noticiero ‘estándar’ pero no, porque cada medio tiene su propio estilo, su propia investigación y su propia producción periodística en cuanto a la nota. Y tener un manual nos ayudaría en tener una base, tal como para construir una casa y hacerla fuerte, y es lo mismo para nosotros como comunicadores sociales, tener esa guía es de suma importancia” (González).

-“Yo creo que la guía podría darle beneficios al medio, pero facilitarme a mí, no, porque ya me regiría a muchas cosas, me limita (...) como me puede ayudar, también me puede limitar a conocer los estatutos de la guía” (Chan).

-Yo entiendo que se refieren a una guía documental, como un listado de cómo trabajar mejor. Eso sería lo que necesitamos, por ejemplo, por haber compañero que son recientes, que quizás este sea el primer momento en que están escuchando que el tiempo para una nota es de tres minutos máximos autorizados. Son parte de los contenidos de una guía documental que necesitaríamos para mejorar el desempeño periodístico (Vázquez).

-Tenemos una base de las preguntas básicas para una producción periodística. Pero para mí es esa guía para poder captar que los elementos de la nota vayan completos, resumidos y concisos para que el oyente capte. Yo creo que si nosotros tenemos esa guía al momento de estar redactando, al término de unos 15 minutos ya tendríamos la nota bien hecha; pienso que sí ayudaría bastante (Ramos).

-Es necesario y se podría trabajar en una guía más práctica y didáctica que sea funcional para todos, porque sabemos que ver un documento grande, lo dejamos solo echándole un simple vistazo. Pero un documento didáctico y práctico podría ayudar a todos los compañeros que trabajan para el noticiero (Benito).

-“Una guía nos sirve para ver cómo podemos hacer nuestro trabajo. Si no manejamos una guía, obviamente no podemos realizar bien el trabajo, podemos ocultar algo, o agregar de más. Uno debe memorizar los contenidos de la guía, porque son elementos importantes para hacer una nota, y todos los medios lo manejan (...) Si hay una guía, que nos la faciliten, para que así todos manejemos la misma información” (Francisco).

-“Considero que sí sería bueno poder hacer una guía o ya sea un manual que defina los puntos importantes para poder estar en sintonía, también con los nuevos compañeros, quienes puedan asistir a los talleres y puedan recibir los conocimientos (...) Que sea un documento que sea parte de Maya K’at” (Guarchaj).

¿Cree usted que es importante para el medio de comunicación, brindar a sus periodistas un manual de estilo?

-“Si es necesario” (Chan). –“Es necesario” (Francisco). –“Sí” (García). -Claro que sí (Solís).

-“Es necesario porque así manejamos todos el mismo lenguaje, el mismo objetivo que persigue el noticiero” (Ramos).

¿Cree que es importante para usted mismo como periodista, el uso de un manual de estilo?

Esta pregunta fue contestada al unísono por todo el grupo con un ‘Sí’, y con gestos de asentimiento.

¿Qué elementos considera que debería contener el manual de estilo del noticiero Maya K’at, que le serían de más utilidad a usted?

-“Primero, la misión y la visión del noticiero, para ir socializando e ir marcando el camino que nos va a conducir” (Ramos).

-En las necesidades de la vida surgen muchas cosas, y más cuando uno desempeña directamente el periodismo. Necesitamos ir experimentando más. Por ejemplo, de qué forma le damos cobertura a un cadáver, dónde podemos estar, dónde tenemos las limitaciones, para no obstaculizar las labores de otros. La guía debería contener parámetros claros y concretos de, hasta dónde tenemos derechos como periodistas, y hasta dónde tenemos limitaciones (Vázquez).

-Identificar bien los elementos básicos de un producto periodísticos, también desde los enfoques comunitarios y de las comunidades. Conuerdo con el compañero con la mención de las limitaciones y derechos de los periodistas. Que sea un manual lo más breve posible, y que recomiende respaldos para los periodistas (Guarchaj).

-“Somos muchos quienes nos estamos uniendo a esta red, pero desconocemos con qué organizaciones, con qué instituciones, poder trabajar. Si se va a hacer una guía, incluir en ella esté la lista de instituciones podemos trabajar con ellas en nuestros territorios, para que al momento de hacer nuestro trabajo, tengamos más facilidades” (Ramos).

-Coincido con el compañero, y sugiero tomar en cuenta y resaltar y dar a conocer, qué se cubre y qué no se cubre en el medio; qué se puede tomar de las organizaciones y ONG’s que están aquí en Guatemala, hay muchos internacionales; pero estar y dar una cobertura favorable, a los procesos sociales comunitarios (Guarchaj).

Para usted ¿cómo debería lucir un manual de estilo, para ser comprendido con facilidad?

-“Para ser dinámica debería de tener imágenes y una ilustración que sea comprensible” (González).

-“Tendría que estar bien ilustrado para que no se vuelva muy aburrido, pues a raíz de eso uno también va a prendiendo” (Chan).

¿Estaría usted dispuesto a acoplar su labor periodística a un manual de estilo renovado y actualizado?

-“Definitivamente sí. Porque recordemos que la situación hace siete años no es la misma que hoy. Ustedes saben que recientemente ha evolucionado mucho la tecnología y en base a eso, necesitamos información o un manual actualizado para estar más cerca de las posibilidades de utilizar la tecnología y, por supuesto hacer un mejor periodismo” (Vázquez).

