

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Periodismo digital: uso y aplicación de la página web del Diario de Centro
América**

Trabajo de tesis presentado por:
Nancy Paola Alvarez Franco

Previo a optar al título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:
Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, septiembre de 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaité Machuca
Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretario

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
M.A. Wangner Díaz Choscó
M.A. Elpidio Guillén de León
Lic. Víctor Tomás Carillas Bran
Lic. César Augusto Paiz Fernández
Dr. Marco Julio Ochoa España



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

Guatemala, 17 de noviembre de 2016
Dictamen aprobación 137-16
Comisión de Tesis

Estudiante
Nancy Paola Alvarez Franco
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 17-2016 de sesión celebrada el 14 de noviembre de 2016 que literalmente dice:

1.13 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante: Nancy Paola Alvarez Franco, carné 200715792, proyecto de tesis: PERIODISMO DIGITAL: EL USO Y APLICACIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL DIARIO DE CENTRO AMÉRICA. B) Nombrar como asesor (a) a: Dra. Aracelly Krisanda Mérida González.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Anaijr



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



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



Guatemala, 24 de mayo de 2017
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 022-2017

Estudiante
Nancy Paola Alvarez Franco
Carné 200715792
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante


De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis PERIODISMO DIGITAL: EL USO Y APLICACIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL DIARIO DE CENTRO AMÉRICA.


Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

- | | |
|--|---------------|
| Dra. Aracelly Krisanda Mérida González | presidente(a) |
| M.A. Wangner Díaz Choscó | revisor(a) |
| M.A. Elpidio Guillén de León | revisor(a) |

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC




Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



C.C. comité revisor
Archivo/expediente
AM/SVMG/AJr



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



Guatemala, 13 de julio de 2017

Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel
Ciudad Universitaria, zona 12.

Atentamente informamos a ustedes que la estudiante Nancy Paola Alvarez Franco Registro académico 200715792, Carné DPI 2396205850101, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su Tesis, cuyo título es: ***"Periodismo digital: uso y aplicación de la página web del Diario de Centro América"***.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y enseñad a todos"


Miembro Comisión Revisora
M.A. Elpidio Guillén


Miembro Comisión Revisora
M.A. Wangner Díaz


Presidente Comisión Revisora
Dra. Aracelly Mérida

c.c. archivo



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

037-17



Guatemala, 11 de agosto de 2017
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg-No.036-17

Estudiante
Nancy Paola Alvarez Franco
Carné 2396 20585 0101
Registro Académico 200715792
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:


Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **PERIODISMO DIGITAL: USO Y APLICACIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL DIARIO DE CENTRO AMÉRICA** siendo ellos:

Dra.	Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
M.A.	Wagner Díaz Choscó	revisor(a)
M.A.	Elpidio Guillén de León	revisor(a)
Lic.	Víctor Tomás Carillas Bran	examinador(a)
Lic.	César Augusto Paiz Fernández	examinador(a)
Dr.	Marco Julio Ochoa España	suplente

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



c.c: Comité Examinador
Archivo/expediente
AM/SVMG/AiJr

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

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



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

037-17

Guatemala, 27 de septiembre de 2017
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 033-2017

Licenciado (a)
Nancy Paola Alvarez Franco
Carné 2396 20585 0101
Registro académico 200715792
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título *"PERIODISMO DIGITAL: USO Y APLICACIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL DIARIO DE CENTRO AMÉRICA"*, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



Dra. Aracelly Krisandía Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
AM/SVMG/aijr



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

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

Índice

Contenido	Página
Resumen	i
Capítulo 1	
Anotaciones preliminares	
1.1 Introducción.....	01
1.2 Título del tema.....	02
1.3 Antecedentes.....	02
1.4 Justificación.....	05
1.5 Descripción y delimitación del tema.....	05
1.5.1 Ámbito geográfico.....	06
1.5.2 Ámbito institucional.....	06
1.5.3 Límites.....	06
1.6 Objetivos.....	06
1.6.1 Objetivo general.....	06
1.6.2 Objetivos específicos.....	06
Capítulo 2	
Fundamentos teóricos	
2.1 Internet.....	08
2.2 Página web.....	08
2.3 Redes sociales.....	10
2.3.1 Twitter.....	10
2.3.2 Facebook.....	11
2.3.3 YouTube.....	11
2.4 Periodismo.....	12
2.5 Periodista.....	13
2.6 Teorías del periodismo y de la comunicación.....	13
2.6.1 Teorías del Periodismo.....	14
2.6.1.1 Teoría de la Nueva Historia.....	14

2.6.1.2 Teoría del espejo.....	15
2.6.1.3 Teoría del newsmaking.....	16
2.6.1.4 Teoría del gatekeeper.....	16
2.6.1.5 Teoría organizacional.....	17
2.6.1.6 Teoría gnóstica.....	17
2.6.1.7 Teoría del agenda setting.....	18
2.6.1.8 Teoría instrumentalista.....	18
2.6.1.9 Teoría etnográfica.....	18
2.6.1.10 Teoría de los definidores primarios y la espiral del silencio.....	19
2.6.2 Teorías de comunicación.....	19
2.6.2.1 Perspectiva interpretativa.....	20
2.6.2.1.1 Escuela de Palo Alto.....	20
2.6.2.1.2 Interaccionismo simbólico.....	20
2.6.2.1.3 El construccionismo.....	20
2.6.2.2 Perspectiva funcionalista.....	20
2.6.2.2.1 Teoría de la aguja hipodérmica.....	21
2.6.2.2.2 Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos.....	21
2.6.2.2.3 Teoría de la información.....	21
2.6.2.2.4 Usos y gratificaciones.....	21
2.6.2.3 Perspectiva crítica.....	21
2.6.2.3.1 El medio es el mensaje.....	22
2.6.2.3.2 Teoría del cultivo.....	22
2.6.2.3.3 Espiral del silencio.....	22
2.6.2.4 La Cibernética.....	22
2.6.2.5 Determinismo tecnológico.....	24
2.6.2.6 Teoría de la tecnología digital alternativa.....	25
2.7 Géneros periodísticos.....	26
2.7.1 Géneros de Información.....	27
2.7.1.1 Noticia.....	27
2.7.1.2 Nota informativa.....	28
2.7.1.3 Entrevista.....	29

2.7.1.4 Reportaje.....	29
2.7.2 Géneros de Opinión.....	30
2.7.2.1 Editorial.....	30
2.7.2.2 Columna.....	30
2.7.2.3 Artículo.....	30
2.7.3 Géneros Híbridos.....	31
2.7.3.1 Crónica.....	31
2.7.3.2. Reportaje.....	31
2.8 Periodismo digital.....	31
2.8.1 Definición.....	31
2.8.2 Características del periodismo digital.....	33
2.8.3 Ventajas y desventajas.....	36

Capítulo 3

Diario de Centro América

3.1 Ficha de identidad del Diario.....	37
3.1.1 Nombre del periódico.....	37
3.1.2 Fecha de fundación.....	37
3.1.3 Fundador.....	37
3.1.4 Directivos.....	37
3.1.5 Otros datos.....	38
3.1.6 Slogan o lema que acompaña al nombre.....	38
3.1.7 Periodicidad.....	38
3.1.8 Jornada.....	38
3.1.9 Difusión.....	38
3.1.10 Tiraje.....	38
3.1.11 Presentación.....	38
3.1.12 Precio.....	39
3.1.13 Número de páginas.....	39
3.1.14 Diagramación.....	39
3.1.15 Distribución.....	39