-“Yo creo que de ahí dependen los procesos de formaciones que están dando. Los cambios, van a ser en base a la formación que están dando; FGER nos está enseñando los pasos, y de un momento a otro pueden haber cambios, y ya uno estaría instruido” (Chan).

-Sí, porque también podría ser que ese manual sea actualizado, y que contenga informaciones vitales y puntuales respecto de la producción periodística, como lo es, la nota precisa, para ser entendida fácilmente por cualquier colega en cualquier lugar, y eficazmente aplicada. Eso debería poder hacer un noticiero dinámico y actualizado (González).

¿Usted considera favorable o desfavorable su comunicación como corresponsal, con el área de prensa, sin el uso de un manual?

- “Definitivamente tiene que haber una comunicación activa con ellos. Casi no la tenemos muy frecuente, es muy raro, pero sí es necesario” (Chan).

-Definitivamente sí, porque ellos son nuestros coordinadores, nuestros jefes inmediatos, a los cuales nosotros les tenemos que tener confianza y buena comunicación. Y mejorar también la bastimenta (identificación, gorras, playeras, chalecos) y que la persona ande debidamente respaldada y que esté motivada” (González).

-Es importante ampliar más la comunicación entre área de prensa y periodistas porque, de hecho, somos los que le damos vida al noticiero, entonces tiene que ser más fluida la información y la comunicación entre ambos (...) Es importante mejorar más la relación, para que uno también esté más atento. Por cualquier medio puede fortalecerse esa comunicación” (Francisco).

Anexo 3: de la encuesta de opinión

- 1) “¿Sabía usted que el noticiero Maya K’at tiene un manual de estilo propio?
- 2) ¿Sabías usted que los medios de comunicación e información emplean este documento para su labor?
- 3) ¿Ha leído usted el manual de estilo del noticiero Maya K’at alguna vez?
- 4) ¿Considera que este tipo de documento es importante para el noticiero?
- 5) Si lo conoce ¿en qué medida considera que este manual es coherente con la práctica actual del noticiero?
- 6) Concretamente ¿qué problemáticas consideraría que pueden surgir en la labor del noticiero, si no se emplea su manual de estilo?
- 7) ¿Qué problemas cree que puedan surgirle al noticiero, por no contar un manual de estilo actualizado?
- 8) ¿Cree que sea útil para quienes conforman el equipo del noticiero, la renovación y reincorporación de su manual de estilo?
- 9) ¿Consideraría que una renovación y reincorporación del manual mejoraría la calidad de las producciones del noticiero?
- 10) ¿Consideraría que una renovación y reincorporación del manual, mejoraría la relación comunicacional entre el equipo del área de prensa y los corresponsales del noticiero?
- 11) Usted ¿qué aspectos considera necesarios que se tomen en cuenta para una renovación del manual?
- 12) ¿Considera usted que un manual de estilo del noticiero Maya K’at renovado, pueda ser útil también en otras áreas de trabajo de la FGER?
- 13) Si respondió que sí a la pregunta anterior, menciones en cuáles áreas.
- 14) ¿Estaría usted dispuesto(a) a dar su apoyo en la renovación del manual de estilo del noticiero Maya K’at de ser necesario?”

Anexo 4: fotografías del grupo focal. 15 de abril del 2021, con corresponsales del noticiero Maya K'at. Captura: Juan Pablo Montenegro

Fotografías 1 y 2



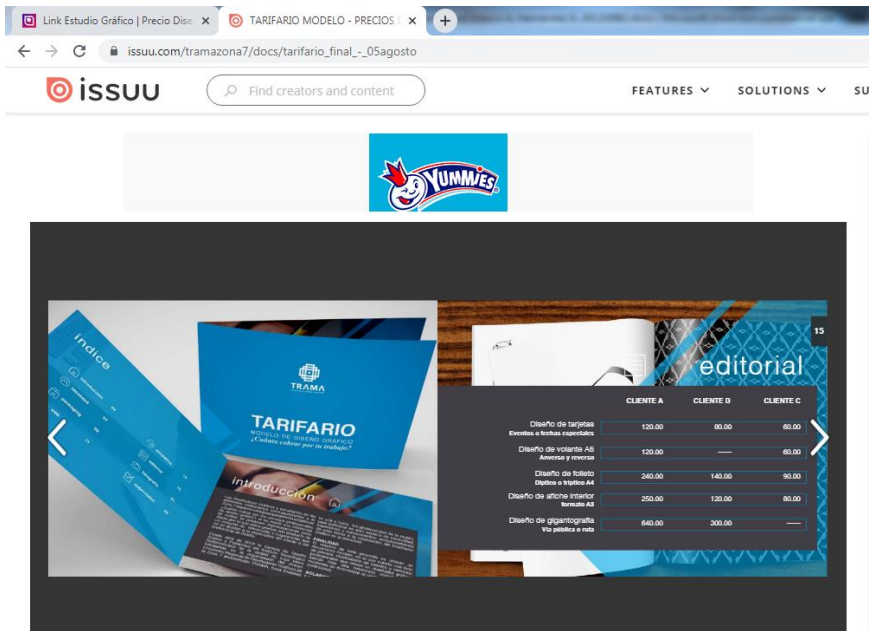
Fotografías 4 y 5



Anexo 5: de las cotizaciones de costos para la hechura gráfica de un manual.



Cotización de diagramación de documentos en la página web “link estudio gráfico”.
<https://www.linkestudiografico.com/preciodisen>



Cotizaciones de diseño gráfico en la página web “Issuu.com”. (El valor monetario de los precios de esta página, es en \$ dólares norteamericanos. **1 Dólar = 7.75 Quetzales a su fecha de consulta 09/07/2021**)).
https://issuu.com/tramazona7/docs/tarifario_final_-_05agosto

	CLIENTE A	CLIENTE B	CLIENTE C
Diseño de tarjetas Eventos o fechas especiales	120.00	80.00	60.00
Diseño de volante A5 Anverso y reverso	120.00	-----	60.00
Diseño de folleto Díptico o tríptico A4	240.00	140.00	90.00
Diseño de afiche interior formato A3	250.00	120.00	80.00
Diseño de gigantografía Vía pública o ruta	640.00	300.00	-----

Cotización de diseño de folletos en la página web “Issuu.com”.

	CLIENTE A	CLIENTE B	CLIENTE C
Diseño de brochure institucional No incluye fotos, tipo, redacción, etc. (Aprox. 10 pag.)	520.00	400.00	-----
Armado de página simple Para un libro, (sólo texto)	5.00	3.50	-----
Armado de página compuesta Para un libro (gráficos y fotos)	20.00	15.00	-----
Diseño de página de revista	30.00	15.00	-----

Cotización de diseño gráfico de páginas interiores en la página web “Issuu.com”.

	CLIENTE A	CLIENTE B	CLIENTE C
Trabajos de pre-impresión Redibujado de marca u otros diseños por hora	60.00	40.00	20.00
Supervisión de tomas fotográficas por hora*	20.00	-----	-----
Supervisión de trabajos en general por hora*	20.00	-----	-----

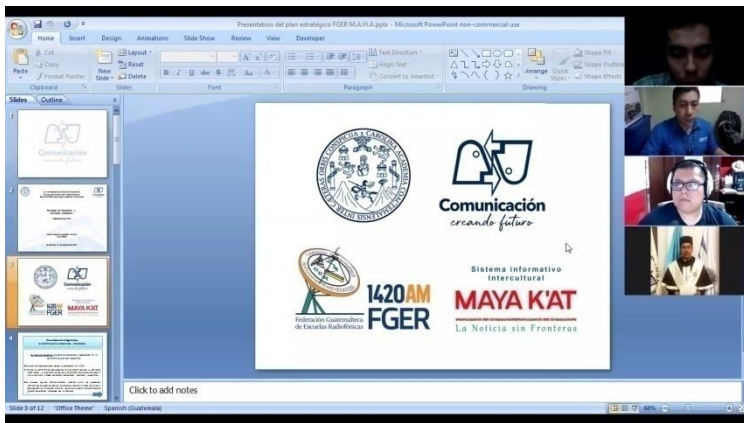
*Costo no incluye conceptos como logística especial.

Cotización de procesos pre-impresiones en la página web “Issuu.com”.

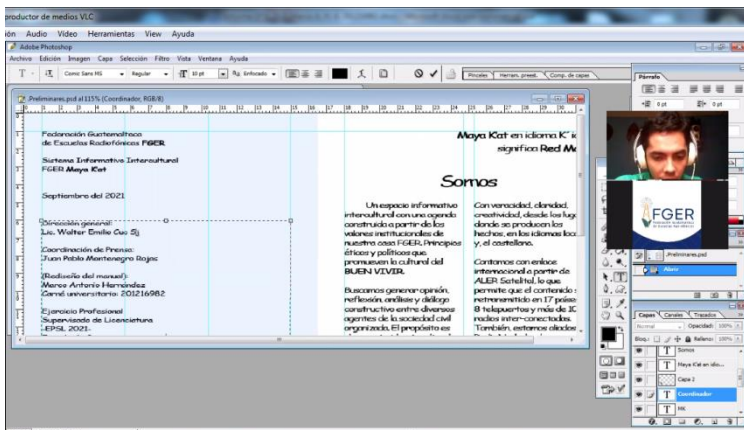
Anexo 6: de las capturas de pantalla como evidencia de reuniones de trabajo



Fuente: Primera presentación de resultados al coordinador de prensa



Fuente: Presentación en ppt, al asesor de EPSL y al coordinador de prensa, de resultados y estrategias.



Fuente: captura de pantalla, edición coordinada con el coordinador de prensa.

Anexo 7: de las capturas de pantalla del documento en su totalidad (última corrección)



grapa*

grapa*



Sistema informativo Intercultural

MAYA K'AT

La Noticia sin Fronteras

Identidad y estilo

Manual de procedimientos

Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas **FGER**.
Dirección general:
Lic. Walter Emilio Cus Sajquiy

Sistema Informativo Intercultural **FGER Maya K'at**.
Coordinación de Prensa:
Juan Pablo Montenegro Rojas

Septiembre del 2021

Rediseño del manual:
Marco Antonio Hernández Arévalo
Carné universitario: 201216982

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPSL- 2021.
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala
USAC



Índice de contenidos

Somos	pág. 2
Historia de la red Maya Kat	pág. 3
Este documento está dirigido a	pág. 4
Emisoras afiliadas	pág. 5
Misión y visión Maya Kat	pág. 6
Principios básicos	pág. 7
Buen vivir	pág. 8
Interculturalidad	pág. 9
Criterios periodísticos Maya Kat	pág. 11
Principios éticos para los periodistas	pág. 12
Principios éticos en la relación con las fuentes	pág. 13
Características que debe tener un hecho para ser considerado como noticia	pág. 14
La pauta FGER/Maya Kat	pág. 15
Valores periodísticos de producción	pág. 16
Políticas de producción informativa	pág. 17
Normas de estilo	pág. 18
Géneros periodísticos	pág. 18
Normas generales para producción	pág. 19
Normas básicas de emisión	pág. 24
Listas de apoyos	pág. 26
Editorial	pág. 27
Derechos y limitaciones para los periodistas	pág. 28
Recomendaciones	pág. 29

Maya Kat en idioma K'iche', significa Red Maya.