3.1.16 Dirección electrónica.....	39
3.1.17 Breve sinopsis histórica del Diario de Centro América.....	39
3.1.18 Ubicación física del Diario de Centro América.....	40
3.1.19 Organigrama del Diario de Centro América.....	41
3.1.20 A qué público va dirigido.....	41
3.1.21 Medios digitales con los que cuenta.....	41
3.2 Tipo de información que maneja.....	42
3.3 Secciones que integran el Diario de Centro América.....	42
3.3.1 Nacionales.....	42
3.3.2 Opiniones.....	42
3.3.3 Económicas.....	43
3.3.4 Internacionales.....	43
3.3.5 Artes.....	43
3.3.6 Deportes.....	43
3.3.7 Otras.....	44
3.4 Publicaciones del Diario de Centro América.....	44
3.4.1 Diario impreso.....	45
3.4.2 Parte legal.....	45
3.4.3 Revista Viernes.....	46
3.4.4 DCA Dominical.....	46

Capítulo 4

Periodismo digital: el uso y aplicación de la página web del Diario de Centro América

4.1 Historia de la página web del Diario de Centro América.....	47
4.2 Puestos de trabajo en el área web del diario.....	51
4.3 Canal de YouTube del Diario de Centro América.....	52
4.4 Twitter del Diario de Centro América.....	53
4.5 Facebook del Diario de Centro América.....	54
4.6 Contenido de la página web.....	55
4.7 Plataforma que se utiliza para subir información a la página web.....	57

4.8 Género que predomina en la página web del Diario.....	59
4.9 Clasificación de las noticias.....	59
4.9.1 Las que se elaboran para la versión impresa y se suben a la web..	59
4.9.2 Las que se elaboran exclusivamente para la web.....	59
4.10 De dónde surgen los datos para publicar material en la web.....	60
4.11 Proceso para generar una noticia.....	61
4.11.1 Para versión impresa.....	61
4.11.2 Para la página web.....	62
4.12 Características de la nota para la edición impresa.....	64
4.13 Características de la nota para la versión web.....	64

Capítulo 5

Experiencia periodística en el proceso de elaboración de las noticias nacionales que se publican en la página web del Diario de Centro América

5.1 Equipo de trabajo que utiliza un reportero web.....	66
5.2 Características que debe tener un reportero web.....	66
5.3 Cómo se desarrolla un día laboral de un reportero web.....	67
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	73
Bibliografía.....	75
Anexos.....	79

Resumen

El Diario de Centro América es el periódico oficial de la República de Guatemala y fue fundado en 1880. Se encarga de difundir información de interés general y de publicar las leyes y normas del país que cobran vigencia. Es un medio de comunicación por medio del cual se dan a conocer noticias de diferentes clases (nacionales, internacionales, económicas, culturales, deportivas, entre otras) para mantener informados a los lectores.

Cuenta con la publicación impresa, con un sitio *Web* y redes sociales, así como un portal de *YouTube*, que le permiten difundir la información periodística a través de diferentes plataformas.

En este trabajo de tesis, elaborado como monografía de análisis de experiencias, se da a conocer cómo el diario maneja el periodismo digital, específicamente se informa sobre el uso y la aplicación de la página *Web* del mismo. De igual forma, se comparten las vivencias de la autora de este material durante su desempeño como reportera *Web* del diario y se da a conocer qué tipo de elementos necesita un comunicador para poder desarrollar labores de esa índole.

Asimismo se comparten los conceptos de diversos temas relacionados con el periodismo, *Internet*, *Web* y redes sociales, entre otros, con el objetivo de dar a conocer los fundamentos teóricos que respaldan la experiencia.

Para reforzar lo indicado en el siguiente texto, se incluye también la información obtenida por medio de entrevistas a un extrabajador, un editor y un subdirector del diario, quienes se refirieron a los cambios y rediseños que ha sufrido la página *Web* y los porqué de estos.

Finalmente, se expresan las conclusiones del trabajo realizado, entre las cuales se puede mencionar que la página *Web* es alimentada con dos tipos de información: la que es elaborada específicamente para *Internet* e incluye noticias del día, y la otra que es la que se publica en la versión impresa, pero que también es subida al sitio.

Y se comparten recomendaciones dirigidas a los medios de comunicación y a los estudiantes de periodismo.

Capítulo 1

Anotaciones preliminares

En este capítulo se da a conocer el tema central de esta tesis, así como los objetivos y justificación para desarrollarla. También se detalla cuál es el ámbito geográfico e institucional en el cual se realizó este documento.

1.1 Introducción

Los medios de comunicación, no importando si son radio, televisión o impresos, han incursionado en los últimos años en el tema del periodismo digital y han hecho de las redes sociales y las páginas *Web* las rutas para mantener informada a la población.

Estas nuevas herramientas permiten mayor interacción entre los medios y su público, y además logran que exista cierto nivel de igualdad de capacidades entre los diferentes medios con relación a las publicaciones, esto en cuanto a la inmediatez para dar a conocer las noticias.

En este marco, el Diario de Centro América decidió incursionar en 2010 en el mundo de las redes sociales, específicamente *Facebook*, para luego unirse a *Twitter* en 2011, lo cual le permite poder compartir la información en el momento en el que se registran los hechos noticiosos.

Asimismo, creó la página *Web* www.dca.gob.gt, la cual inicialmente funcionaba como un sitio institucional que contenía información de la Tipografía Nacional y del Diario de Centro América, sin que se tratara en sí de un medio para dar a conocer noticias.

Fue hasta 2012, cuando se hizo un primer rediseño de la página y se inició a publicar noticias de diferentes temas: nacionales, economía, internacionales, arte, cultura y deportes, entre otros. También se incorporaron las columnas de opinión.

Desde esa fecha y hasta la actualidad, este sitio, al que se le hizo un segundo proceso de rediseño en 2014, permite que los temas periodísticos se puedan publicar con inmediatez e irlos actualizando para mantener informada a la población.

En esta monografía se da a conocer el desarrollo que ha tenido el Diario Oficial de Guatemala con relación al periodismo digital, haciendo énfasis en el sitio *Web*. Además, se comparte la experiencia de la autora de este texto en el desempeño del cargo de reportera *Web* del referido medio de comunicación.

El siguiente trabajo contiene una narración de manera descriptiva del proceso de producción de las noticias que se publican en la página *Web* diariamente para mantener información actualizada.

De igual forma, se explica cómo se maneja la agenda informativa del referido diario, qué tipo de información se prioriza, a qué hechos se les da cobertura y las principales fuentes de información.

1.2 Título del tema

Periodismo digital: uso y aplicación de la página *Web* del Diario de Centro América.

1.3 Antecedentes

La primera página *Web* del mundo fue desarrollada por el físico británico Tim Berners-Lee, quien en 1989 desarrolló el concepto de World Wide Web (WWW), de forma que aún no se podía consultar por el público, sino que planteaba el desarrollo del hipertexto y la WWW para su aplicación en el CERN.

Según el sitio *Web* www.hipertextual.com, la WWW “ha sido uno de los grandes hitos tecnológicos del siglo XX; un gran invento que ha convertido el conocimiento en algo global y ha dado voz a los que no la tenían”.

Fue hasta 1992 cuando el CERN decidió hacer público y gratuito el acceso a la *Web*. Para enero de 1993 ya había en marcha unos 50 servidores *Web*, de acuerdo con www.hipertexto.info.

Y el diario peruano *El Comercio*, basándose en datos difundidos por el sitio *Internet Live Stats*, publicó el 17 de septiembre de 2014 que para esa fecha el número de sitios *Web* ascendía a por lo menos 1 mil 60 millones.

Desde sus inicios y hasta la actualidad, las páginas *Web* han tenido un desarrollo y crecimiento impresionantes y han sido utilizadas como vías de información por empresas, hospitales, iglesias, colegios, Gobiernos, personas individuales, medios de comunicación, entre otros. Tal es el caso del Diario de Centro América, cuyo caso se aborda en este trabajo.

Por aparte se verificó que diferentes documentos relacionados con el Diario Oficial se han publicado como trabajos de tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). El primero de ellos fue elaborado en 1980 por Elizabeth De León Toledo, y se denomina “Desarrollo y evolución del diario de Centro América. Decano del periodismo escrito”. Consta de 129 páginas y aborda el proceso del medio de comunicación desde su fundación, en 1880, hasta la fecha en que se creó el referido texto, es decir cien años después.