Somos

Un espacio informativo intercultural con una agenda construida a partir de los valores institucionales de nuestro caso FGER. Principios éticos y políticos que promueven la cultura del **BUEN VIVIR**.

Buscamos generar opinión, reflexión, análisis y diálogo constructivo entre diversos agentes de la sociedad civil organizada. El propósito es alcanzar incidencia cultural, económica y política en espacios locales, regionales, nacionales e internacionales.

Nuestra producción cotidiana es factible gracias a la interconectividad entre radios aliados y afiliados a la FGER. Esta característica nos permite ofrecer información en formatos variados, y de mano de la propia población.

Con veracidad, claridad, creatividad, desde los lugares donde se producen los hechos, en los idiomas locales y, el castellano.

Contamos con enlace internacional a partir de ALER Satelital, lo que permite que el contenido sea retransmitido en 17 países: 8 telepuertos y más de 100 radios inter-conectadas. También, estamos aliados con Radio Nederland.

El Noticiero Intercultural FGER Maya Kat se transmite de lunes a viernes, de 11:00am a 12:00pm por:
a) la emisora de la FGER 1420AM
b) en su sitio www.fger.org/
c) en una aplicación (app) de smartphone para sistemas Android
d) así como en la red de radios afiliadas y aliadas.

2

Historia de nuestra red

Maya Kat es el resultado de un estudio de audiencia ejecutado en el año 2002. Los ya para entonces radios comunitarias afiliadas a la FGER pasaron, en ese año, una serie de encuestas a la población del país.

Éstos reflejaron la necesidad de un noticiero nacional, que maneje para los idiomas mayas. Los dirigentes de las radios, a partir de esos resultados, conformaron una comisión de comunicación. Esa comisión fundó el Noticiero Maya Kat, bajo las bases éticas y políticas de la FGER.

Comenzaron pues, análisis de los recursos, cómo aplicarlos, las características para su producción, la agenda, equipos, normativas, etc. Sin embargo, no fueron pocas las dificultades con que se toparon los gestores en la implementación de un informativo formal y funcional. El internet deficiente de la época representó un reto peculiar.

La FGER aún no posee un telepuerto satelital, pero, la Asociación de Radiodifusión Participativa de El Salvador -ARPAS- ya contaba con el suyo, propio. La ARPAS, amistosamente brindó espacio en su pantalla informativa al noticiero Maya Kat. Fue el 15 de noviembre de 2004 que surgió nuestra primera transmisión satelital.

En el 2008 la FGER inaugura su telepuerto, y a partir del 4 de abril del ese año Maya Kat sale al aire por él. Se dilata a una hora diaria de programación; más periodistas se suman al proyecto; procesos de formación periodística y tecnológica comienzan a consumarse y diplomados son ofrecidos para incentivar a nuevas organizaciones y a jóvenes que participan.

Actualmente algunos de los radios socios no tienen corresponsal. Ello, depende de su propia organización interna y, como organismo complejo independiente.

3

Este documento está dirigido

a:

- Periodistas del Noticiero Maya Kat.
- Juntas administrativas y de gestión informativa de radios socias de la FGER.
- Colectivos que emprendan iniciativas de comunicación comunitaria.
- Sectores públicos de todos los ámbitos de la sociedad que deseen acceder a él.
- Ciudadanía en general. Constituye una herramienta para la veeduría y la participación.

4

Emisoras afiliadas



5

Misión

Informar al pueblo de manera alternativa, desde la interculturalidad e inclusión activa de la ciudadanía, que trabaja en favor de las comunidades y sectores sociales discriminados, excluidos y más vulnerables de la sociedad, contribuyendo así a instaurar una cultura colectiva de Buen Vivir; consolidar la justicia y la democracia y el respeto por el medio ambiente.

Visión

Ser reconocidos en Guatemala y Latinoamérica como un noticiero intercultural, alternativo y comunitario que contribuye a una sociedad pluricultural, plurilingüe y multiétnica; y a una cultura del derecho a la comunicación y la libertad de expresión. Que con una producción educativa, coherente, creativa e incidente, facilite el empoderamiento social desde una visión analítica y crítica, poniendo en debate así mismo, las diversas posiciones y situaciones que afectan a los sectores de la sociedad civil.

6

Principios básicos Maya Kat

Identidad Cultural

La identidad surge de la relación entre el individuo y la sociedad. Se construye del auto-reconocimiento con un contexto social determinado.

A Guatemala la componen los pueblos Mayas, X'inkaes, Garífunas y mestizas. Un colosal tejido multicultural.

Expresa la manera de ser y pertenecer a un pueblo y la forma en cómo éste habita el mundo. La determinan elementos como la cultura, la tradición y el idioma.