Mientras tanto, en 2013 fueron publicadas dos tesis relacionadas con este medio. Una es la de Ana María González Chacón, quien abordó el tema “Diario de Centroamérica: Una experiencia de transformación de medio oficial a medio público. Período 2008 – 2012. La otra, cuyo autor es César Augusto Gutiérrez González, se denomina “El proceso de producción del Diario de Centro América: descripción de las etapas de planificación, impresión y reproducción”.

Dos años después, en el 2015, Edgar Francisco de León Morales elaboró un estudio monográfico que llamó “El diseño del Diario de Centro América en sus diferentes etapas. Y el documento de tesis más reciente es el publicado en 2016, realizado por Rodolfo Absalom Flores García, quien se refirió a la “Experiencia en el manejo de la información oficial en el Diario de Centro América”.

Asimismo, existen algunas tesis de estudiantes de la ECC en las que se aborda el tema del periodismo digital. La primera fue elaborada en 2004 por Jorge Mario Barrios Ochoa, bajo el título “Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala”, en esta explica que el primer medio de comunicación en adentrarse al mercado del ciberperiodismo fue Prensa Libre, que implementó esa área desde 1999.

El referido documento agrega que en esa fecha eran cinco periódicos los que poseían versión digital, siendo estos el ya mencionado, La Hora, Siglo XXI, El Periódico y el Diario de Centro América. Este último, como ya se indicó, poseía un sitio *Web* institucional, no informativo.

En 2013, Juan Luis García Hernández publicó su trabajo llamado “Periodismo digital en Guatemala: medios convencionales y no convencionales en *Internet*”. En este explica cuál el estado de los medios periodísticos convencionales y no convencionales en *Internet* durante el período del 1 de agosto de 2012 al 22 de febrero de 2013. Una de las conclusiones a las que llegó el autor es que las dos clases de medios utilizan sus páginas *Web* según sus posibilidades económicas.

La presente monografía también aborda temas referentes al periodismo digital y el Diario de Centro América, al igual que las tesis mencionadas, motivo por el cual estos documentos se toman en cuenta como antecedentes.

Sin embargo, este trabajo se diferencia de los demás porque se enfoca específicamente en el área *Web* del medio de comunicación oficial, algo que hasta la fecha no se había trabajado como proyecto de tesis.

Este documento recoge conceptos relacionados con el periodismo, los géneros periodísticos, el periodismo digital y el proceso de elaboración de noticias que son publicadas en la página *Web* del Diario de Centro América, así como la experiencia de la autora al desempeñar el cargo de reportera *Web* en el referido medio.

1.4 Justificación

Se decidió desarrollar una monografía de análisis de experiencia en relación con el uso y aplicación de la página *Web* del Diario de Centro América debido a que no existe un trabajo de tesis de este tipo, en el cual se hable del tema del periodismo digital en el medio de comunicación escrito oficial de Guatemala.

Este texto puede servir como material de consulta para los estudiantes de periodismo y el público en general que desee conocer la labor que realiza un reportero *Web*.

Ya que se expone el proceso de elaboración del contenido que se publica en la página *Web* del Diario y se comparte la experiencia de la autora de este material en relación con la búsqueda de información, consulta de fuentes y redacción de noticias para este sitio de *Internet*, lo cual permite que el documento sea una guía que explique el proceso de elaboración de materiales periodísticos que se realiza en un medio de comunicación oficial.

1.5 Descripción y delimitación del tema

“Periodismo digital: uso y aplicación de la página *Web* del Diario de Centro América”, es el tema que se aborda en la presente monografía de análisis de experiencia.

Se enfoca en describir en general el proceso que se realiza para alimentar la página *Web* del Diario de Centro América, profundizando en el tema de las noticias nacionales que se elaboran diariamente por el reportero *Web* para ser colocadas en el sitio y garantizar que el medio mantenga la inmediatez e información actual.

1.5.1 Ámbito geográfico

Instalaciones del Diario de Centro América y Tipografía Nacional, ubicadas en la 18 calle 6-72 de la zona 1 capitalina.

1.5.2 Ámbito institucional

Página *Web* del Diario de Centro América.

1.5.3 Límites

Este trabajo se enfoca específicamente en explicar la producción de noticias nacionales para la página *Web* del Diario de Centro América, por lo cual no se tomó en cuenta la información de otros medios de comunicación existentes en Guatemala.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Describir el uso y aplicación de la página web del Diario de Centro América.

1.6.2 Objetivos específicos

Detallar el proceso para la elaboración de noticias que son publicadas en la página *Web* del Diario de Centro América.

Explicar la agenda informativa del Diario de Centro América y la utilización de las fuentes.

Exponer cómo se genera la información periodística y el proceso que se realiza hasta que esta es publicada en la página *Web* del Diario de Centro América.

Narrar la experiencia periodística en el proceso de elaboración de las noticias nacionales que se publican diariamente en la página *Web* del Diario de Centro América.

Capítulo 2

Fundamentos teóricos

A continuación se dan a conocer diferentes conceptos teóricos que sirven para darle sustento al presente estudio. Esta tesis se refiere al periodismo digital, por lo cual se abordan temas relacionados con el periodismo, las redes sociales, *Internet*, las teorías de la comunicación y los géneros periodísticos.

2.1 *Internet*

La Real Academia Española (www.rae.es) define *Internet* como: “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”.

La *Internet* ha ido evolucionando el tema de la comunicación, debido a que permite que las personas, no importando en qué lugar del mundo se encuentren, puedan conectarse entre sí, ello siempre y cuando cuenten con las herramientas tecnológicas necesarias para hacerlo.

Esta red sirve no solo para el traslado de la información, sino que de igual forma permite que exista comunicación entre quienes la utilizan. Para esto se aplican los correos electrónicos, redes sociales, blogs, páginas *Web* y otras plataformas digitales por medio de las cuales se recibe y se entrega información.

En relación con el periodismo, *Internet* se ha convertido en un nuevo canal para dar a conocer a la población lo que ocurre en su país y a nivel internacional.

2.2 *Página Web*

El sitio www.informaticamilenium.com.mx define la página de *Internet* o página *Web* como “un documento que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada *Internet*, de tal forma que

pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones”.

Y agrega que entre los beneficios de tener un sitio *Web* se puede mencionar la facilitación de la comunicación entre la institución que la posee y el público al que va dirigido.

La Real Academia Española (www.rae.es) define página *Web* como: “conjunto de informaciones de un sitio *Web* que se muestra en una pantalla y que puede incluir textos, contenidos audiovisuales y enlaces con otras páginas”.

Mientras que el sitio www.madrid.org destaca que una página *Web* es un documento electrónico que forma parte de la WWW (*World Wide Web*), que puede contener enlaces para direccionar a los usuarios hacia otras páginas. Añade que para visualizar una página es necesario utilizar un navegador.

Asimismo, indica que una página *Web* puede estar alojada en un ordenador local o en uno remoto. Y hace referencia a que una *Web* es un conjunto de páginas *Web* interrelacionadas que conforman lo que se conoce como un sitio *Web*.

La cantidad de páginas *Web* que existen a nivel mundial ha ido creciendo de forma considerable y su uso se ha extendido a instituciones, entidades públicas y privadas, sedes diplomáticas, dependencias de Gobierno, instancias religiosas y medios de comunicación.

Su función principal es la de informar, pues muestran contenido de diferentes clases para que los usuarios puedan acceder a él. También se utilizan como medio para realizar contactos comerciales o personales y establecer una interacción.

Para ampliar la información sobre el tema, se puede decir que existen páginas *Web* estáticas y dinámicas, las primeras son las que existen de forma permanente en un archivo en algún servidor *Web*, mientras que las otras son las que se crean cuando el usuario interactúa con un servidor *Web*, la del Diario de Centro América entra en la clasificación de las estáticas.