Y sin embargo, la identidad cultural es un conjunto de rasgos inabocados y en constante replanteamiento.

La emplea el individuo y la colectividad para responder preguntas esenciales como: quién soy, por qué soy así, quién me ha influido o determinado, qué me diferencia o une al otro(s).

Es indispensable para los procesos de unificación y cooperación. Es tomar conciencia de pertenencia a una colectividad particular, que ha construido maneras de ver, interpretar y ordenar el mundo (sus cosmovisiones).

Es educar y socializar principios, creencias, historias, tradiciones, saberes ancestrales, intereses, propósitos y formas de organización.

7

Buen Vivir

El Buen Vivir es una alternativa que surge en el seno de los movimientos indígenas de Latinoamérica, y que se enfrenta al modelo de desarrollo tradicional, el cual tiene como valor fundamental el capital, y que es responsable, de diversas crisis mundiales.

Esta iniciativa, persigue un modelo de vida que priorice los intereses, sueños y necesidades de las mayorías, fundamentándose en los saberes ancestrales y adaptándolos a las políticas y estrategias actuales.

Surge, entre países con historias de colonización, donde aún persiste la discriminación, exclusión y pobreza de las clases sociales mayoritarias, que son, de procedencia indígena y campesina.

8

Donde no se respeta ni valora la diversidad cultural ni los saberes ancestrales. Y, cuando se mencionan, se hace desde el folclorismo, y como mirada del pasado, y no, como propuesta para el hoy.

El proceso del Buen Vivir rescata el pasado y lo pone a dialogar con el presente, en vías de construir el futuro. Emplea así, procesos que exigen desaprender conocimientos que se asumen como únicos y verdaderos.

De sus fines mayores es la construcción de un Estado Plurinacional, basado en principios éticos y políticos que permitan sociedades plurilingües e interculturales. Propicia la auto-gestión y el auto-gobierno.

Interculturalidad

Es una propuesta ética y política que parte de la premisa de que no existe una sola cultura, sino que existen muchas culturas: ninguna superior o inferior a la otra.

Se defiende el derecho al respeto a la diversidad. Con ello, buscamos construir una sociedad donde todos vivamos en armonía en un solo espacio común, dejando de lado jerarquías y prejuicios.

Plantea la interacción basada en el diálogo equitativo entre individuos o grupos diversos; y al final, el espacio queda nutrido de diversos conocimientos. Reconoce las desigualdades que viven históricamente la mayoría de sectores sociales, consecuencia de mantener el sistema europeo tradicional (patriarcal, racista y capitalista).

El proceso de comunicación intercultural debe ser participativo, incluyente y activo, de convivencia respetuosa y armoniosa.

Ser espacios de diálogo, donde se produzca el análisis crítico del acontecer cotidiano, individual, comunitario y nacional; y donde interactúen con libertad las filosofías y conocimientos de cada cultura.

Exige a sí mismo la construcción de espacios de encuentro permanentes, puesto que también, es un proceso inabocado y en constante reconfiguración.

Todo, con el propósito que en éste quehacer comunicacional se vea reflejado en intereses y sueños colectivos.

9

Interculturalidad

Replantear el actual Estado monocultural y unicultural y sus poderes hegemónicos: esto implica la creación de procesos de interculturalidad.

En el ámbito de la economía, hoy una oposición clara frente al sistema capitalista. En vez, promueve la producción comunitaria, que es recíproca, solidaria, complementaria y nutritiva.

Plantea verdaderos espacios de paz y cooperación en sociedades pluriculturales, y propicia que diferentes pueblos y cosmovisiones aprendan mutuamente de sus filosofías y prácticas, y que puedan darse la mano como iguales.

Se reivindica, en el ámbito social, el derecho a la educación impartida en idiomas maternos, donde los valores, modos de aprendizaje y conocimientos de los pueblos originarios, sean una constante.

Se plantea como una alternativa frente al individualismo, al antropocentrismo y a la manía insaciable de competitividad.

Y no excluye, claro está, el conocimiento europeo, puesto que su anulación implicaría aislamiento social, lo cual está en contra de la interculturalidad.

10

Criterios periodísticos Maya Kat

No buscamos alinearnos a otras agendas de intereses particulares o mercantiles.

El trabajo investigativo
Labor que asume el periodista desde su construcción ética profesional.

Visualizar el impacto
(positivo o negativo) en la sociedad, en especial en sectores sociales vulnerables.

Partir de una contextualización básica sobre los hechos. Nuestro compromiso es ofrecer la mayor cantidad de información, como causas, efectos y actores.

Determinar las implicaciones sociales de todos los grupos involucrados, identificando su participación y nivel de responsabilidad o afectación.

11

Principios éticos para periodistas

Respeto y promoción de la diversidad de culturas (diálogo intercultural).

Defensa del derecho a la honra, y del buen nombre de todas las personas y organizaciones sociales.

Defensa del interés general sobre el particular, en todo tipo de información que se produzca en el noticiero.

La información se construye a partir del equilibrio entre las propuestas del medio, y de las temáticas que demanda y propone la comunidad.

Educación y promoción de la defensa de los derechos humanos, derechos de los pueblos y de la Madre Tierra.

Nuestra labor periodística se realiza desde la independencia y libertad de expresión, según ley.

El lenguaje periodístico debe ser claro, sencillo, respetuoso y acorde con las características culturales del contexto.

Es importante buscar un equilibrio entre los recursos sonoros utilizados, para mostrar coherencia y respeto por nuestro público.

12

Principios éticos en la relación con las fuentes

Compromiso con el anonimato de las fuentes, en caso que éste fuese el deseo evidenciado desde el inicio por la fuente. Salvo, los casos que contemple la ley.

Consulta de fuentes variadas, acción que permite verificación y pluralidad de opiniones y versiones de los hechos.

Consulta de diversidad de fuentes tales como testimoniales, documentales y bibliográficas.

Evitar el sensacionalismo (amarillismo) en situaciones donde la fuente ha sido víctima de algún hecho de violencia, catástrofe natural o calamidad doméstica.

Relaciones basadas en el respeto, la independencia y la veracidad.

13

Características que debe tener un hecho, para ser considerado como noticia

Los hechos o acontecimientos deben ser de interés general y no particular.

Se investigarán hechos de la realidad que le impliquen a la sociedad en general, cambios o variaciones, sean ya de carácter positivo o negativo.

Se tendrá interés primario por acontecimientos de tipo local. Luego, se encuentran los regionales y después, los nacionales e internacionales.

Toda información se contextualizará para dar mayores elementos de análisis a la audiencia.

Nuestro contenido es verificado con constancia, lo que permite un abordaje amplio y profundo.

14

La pauta FGER-Mayá Kat

Como FGER, diferenciamos la pauta de la siguiente manera:

a) Propaganda. Entendida como la gesta de productos cortos, en los que se transmite un mensaje que tiene como objetivo promover ideas y conceptos.

Nosotros, mostramos afinidad por aquellas propagandas que promueven la participación ciudadana, la democratización, el cuidado del medio ambiente, la igualdad de género, y en general, del Buen Vivir.

b) Publicidad. Mensajes que promociona bienes y servicios, con el fin de atraer y retener consumidores. Una relación puramente mercantil. No mostramos afinidad por asuntos mercantiles.

Por nuestra naturaleza como FGER, también evitamos el proselitismo político y religioso. Y damos prioridad a la producción económica local y regional comunitaria. No privada.

15

Valores periodísticos de producción

Responsabilidad
mostrando respeto por los diversos actores sociales involucrados. Además de visualizar todas las opiniones, sin que ello implique posiciones valorativas frente a argumentos que puedan estar en contra de nuestros principios como FGER.

Equilibrio
se ve reflejado en la diversidad de fuentes que son consultadas frente a un hecho; se evita acudir a una única fuente, en especial si es oficial. Deben ser contrastadas y todas en general tendrán igualdad de oportunidades para declarar.

16

Veracidad
construida a partir de la claridad de la información donde se representen la mayor cantidad de versiones sobre los hechos que se nombran. La veracidad de nuestra información no puede verse afectada por la inmediatez, la espectacularización o los intereses particulares.

Claridad
Nuestro compromiso con la educación y la comunicación alternativas, nos lleva a emplear diariamente los distintos idiomas mayas, garífuna y español.

Políticas de producción informativa

Nuestro compromiso está planteado a partir de informar desde las siguientes estrategias:

Creatividad

Su objetivo es la vinculación al proceso creativo y organizativo del noticiero, de las distintas formas de expresión culturales de los pueblos del país, dando protagonismo a sus cosmovisiones.

Coherencia

Nuestra agenda está compuesta por temáticas y actores en quienes se refleja la realidad de nuestra sociedad. Tanto, en el ámbito social, como en el ámbito de nuestra Madre Tierra.

Incidencia

Nuestra labor busca generar cambios en la realidad social, a través de informar al pueblo de manera correcta, y desde su propia voz; en colectividad y representatividad.

Educar

Construir conocimientos basándonos en los acontecimientos e historias que se viven en los pueblos de Guatemala. Facilitar herramientas que faciliten una comprensión correcta de la realidad y del ámbito social (información educativa).

17

Normas de estilo

Géneros periodísticos informativos

La nota

Eminentemente informativa. Es un relato de todo hecho que resulte de interés a un grupo o nación. Es clara, concisa y precisa.

Normalmente los géneros consisten de tres partes: -titular; el hecho ocurrido, -entrada, es directa y resalta lo más importante - y cuerpo de la información, que desarrolla más ampliamente los hechos.

El orden recomendado de los datos es de mayor, a menor importancia.

Debe responder al qué, quién, cómo, dónde, cuándo, por qué, o al menos a una mayoría.

18

El reportaje

Es más extenso que la nota. Riguroso, requiere de investigación y desarrollo profundo. Incluye más técnicas de recolección e interpretación de datos.

La crónica

Narración de los hechos en orden de tiempo (cronológicamente). Informa, y valora. Requiere de la interpretación directa y activa del periodista.

La entrevista

Las hoy informativas y, de semblanza o perfil. Conversación planificada respecto de algún tema.

Normas generales para producción

La estructura de la nota informativa debe ser:

-Titular corto -entre más directo mejor-, que mencione directamente el hecho central; incluye fotografía.

-La entrada (o lead, en inglés) es dinámica, concisa, atractiva, como una gran revelación. Se mencionan los datos más relevantes, cuidando de no repetir palabras o frases ni del titular, ni del cuerpo.

-El cuerpo desarrollará el resto de datos periféricos, para generar una mayor contextualización del hecho en cuestión. Pueden intercalarse audiovisuales entre los párrafos.