También, según la Universidad de Chile (2008), las hay públicas y privadas, unas son las que todas las personas pueden ver, y las otras son las que están protegidas por alguna clave o están dentro de una *Intranet*.

2.3 Redes sociales

Las redes sociales y medios digitales con los que cuenta el Diario de Centro América para trasladar la información a los lectores son: *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* y la página *Web*. A continuación se da a conocer información con relación a cada uno de ellos.

2.3.1 Twitter

Según Polo (2009: p.6), "*Twitter* es una aplicación en la *Web* que permite a sus usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a su página".

Twitter fue creado en marzo de 2006 por Jack Dorsey y lanzado en julio del mismo año. Mientras tanto, su versión en español salió al aire el 3 de noviembre de 2009. La plataforma de la red social muestra una sección en donde aparecen los tuits publicados por el usuario, otra en donde se indica qué cuentas está siguiendo y una más en donde está el listado de quienes lo siguen.

Además, muestra un área con las tendencias a nivel mundial o a nivel país, según el usuario desee verlas, allí aparece un listado de los temas de los cuales se está escribiendo más en *Twitter*.

Polo (2009) añade que esta red social se puede utilizar para encontrar clientes, divulgar ofertas y promociones, hacer encuestas, compartir archivos, distribuir y compartir música y encontrar trabajo. Además, para comprar y vender objetos, recomendar y leer recomendaciones, buscar noticias recientes, encontrar personas y noticias, realizar pagos y cobrar dinero, analizar tendencias, divulgar enlaces, enviar mensajes a otros usuarios y ver fotografías.

2.3.2 Facebook

De acuerdo con la Universidad de Chile (2008: p.118), “*Facebook* es una comunidad online cerrada, donde los perfiles pueden editarse para ser visibles solo a tus amigos. Se presenta como una plataforma sobre la que se pueden montar aplicaciones para que las personas se comuniquen en variados formatos”.

Facebook nació en 2004 y su creador es Mark Zuckerberg. Esta red social cada vez crece más en la cantidad de usuarios. En relación con su aplicación en el periodismo, se ha convertido en un canal de información por parte de los medios de comunicación hacia los lectores, y viceversa, porque permite a los usuarios comentar lo que se publica.

2.3.3 YouTube

YouTube es un portal de *Internet* que permite a los usuarios subir y visualizar videos de diferentes clases, como películas, tutoriales, musicales, programas televisivos e incluso realizar transmisiones en vivo. Fue creado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, y en 2006 fue adquirido por Google.

En su sitio *Web*, *YouTube* explica que a lo largo de los años ha permitido a millones de personas descubrir, ver y compartir videos originales, y que además funciona como una plataforma de distribución para creadores de contenido original y grandes y pequeños anunciantes. Agrega que este portal ofrece un foro para que los usuarios se conecten y se informen e inspiren a otras personas en todo el mundo.

2.4 Periodismo

“El periodismo es un saber prudencial que consiste en la comunicación adecuada del saber sobre las realidades humanas actuales que a los ciudadanos les es útil saber para actuar libre y solidariamente”, explica Galdón (1994: p.244).

Galdón (1994) añade que el periodismo y la información periodística son cosas distintas, pues lo primero es una determinada actividad humana, mientras que lo segundo es el contenido y resultado práctico de esta, “es un saber sobre las realidades humanas actuales con proyección e interés social, compartido por periodistas y ciudadanos”.

Mientras tanto, Interiano (1994: p.27) lo define como “la rama de la comunicación social que está destinada a informar al público sobre asuntos que le interesan o afectan, ya sea en forma positiva o negativa”.

Agrega que la característica básica del periodismo es informar con la celeridad que acontecen los hechos y con la veracidad del caso.

Pueden citarse tres formas de periodismo: informativo, interpretativo y de opinión. El primero tiene como base la información de actualidad, que incluye los hechos de reciente suceso, es decir, la información noticiosa. Su principal forma de expresión es la nota informativa, aunque también incluye el reportaje noticioso.

El segundo es también llamado periodismo explicativo o de profundidad y su principal característica es que es de carácter reposado y sumamente analítico. Trabaja generalmente con hechos o fenómenos sociales de trascendencia y no con noticias diarias, como lo hace el periodismo informativo.

Los géneros más utilizados en esta corriente del periodismo son el reportaje en profundidad, la crónica interpretativa, el artículo, el editorial y la entrevista, aunque en realidad es susceptible de ser trabajado por cualquier género periodístico.

Mientras tanto, menciona Interiano (1994), el tercero lleva a los lectores a un punto de vista particular. Tiene un estilo libre y las ideas que se expresan por medio de este corresponden a los puntos de vista personales de sus autores.

En esta forma de periodismo quien escribe emite una opinión respecto a un hecho, y además debe aportar datos, cifras y declaraciones que sustenten el contenido. Tiene un estilo personal e individual. El autor añade que los géneros que más se ajustan al periodismo de opinión son el artículo, la columna, la crónica opinativa, el editorial, las críticas y ensayos.

2.5 Periodista

Para López (1995: p.59), un “periodista es todo aquel profesional con una base cultural sólida – adquirida en la universidad- que domina las técnicas periodísticas y está dotado de criterios personales basados en la honestidad y el respeto a la verdad”.

Añade que el periodista puede expresarse de forma literaria, gráfica, infográfica, audiofónica y televisiva y define dos tipos de periodistas: el de calle, que realiza trabajo de campo; y el de mesa, que hace el trabajo a distancia.

López (1995: p.92) indica que el primero es el que se desplaza directamente hacia las fuentes, para conocer los hechos y obtener datos de lo que podrían ser noticias. Mientras que el segundo realiza funciones similares, sin embargo para recabar la información lo hace vía telefónica, con comunicaciones que llegan a la redacción o con diferentes elementos que le permiten comunicarse a distancia con las fuentes.

2.6 Teorías del periodismo y de la comunicación

Peloso y Grasso (2008: p.19), en su texto Teoría(s) de la Comunicación 4, señalan que en los últimos 30 años se han desarrollado las tecnologías de registro y transmisión de datos, debido al avance de las denominadas Nuevas Tecnologías

de la Información y Comunicación (NTIC). De acuerdo con ese documento, “la preocupación por los medios de comunicación ha captado gran parte del esfuerzo por abordar científicamente a la comunicación”.

Los autores Pelosio y Grasso (2008: p.19) explican que entre los siglos XV y XVI se dio un proceso de cambio importante en Europa, el cual “revolucionó la historia universal” y fue denominado “la modernidad”. En este se empezó a ver la sociedad como algo dinámico. A la vez ocurrió el fenómeno de “la mundialización”, en el cual los reinos europeos colonizaron regiones de la tierra y difundieron sus pensamientos y forma de vida.

Fue a partir del siglo XVII cuando ocurrieron diferentes acontecimientos, como revoluciones políticas e industriales, las cuales modificaron la forma de pensar y permitieron que se asociara una idea social ligada al conocimiento científico, que se refiere a la ciencia y la tecnología. Ese tipo de conocimiento “y la racionalidad son el fundamento y los cimientos de toda idea de sociedad”, mencionan Pelosio y Grasso (2008: p.20)

En el siglo XX se comienza a hablar de países desarrollados y subdesarrollados, así como del primer y tercer mundo. También surge el fenómeno de la globalización. Pelosio y Grasso (2008).

2.6.1 Teorías del Periodismo

Existen diferentes teorías sobre la naturaleza del periodismo y para entender cómo son las noticias. Cada autor ofrece sus propios conceptos y clasificaciones, los cuales se detallan a continuación.

2.6.1.1 Teoría de la Nueva Historia

Hace referencia a que la historia y el periodismo no reconstruyen la verdad, sino que la interpretan. Asimismo, tomando como referencia lo que dice el teórico Michel de Certeau, Pena (2009: p.169) indica que es necesario reflexionar sobre la

producción de los hechos, y destaca que la metodología histórica “siempre ha insistido más en el inventario, en la clasificación y tratamiento de las fuentes que en la construcción del discurso”.