Se recomiendan párrafos de cuatro a cinco líneas de texto, compuestos por una idea principal, y enunciados e ideas complementarias. La redacción debe ser precisa.

Respetar espacio entre párrafos, titular y material audiovisual. El uso de mayúsculas es únicamente para inicio de nombres propios y siglas. También se tildean.

19

Modo de enviar audios a la planta central

Duración de una nota sin entrevistado: 1 minuto. Una nota con entrevistados: 2 minutos. Pronunciación bien acentuada de cada palabra, e igual de cada signo de puntuación.

Obligatorio* Fuente de la nota, y la frase institucional "para el sistema informativo intercultural Maya K'at, la noticia sin fronteras, informó (nombre del periodista).

Tomar en cuenta que la nota de audio será transmitida al aire durante el noticiero. Así que su producción debe ser precisa desde su primer momento.

Si su nota no llega completa, puede ser descartada para el informativo diario.

20

Modo de enviar textos a la planta central

Vía **WhatsApp** u otras **redes sociales**:

(En los grupos para el envío de material) enviar en un mismo bloque de texto la nota, seguido de inmediato del material audiovisual debidamente citado.

Obligatorio* Nombre del periodista, y su ubicación.

Tomar en cuenta que la nota textual será publicada en las redes sociales y página web del noticiero.

Así que su producción debe ser precisa desde su primer momento.

Modos de transmitir en vivo en redes sociales

Teléfono celular en modo horizontal. Antes de iniciar a transmitir, conectar el micrófono, en caso tenga. Mantener una distancia de un metro de la fuente, por protocolo de seguridad vigentes.

Antes de transmitir, ingresar el texto que describe brevemente lo que se va a transmitir, o de qué tratará (descripción de los datos).

Debe utilizar los etiquetas o hashtag acordados con la coordinación de prensa. Asegurarse de utilizar el marco con el logotipo vigente de transmisión.

Que la narración del hecho sea pensada para formato de red.

Modos de publicar en redes sociales

Facebook tiene una alta capacidad para textos y audiovisuales. Se recomienda uno o dos bloques de texto, de cuatro o cinco líneas. Tres fotografías (las mejores) por publicación.

Instagram permite texto amplio, pero su fuente es la imagen. Escoger el mejor video y fotografías, y publicar con un texto directo y conciso.

En Twitter la información debe ser muy resumida (el mero hecho central). Permite pocos caracteres. Dos fotografías por hecho.

Debe utilizar los hashtag acordados con la coordinación de prensa.

21

Modo de publicar en la página web

Título: que responda a uno o dos preguntas básicas, corto y directo.

Identificadores (quéin pública, fuente principal, sitio, etc.)

Mejor fotografía

Entrada (lenguaje)

Cuerpo, material audiovisual, Desarrollo.

Aclaraciones y cierre contundente (que no deje espacio a otra interpretación)

Las publicaciones en la página web se realizan únicamente con aprobación de la coordinación de prensa.

La plataforma utilizada es WordPress.

Modos de entrevistar

Referencias reales de comunicación de ALER, SUS PÚBLICOS Y FUENTES SON EL PUEBLO.

Manual en modo popular, de ALER y AFPAS.

En entrevista programada semanalmente, ejecutada por los periodistas de planto, el procedimiento es...

Siempre incluir el hashtag #ComunicaciónBuenVivir al cierre de la publicación.

Note*

La etiquetas responden al tema en sí. Se tilde.

Uso de mayúsculas solo al inicio de una palabra y minúsculas el resto.

22

Modos de utilizar etiquetas hashtag en redes sociales

El hashtag (#Búskelá) es una etiqueta digital, de asuntos o temas determinados. Vincula diversas publicaciones, todas relacionadas al mismo tema.

El orden

El primer hashtag es relacionado al mismo asunto en cuestión.

Ej: #Búskelá#Funcional

Siempre incluir el hashtag #ComunicaciónBuenVivir al cierre de la publicación.

Note*

La etiquetas responden al tema en sí. Se tilde.

Uso de mayúsculas solo al inicio de una palabra y minúsculas el resto.

Modo de conducción del noticiero

Tener un ejercicio de lectura diaria de otros medios, para contextualizar, y no se dificulte la lectura.

Lectura adelantada.

El procedimiento es el siguiente

Indispensable, mencionar la fecha, el nombre del noticiero, la organización, presentación de quien conduce, mencionar que el noticiero es transmitido por los emisores que forman parte de lugar.

23

Normas básicas de emisión

Exactitud: Consiste en expresar lo que se quiere decir, sin dejar lugar a una otra posible interpretación.

Claridad: Es la expresión correcta de una sola idea controlando la comprensión y fácil la asimilación que el periodista entienda y asimile lo que redacta, como j.

Simplez: Modo de expresar los enunciados que se emplean el uso de palabras sencillas y fáciles de comprender, es fundamental.

Originalidad: Lo que nos distingue. Nuestra propia expresión, diferente de todas las demás medios.

Otros: Si son textuales, se entrecorralan.

Si son de parrafaseo, no se entrecorralan.

La fuente puede ser mencionada previo, o portar a la cita, según el criterio y estilo del periodista.

Citar material audiovisual: Enviar este material junto, debidamente citado: quién captó el material, ubicación, fecha, motivo (sea cualquier audiovisual)

Enviarlo, inmediatamente luego de su información textual, o nota de audio.