A decir de Pena (2009), la historia y el periodismo son “una laguna”, debido a que en el caso de la primera, se trata de lo que se pudo saber sobre cierto tema, mientras que se desconoce la mayor parte del pasado. Es decir que el resto de la historia es una laguna que no ha sido revelada. En tanto, ocurre lo mismo con cualquier tema periodístico.

Pena (2009: p.169) agrega que “más que el público, son los semejantes del historiador los destinatarios de la obra. Algo parecido ocurre con los periodistas, a pesar de la preocupación por el público”, ya que los profesionales de la comunicación siempre comprueban lo que han hecho sus colegas.

2.6.1.2 Teoría del espejo

A criterio de Pena (2009: p.135), esta señala que el periodismo refleja la realidad y que las noticias son del modo que se conocen porque la realidad así las determina. Según esta teoría, “la prensa funciona como un espejo de lo real, presentando un reflejo claro de los acontecimientos de lo cotidiano”. Considera además que el periodista es un mediador desinteresado que se encarga de observar la realidad y emitir un informe equilibrado y honesto sobre los hechos de forma objetiva.

En la actualidad, “la comunidad periodística defiende esta teoría tomando como base la creencia de que las noticias reflejan la realidad” (Pena, 2009: p.136).

En el caso del periodismo guatemalteco, específicamente en el Diario de Centro América, esta teoría sí se aplica, tomando en cuenta que se trabaja de forma objetiva y se publican hechos veraces, previamente verificados y respaldados con las fuentes pertinentes.

2.6.1.3 Teoría del *newsmaking*

Considera que el periodismo es la construcción social de una supuesta realidad y que está lejos de ser el espejo de lo real. “La prensa no refleja la realidad, sino que ayuda a construirla”, señala, Pena (2009: p.138).

De igual forma, rechaza a la del espejo y afirma que las noticias informan y tienen referencia en la realidad, pero también de cierta forma sirven para construir la realidad.

En su libro Teorías del Periodismo, Pena (2009) recoge lo descrito en el texto de Mauro Wolf, “Teorías de la comunicao”, en el cual menciona que la socióloga Gaye Tuchman considera que los órganos de información deben cumplir con tres requisitos para producir noticias.

Estos son: a) hacer posible el reconocimiento de un hecho desconocido como acontecimiento notable; b) elaborar formas de informar sobre los hechos; c) organizar temporal y espacialmente el trabajo para que los sucesos noticiables se puedan elaborar de forma planificada.

2.6.1.4 Teoría del *gatekeeper*

Pena (2009) hace referencia a que el periodista tiene el poder de decidir si deja pasar la información o si la bloquea. El autor añade que de una gran cantidad de hechos, solo algunos llegarán a ser noticia si pasan por una verja o portón (*gate*, en inglés). De igual forma, señala que la persona que selecciona a qué temas se les dará la continuidad correspondiente es el portero (*gatekeeper*).

Este término surgió por primera vez en 1947, sin embargo estaba enfocado en el área de la psicología. Pena (2009: p.144) explica que fue hasta en 1950 cuando se aplicó el concepto al periodismo. El primer teórico que lo utilizó fue David Manning White.

2.6.1.5 Teoría organizacional

“El trabajo periodístico depende de los medios usados por la organización informativa y destaca que el factor económico es el más influyente de las condicionantes”, dice Pena (2009: p.146). Agrega que el periodismo es un negocio y busca el lucro, por lo cual el sector más importante de una empresa periodística es el comercial.

El autor añade que se considera que los anuncios interfieren directamente en la producción de noticias, pues el espacio para la publicidad se reserva antes que el de las noticias, y por lo tanto los periodistas cubren solamente lo que quedó libre.

2.6.1.6 Teoría gnóstica

“Creo que la identidad de la comunidad periodística está formada por una estructura gnóstica. No en el sentido religioso, sino en el carácter fáustico y restrictivo de sus costumbres, vocabulario y ritos de iniciación”, destaca Pena (2009: p.149).

Asimismo, explica que el concepto de gnosis puede ser traducido como un tipo de conocimiento esotérico que se transmite por tradición y mediante ritos de iniciación. Resalta también que esas enseñanzas son aprendidas por pocos, pues se han quedado restringidas para el grupo de “iniciados”.

Pena (2009) menciona además tres “saberes”: el de reconocimiento, que es la capacidad de saber qué hechos pueden convertirse en noticia; el de procedimiento, que se refiere a la manera para obtener la información y elaborar la noticia; y el de narración, es decir la capacidad de seleccionar la información más pertinente y presentarla de forma interesante para el público.

2.6.1.7 Teoría del agenda setting

Surgió a comienzos de los años 70 y se basa en la idea de que los medios les dicen a las personas sobre qué hay que hablar y determinan las relaciones entre estas.

Con relación a esta teoría, Pena (2009) sugiere que los medios de comunicación dirigen las conversaciones de la población, pues los consumidores de noticias tienden a considerar más importantes los asuntos que difunde la prensa, aunque haya otros de mayor relevancia.

2.6.1.8 Teoría instrumentalista

“Las noticias sirven objetivamente a determinados intereses políticos”, destaca Pena sobre lo que dice esta teoría.

Explica que hay dos interpretaciones diferentes para esta teoría: en la versión de los izquierdistas, las noticias son vistas como instrumentos para mantener el statu quo capitalista; mientras que en la de derecha, considera que las noticias se usan para cuestionar dicho sistema. (Pena, 2009: p.157)

De igual forma, Pena (2009) añade que Chomsky es uno de los representantes más famosos de la teoría instrumentalista de izquierda, pues cree que la prensa está subordinada a los intereses de la élite política y económica. En tanto que los promotores de la versión de derecha piensan lo contrario, ya que señalan que los periodistas son una clase social específica y distorsionan las noticias para transmitir ideas anticapitalistas.

2.6.1.9 Teoría etnográfica

Sobre este tema, Pena (2009: p.161) resalta que “es difícil desprenderse de nuestros ojos culturales y conseguir ver con los de los demás”, pues considera que las personas están condicionadas por su propia cultura y que esta es su lente.

Agrega que cada persona posee lenguaje, costumbres, rituales, valores, entre otros, que están basados en la cultura. Y además, que ver con las lentes del otro es fundamental en la profesión del periodismo.

2.6.1.10 Teoría de los definidores primarios y la espiral del silencio

De acuerdo con Pena (2009: p.165), esta se centra en el poder que las fuentes privilegiadas tienen en la construcción de las noticias. En ese sentido, explica que esta teoría se acerca a la concepción instrumentalista, pero que no se centra en la posibilidad de la manipulación por parte de los periodistas y los dirigentes de la clase hegemónica, sino que las posibles distorsiones de las noticias se darían por la subordinación a las opiniones de las fuentes que tienen posiciones institucionalizadas, a las cuales denomina definidores primarios.

El autor incluye dentro de esa clasificación “a personas con cargos institucionales, como gobernadores, alcaldes, presidentes de empresas, comisarios de policía o diplomáticos”.

Esta teoría reconoce que la actividad periodística se halla bajo la influencia decisiva de las rutinas productivas. Señala también que lo que diga un definidor primario influirá en el resto de la cobertura.

De igual forma considera que la preferencia por la opinión de los poderosos funciona como una defensa para el periodista, pues se escuda en las declaraciones que este le dé, sin acudir a verificar con objetividad si lo que está diciendo es realidad o no. “Queda protegido” con lo que dice el funcionario y “no necesita buscar la confirmación”. (Pena, 2009: p.166)

2.6.2 Teorías de comunicación

Mientras tanto, Díaz (2012) clasifica las teorías de comunicación de masas en tres perspectivas distintas: la interpretativa, la funcionalista y la crítica.

2.6.2.1 Perspectiva interpretativa

Esta considera que los medios de comunicación masiva muestran cómo es la realidad del universo y marcan quiénes somos, la escala social a la que pertenecemos, y cómo debemos ser y actuar dentro de la sociedad. Se divide en:

2.6.2.1.1 Escuela de Palo Alto

Se basa en que la información que aparece en la televisión es fidedigna de la realidad. Además, hace pensar a quienes observan lo que ocurre que lo mostrado es natural y por lo tanto creen que su comportamiento es adecuado ante ciertas situaciones. “Los medios nos definen, nos dan a conocer quiénes somos y cuál es la conducta que debemos tener dentro del marco social”, resalta. Y cita como ejemplo que es natural que los adolescentes actúen rebeldes, que los pandilleros ataquen y que los papás trabajen. (Díaz, 2012: p.24)

2.6.2.1.2 Interaccionismo simbólico

Según Díaz (2012), esta se refiere al uso de signos que permitan establecer un parámetro de comunicación, e indica que el ser humano ha estado inmerso en el proceso de la simbología desde épocas remotas.

2.6.2.1.3 El construccionismo

De acuerdo con Díaz (2012: p.26), “se basa en la creación de estereotipos que influyen de forma determinante en la manera de actuar de los individuos”. Es decir que los medios de comunicación se encargan de dar las pautas de cómo se debe actuar en la estructura social, para lo cual utiliza los paradigmas conductuales.

2.6.2.2 Perspectiva funcionalista

Mientras tanto, la perspectiva funcionalista refiere que los medios de comunicación pretenden que la audiencia no se deslinde de los patrones y que actúe bajo ciertas reglas. Se divide en:

2.6.2.2.1 Teoría de la aguja hipodérmica

Díaz (2012) menciona que de forma inductiva, los medios de comunicación marcan las pautas en cada individuo sobre cómo tiene que ser y actuar. Por ejemplo, señalan cómo deben ser las mujeres: altas, extremadamente delgadas, jóvenes y con tez perfecta.

2.6.2.2.2 Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos

Dicta que no basta con que los medios desarrollen una idea, sino también es necesario que la misma sea creíble para quienes reciben el mensaje. Esta teoría dice que “los medios no solo son los encargados de decirnos qué hacer, sino que hacen uso de entes ficticios a quienes les adjudican credibilidad, para que nos muestren cómo es que es nuestra realidad, cómo debe ser y de la misma manera lo hacen con nuestra conducta”, explica Díaz (2012: p.30)

2.6.2.2.3 Teoría de la información

Indica que los medios masivos de comunicación buscan preservar el sistema tal cual está funcionando, y que en sí mismos, estos son sistemas que rigen patrones ya establecidos utilizando ciertos actores para que propaguen las actuaciones de la sociedad, de acuerdo con Díaz (2012).

2.6.2.2.4 Usos y gratificaciones

Según explica Díaz (2012: p.32), esta teoría expone que los medios masivos de comunicación le dan a la audiencia un carácter activo y no pasivo, pues la persona es capaz de elegir entre los programas que se presentan en la televisión. Menciona también que los medios satisfacen algunas necesidades, entre estas las de adquisición de conocimiento. “Las personas tienen el poder y es con el uso que le dan a los medios que satisfacen ciertas necesidades”.

2.6.2.3 Perspectiva crítica

Se basa en el fundamento marxista y destaca que los medios ejercen un patrón dominante para evolucionar el pensamiento de la audiencia; añade que estas han

generado un comportamiento “alienado” hacia los medios masivos de comunicación. Se clasifica en tres conceptos distintos:

2.6.2.3.1 El medio es el mensaje

Díaz (2012: p.42), en su libro Teorías de la Comunicación, explica que cada época se ha caracterizado por un medio masivo de comunicación y refiere que la radio, la televisión, y en la actualidad las nuevas tecnologías, tendrán un papel determinante para crear un espacio intermedio entre lo público y lo privado.

2.6.2.3.2 Teoría del cultivo

En esta teoría, Díaz (2012) hace referencia a que los medios de comunicación plantean una realidad que no existe y es ficticia, y que la sociedad se expone a ellos, por lo tanto está expuesta a la distorsión de la realidad, lo cual hace que tenga también una percepción distorsionada de la realidad.

Por ejemplo, se muestran películas en donde los actores se comportan de cierta forma, aunque esta sea muy alejada de la realidad, pues saltan o se salvan de morir infinidad de veces, pese a que sufren constantes ataques violentos.

2.6.2.3.3 Espiral del silencio

Los medios lanzan estereotipos y por temor a ser aislados socialmente, “los individuos se mantienen en silencio y no emiten sus propias opiniones”, sino que siguen lo dicho por una mayoría para sentir que pertenecen a esta, menciona Díaz (2012: p.46) con base en esta teoría. Entonces, si las opiniones individuales de alguien no están expresadas por los medios, se consideran minoritarias y se reducen al silencio, añade la autora.

2.6.2.4 La Cibernética

De acuerdo con Aguado (2004), en los años 40 se desarrolló una nueva disciplina dedicada al estudio de los sistemas recursivos. Y en 1947, Norbert Wiener, W.R. Ashby y W. Rosenblueth perfilaron la disciplina denominada Cibernética.

Aguado (2004: p.41) cita en su libro “Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación” que Wiener describe la Cibernética como “la ciencia de la comunicación y el control en el animal y en la máquina”. Añade que esta se ocupa de estudiar los sistemas con causalidad circular. Tomando en cuenta ello, Wiener define la Cibernética como “ciencia de la comunicación y el control”.

Según Aguado (2004: p.159), en relación con la tecnología y el mestizaje de las formas comunicativas, se puede decir que la implementación y desarrollo de la comunicación de masas y las innovaciones tecnológicas resultaron en la generalización de las mismas, “multiplicando exponencialmente las influencias y coordinación entre ellas”.

A partir de los años 50, se inició a perfilar una nueva corriente de estudio de los medios de comunicación que se enfoca en su naturaleza tecnológica, cómo influye esta y los usos que se hacen de la misma. Esta corriente se perfila en torno a la denominada Escuela de Toronto.

En 1951 se publicó una obra de Harold Adam Innis en la cual menciona que “la tecnología de los medios contribuye de forma decisiva a modificar tanto la estructura económico-política de una sociedad como las condiciones del conocimiento y representación del mundo que caracterizan a esa misma sociedad”, añade Aguado (2004: p.186).

Además, Aguado (2004: p.187) cita en su texto a Innis, quien define el concepto de medio como “todo dispositivo tecnológico que permite el almacenamiento, difusión y organización de los conocimientos de una sociedad en una época determinada”. Y los divide así: medios vinculados al tiempo (manuscritos y relatos orales), y medios vinculados al espacio (impresión y medios electrónicos), esto porque los primeros tienen un alcance limitado y los segundos uno amplio. Asimismo, para Innis, “el medio de comunicación dominante en una sociedad determina la estructura de esa sociedad”.

El autor también menciona a Marshall McLuhan, principal defensor del determinismo tecnológico, y destaca que él define las tecnologías como extensiones de los sentidos y órganos del ser humano; y dice que los medios de comunicación son extensiones de las capacidades cognitivas del hombre. “Los medios, pues, son tecnologías que extienden y amplifican los sentidos y funciones cognitivas del ser humano, incrementando así su alcance y eficacia, pero también actuando como filtro que determina la manera en que se percibe el mundo y se interactúa para él” (Aguado, 2004: p.188).

2.6.2.5 Determinismo tecnológico

Mérida (2017) señala que Marshall McLuhan, un ingeniero y doctor en literatura inglesa originario de Canadá, considera la existencia de tres eras de la humanidad:



Fuente: Mérida (2017)

Además, de acuerdo con Mérida (2017), McLuhan clasifica los medios como fríos y calientes. Los primeros brindan poca información visual y por lo tanto hacen que el usuario “trabaje para llenar lo que falta”; mientras que los segundos ofrecen más información, lo que conlleva a que el receptor sea pasivo.