24

Numeraciones de textos: En texto, la numeración del 1 al 10 se escribe en letras. Ej: tres perras, siete enanos, diez días. En evidente, se escribirán en números. Ej: 11 horas, 18 años, 360 grados.

Cuidado minucioso de la ortografía: recomendable descargar un diccionario digital en su smartphone, o bien, portar uno en versión impresa.

Estos reglas pueden omitirse para producción radial.

Cifras en textos: En texto, las cifras o cantidades monetarias se determinarán con comas (,) en su expresión mayor, y con punto (.) en su expresión menor. Ej: Q.25,300.50.

Enviarlo, inmediatamente luego de su información textual, o nota de audio.

Uso del logotipo Maya Kat: El logotipo de nuestro red, se utilizará principalmente en transmisiones en vivo (Facebook live, Instagram live, etc.).

Es recomendable que el periodista incorpore a su material audiovisual el logotipo o modo de sello de agua, el emblema o la planta. Debe pasar por edición control, orientación para el guión radiofónico, si se puede utilizar en número para facilidad de quien conduce.

25

Listas de apoyo

De fuentes preferenciales a consultar para la labor periodística

- Lideresas y líderes comunitarias.
- Autoridades ancestrales.
- Representantes de los sectores sociales alternativos de cualquier índole.
- Fuentes oficiales.
- Actores.
- Personas con discapacidad.
- Personas de la diversidad sexual, juveniles.
- Pueblos originarios.
- Poblaciones migrantes, y otros grupos vulnerados.
- Otras comunicaciones sociales, populares.

De organizaciones sociales a consultar en caso de una emergencia

- PIDH. Teléfono: 2424-1717. Línea de denuncias 1995. Dirección: 12. Avenida 12-54, Ciudad de Guatemala.
- Sede de Antigua Guatemala, Sacatepéquez, mismo teléfono. Sitio Web: denuncias@pidh.org.gt
- Protection International P.I. Teléfono: 2220-4856. Dirección: 12 calle "A" 3-61 zona 1, ciudad de Guatemala. Sitio Web: https://www.protectioninternational.org/es/donde/Guatemala. En redes sociales como PIMesoamerica.

26

El editorial

El editorial de la FGER es únicamente responsabilidad del consejo editorial específico, que por orden, responsable a dirección ejecutiva, junta directiva, y representantes de las redes sociales de la Federación.

Se recomienda redactar un editorial quincenalmente, como mínimo.

- UDEFESUA. Teléfonos: 22545840 // 22544406. Dirección: 1a. Calle 7-45, zona 1, Guatemala, C.A. Dirección web: udefesua@udefesua.org (link e-mail)

Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

- CALDH. Teléfonos: 2251-0695 // 2230-3470. E-mail: comunicacion@caldh.org. Sitio web: https://caldh.org.gt/ En redes sociales como @caldh. Dirección: 6 avenida 1-71 Zona 1, Ciudad de Guatemala

- RED rompe el miedo Guate. Debido al COVID-19, nos encontramos laborando de manera remota. Pueden enviarnos un correo a: comunicacion@articulo19.org

27

Derechos de los periodistas	Alcances y límites de los periodistas
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

28

Recomendaciones

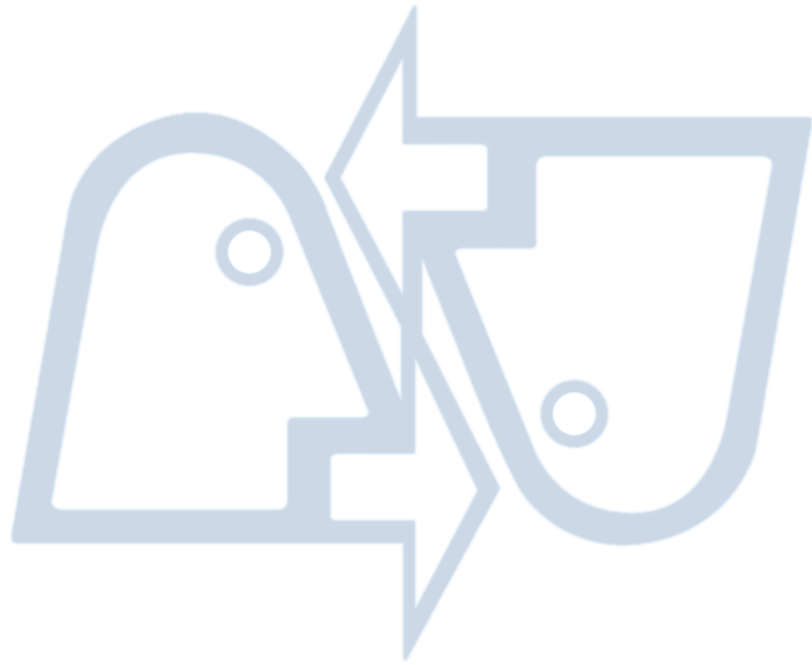
- Se recomienda que el equipo periodístico completo utilice este manual de procedimientos, con el fin mantener una línea de trabajo común, y ello reduzca los esfuerzos y agilice la producción.
- Que este documento sea leído completamente, puesto que el estilo del medio está intrínseco dentro de sus particularidades culturales organizacionales.
- Que este documento, sea reevaluado en lapsos estratégicos de tiempo, de no más de cinco años. Renovación constante.

Sistema Informativo Intercultural

MAYA KAT La Noticia sin Fronteras

FGER Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas

29



Comunicación
creando futuro