Los medios fríos son: teléfono: habla, televisión y seminarios. Y los calientes son: radio, imprenta, conferencias y fotografías.

El Diario de Centro América podría incluirse entre los medios calientes, tomando en cuenta que da a los lectores información amplia sobre diversos temas. Los datos son trasladados a los receptores por medio de textos, fotografías, videos e infografías.

McLuhan fue el principal defensor de la doctrina determinista, la cual señala que los medios y las herramientas tecnológicas provocan cambios sociales y mentales, al igual que culturales. Mérida (2017: p.7) señala que “el determinismo tecnológico afirma que la tecnología determina a la sociedad, al grado de no conceder ningún distanciamiento entre máquina y hombre”.

Asimismo, Mérida (2017: p.8) menciona que el doctor canadiense considera que el medio es el mensaje, ya que “una característica principal de los medios es su poder transformador de las actividades y relaciones humanas, visto así, el mensaje sería el cambio que el mismo medio provoque en las sociedades”.

2.6.2.6 Teoría de la tecnología digital alternativa

Scolari (2008) detalla que esta teoría, que no ha sido desarrollada por completo, es parte de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Además, menciona que se han creado redes y sistemas en los cuales se da intercambio de información y comunicación de forma digital, ya sea de un emisor a varios receptores, o de varios receptores a un emisor.

Esta teoría se basa en la hipermediación, concepto que se define como el intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno que incluye gran cantidad de lenguajes, sujetos y medios, así como lenguajes que a su vez están interconectados tecnológicamente, añade Scolari (2008: p.113).

De igual forma, el autor indica que los medios tradicionales son considerados solamente como medios de información, y dice que con la evolución de medios tecnológicos se da la interacción y por lo tanto se le da vida al proceso de doble vía.

Al surgir este nuevo sistema de comunicación y aparecer una distinta generación de medios digitales interactivos basados en un modelo comunicacional innovador, y en el que existe la colaboración de los usuarios, se desafía el conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas, menciona Scolari (2008: p.31).

Esta teoría se aplica a la presente investigación, tomando en cuenta que se aborda el tema del desarrollo del periodismo y su relación con las nuevas tecnologías. El periodismo digital puede incluirse en esta teoría de Scolari, ya que se refiere a la interconexión tecnológica que existe. En el caso del Diario de Centro América, esa conexión se da al publicar información en las redes sociales y la página *Web*, a lo cual los lectores pueden reaccionar por medio de comentarios.

2.7 Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son las maneras por medio de las cuales se puede dar a conocer la información. Se diferencian entre ellos por la forma o estilo en el cual se escriben o se presentan en los medios de comunicación.

Las especies de textos se denominan géneros, y estos son los modelos textuales que se caracterizan por convenciones estilísticas y retóricas. Ofrecen una

herramienta clave para la codificación informativa, interpretativa o argumentativa, indican Díaz y Salaverría (2003: p.39)

De acuerdo con Salvatierra (2015), los géneros periodísticos se clasifican en: Géneros de Información, Géneros de Opinión y Géneros Híbridos.

2.7.1 Géneros de Información

El autor menciona que estos son la nota informativa o noticia, la entrevista y el reportaje. Los cuales se definen a continuación:

2.7.1.1 Noticia

Benítez (2000: p.13) define la noticia como la materia prima del periódico y añade que “esta es el comienzo del principio, o sea, la noción y el conocimiento elemental de un suceso que se comunica o se transmite en el concurso de los acontecimientos históricos”. Asimismo, resalta que actualmente no hay periódico sin noticias, pero que en tiempo pasado había noticias sin periódico.

Según la opinión de Benítez (2000: p.33): “Las noticias han sido una necesidad para el hombre, similar al alimento, a la vivienda, al abrigo”.

Mientras tanto, para Clauso (2009: p.68) la noticia es “el hecho novedoso de interés para los lectores. Es decir que el periodista asume la posición del lector anticipando qué captará su atención y qué no”.

Y González (1953: p.17) considera que existen tantas definiciones de la noticia como del amor, de las cuales indica, algunas son poéticas, otras prácticas o ingeniosas. Por ello expresa una definición, a su criterio, realista, que señala que la noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores, y por lo tanto entonces la noticia es lo que le interesa a los periodistas.

En conclusión, la noticia es lo que da origen a cualquier tema que se desarrolle en un medio de comunicación, no importando el género periodístico por medio del cual se dé a conocer un tema o el canal que se utilice para su difusión (radio, televisión, impresos, redes sociales, páginas *Web*).

El periodista busca la noticia y la plasma de formas distintas, a veces con reportajes, con notas, con opiniones (bien sustentadas) y con ello logra informar a la población.

Una noticia debe ser detectada por el comunicador tomando en cuenta diferentes elementos, algo en lo que coinciden diferentes autores: la actualidad, entretenimiento, la proximidad, la rareza, la novedad, magnitud e interés humano, por mencionar algunos. Es decir, que para medir de cierta forma si un hecho es noticia se debe analizar a quiénes les interesaría el tema y por qué y si cumple con los criterios citados.

2.7.1.2 Nota informativa

Todos los géneros periodísticos se basan en la noticia, sin embargo a veces esta se confunde con lo que es la nota informativa, la cual es el género más utilizado por los medios de comunicación. Sus elementos base son la brevedad e inmediatez. El primero se refiere a narrar los hechos con precisión y con el menor número de palabras posible; y el segundo, a que los hechos deben ser relatados lo más pronto después de que sucedan. Este es un género muy importante en el periodismo informativo. Su estructura es: entrada, cuerpo y cierre, indica Interiano (1994: p.31).

De acuerdo con Salvatierra (2015: p.76), este género se centra en hechos de actualidad, busca divulgar novedades, se sustenta en fuentes cuyas declaraciones y datos aportan valor e idealmente debe contar con un mínimo de dos fuentes para crear así un cierto equilibrio en el enfoque.

2.7.1.3 Entrevista

La entrevista puede ser utilizada como técnica y como género y en ambos casos es fuente de información para realizar los trabajos periodísticos. Es una de las fuentes más importantes para obtener “información de primera mano, fresca, persona, individual, para trasladarla al público”. Los periodistas la utilizan para obtener datos o puntos de vista de expertos sobre sucesos o problemas sociales, menciona Interiano (1994: p.11-12).

Salvatierra (2015: p.76-77) divide la entrevista en tres tipos: noticiosa, temática y semblanza. La primera tiene una estructura similar a la nota informativa, pues consta de entre tres y cinco párrafos, y expone las declaraciones de la fuente sin que figuren las preguntas. La segunda, también es conocida como de opinión o de información, se refiere a cierto tema en específico y en su redacción se incluyen las preguntas y repuestas. La tercera se enfoca en rasgos de la vida de la persona entrevistada, y se le conoce también como de perfil o de personalidad.

2.7.1.4 Reportaje

Vivaldi (1987: p.65) define el reportaje como el “relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano; o también: una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista”.

Mientras que Salvatierra (2015: p.77) lo define como “el género mayor del periodismo cuya profundidad, análisis, interpretación, documentación y variedad de fuentes ahondan las circunstancias del tema seleccionado. Puede ser un hecho de actualidad o alcanzarla en el momento que es publicado”.

2.7.2 Géneros de opinión

Salvatierra incluye en esta clasificación el editorial, la columna y el artículo. A continuación se da a conocer el concepto de cada uno.

2.7.2.1 Editorial

“Es un artículo en el cual se expresa la opinión o enjuiciamiento del periódico, por ello se dice que es la voz del periódico, del cual es responsable el mismo medio”. Este género permite que, bajo la óptica de los dueños del medio, este exprese su filosofía sobre diferentes temas y su línea ideológica. Tiene un espacio reservado, es decir que siempre aparecerá en el mismo lugar en todas las publicaciones. Generalmente son escritos por periodistas especializados, resalta Interiano (1994: p.129).

Este género no lleva firma del autor o autora, se redacta de forma impersonal o en primera persona plural. Y puede centrarse en un hecho que esté incluido dentro de las páginas de información o en un tema atemporal. (Salvatierra, 2015: p.77)

2.7.2.2 Columna

Para Martín Vivaldi (1987: p.140), la columna, como la crónica, debe ser interpretativa y valorativa de hechos noticiosos.

Mientras que para Salvatierra (2015), esta representa el pensamiento de quien la firma, el cual puede o no ser afín del medio. El único responsable de lo expuesto es el autor. Se redacta en primera persona singular. Además, se publica con regularidad programada y se identifica con un nombre asignado para el espacio que ocupa.

2.7.2.3 Artículo

El artículo periodístico es: “escrito, de muy vario y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea

actuales, de especial trascendencia, según la convicción del articulista”, dice Martín Vivaldi (1987: p.176).

Para Interiano (1994) el artículo es subjetivo, pues quien lo escribe emite su opinión. No posee estructuras ni reglas establecidas previamente y su hilo conductor es el razonamiento del escritor y el uso adecuado del lenguaje. Es de variado contenido y forma y en este se interpreta, valora o explica un hecho actual. Y de acuerdo con Salvatierra (2015: p.78), este “recoge todos los elementos de la columna, diferenciándose únicamente en que no lo identifica un nombre”.

2.7.3 Géneros híbridos

Salvatierra (2015) incluye en esta clasificación la crónica y el reportaje.

2.7.3.1 Crónica

A criterio de Interiano (1994), es una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado. Este género permite que los autores impongan su originalidad e imaginación. Debe escribirse en primera persona y el manejo de los tiempos verbales queda a criterio del autor.

2.7.3.2. Reportaje

Además de lo ya mencionado sobre este género, se le considera híbrido cuando recoge no solo los elementos de la parte informativa, sino también los de la crónica, aunque se distancia de esta porque no expone los hechos en una secuencia ordenada, sino con saltos en la narración, expone Salvatierra (2015).

2.8 Periodismo digital

2.8.1 Definición

Internet se ha sumado a la radio, televisión y medios escritos, para dar como resultado el periodismo digital, que incluye la difusión de material periodístico a través de las redes sociales, gestores de video, páginas *Web* u otras plataformas

digitales, lo cual también, como se mencionaba anteriormente, permite la interacción entre el emisor y el receptor en el proceso de comunicación.

Fogel y Patiño (2005: p.15), al referirse al periodismo digital o periodismo *on line*, consideran que “en *Internet* ha nacido una nueva prensa, con su propia identidad, su lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores”.

Internet no es un soporte más de la información, sino que significa el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora. “La prensa bajo el régimen de *Internet* no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia”, destacan Fogel y Patiño (2005: p.15).

Esta opinión es bastante extrema, pues con el uso de la tecnología para realizar labores periodísticas, en realidad no está finalizando el periodismo como se ha ejercido, sino que permanece y se amplía en sus características de los canales para difundir las noticias, ya que ahora involucra a las redes sociales y sitios *Web*.

Por aparte, en una publicación de 2009 del sitio *Web* www.maestrosdelweb.com, se define el periodismo digital como “la convergencia de medios (prensa, radio, televisión) y recursos en una misma plataforma: el *Internet*”.

El texto agrega que el periodismo digital aprovecha los recursos y servicios que provee *Internet* para ampliar la información en un solo medio y de forma inmediata, e incluso lo califica como un nuevo género periodístico que se caracteriza por el uso de las nuevas tecnologías para informar y comunicar.

Añade que diferentes editoras de prensa diaria, la mayoría estadounidenses, empezaron a utilizarlo desde 1993, para lo cual utilizaban sitios *Web* en los cuales incluían información general. El primer sitio *Web* proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune, a través de América Online, luego se

sumaron otros más a la nueva plataforma digital. Para 1994 ya existían más de 70 publicaciones periodísticas en línea.

Sobre este concepto de que el periodismo digital se trata de un nuevo género, tampoco es así, ya que no se suma a los géneros periodísticos sino que lo que cambia es que estos ya no solo son difundidos por radio, televisión o impresos, sino también por medio de las plataformas digitales.

El periodismo digital está basado en lo que es el periodismo en sí, aunque con la diferencia de que involucra *Internet* como su principal canal de difusión de la información.

Díaz y Salaverría (2003), en su libro *Manual de Redacción Ciberperiodística*, señalan que “el texto digital debe ser producido originariamente para el medio electrónico y no debe en ningún caso constituir un mero trasvase del medio impreso al ciberespacio”.

Añaden que debido a las nuevas tecnologías se han redefinido las relaciones de comunicación entre los informadores, las fuentes de información y la audiencia, y que en el ciberperiodismo existe la posibilidad de actualización constante de la información.

2.8.2 Características del periodismo digital

Con relación a lo que dice Briggs (2007), el periodismo digital debe ser oportuno debido a que el tiempo es primordial en el *Internet*. Y relevante, ya que es importante mantener información actualizada, aunque se trate de historias que pueden ser temporales, por ejemplo una amenaza de bomba en algún punto, aunque después sea desmentida, pues a las personas les interesa conocer los hechos que ocurren en ese momento y la actualización de estos.

Además, el autor explica que una nota para *Web* se debe escribir de forma vívida y fuerte, utilizando un lenguaje simple y directo para poder dar a conocer la información de manera eficiente.

Recomienda también utilizar marcas de tiempo dentro del texto, es decir que si hay un tema en desarrollo se puede publicar una nota breve, y según como avance la noticia durante el día, poco a poco irle agregando más datos, mencionando al inicio del primer párrafo de cada actualización la hora en la cual se publicó.

De igual forma es necesario, según Briggs (2007), colocarle un titular adecuado, porque “los titulares venden la historia”. Y añadir hiperenlace contextual para permitirles a los lectores hacer clic en otros contenidos de apoyo más detallados.

Finalmente se refiere a que no se debe olvidar la imagen, el contexto, la interactividad y los recursos multimedia. Entre los elementos que apoyan estos factores se encuentran: las imágenes, mapas, historias pasadas para enlazar, audios, videos, mensajes, discusiones en vivo y galerías de fotos.

Mientras tanto, en un texto publicado en 2009 en el sitio *Web* www.maestrosdelweb.com, se mencionan tres características del periodismo digital: multimedialidad, hipertextualidad e interactividad.

- La multimedialidad se refiere a que en una misma plataforma se pueden integrar formatos de texto, audio, video, fotografías, infografías y otros tipos de gráficos.
- La hipertextualidad habla de la posibilidad que se tiene de poder acceder a la información de manera multidireccional y no lineal.
- Y la interactividad, se enfoca en la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto.

Lo mencionado es importante, ya que resume todos los aspectos que el público busca al momento de decidir con qué medio de comunicación se informará.

Si al lector le parece que los contenidos publicados por cierto medio son aburridos y que no contienen información relevante, no volverá a visitar las redes sociales ni la página *Web* de este. Asimismo, cabe resaltar que el hecho de colocar los elementos de apoyo dentro de una nota no solo sirve para ampliar los datos que se quieren dar a conocer, sino para generar descansos en la lectura.

2.8.3 Ventajas y desventajas

El periodismo digital, como casi todo en la vida, posee ventajas y desventajas. A continuación un listado de ellas:

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">- Permite dar a conocer la información en el momento en el que está ocurriendo.- Se puede apoyar al lector para que comprenda el tema, utilizando fotografías, videos y otros materiales gráficos.- Un comunicador que anteriormente no ha trabajado en periodismo digital puede adaptarse a este sin mayores complicaciones, debido a que siempre sigue siendo periodismo, pues lo que cambia es el canal por el cual se da a conocer la noticia.- Permite compartir la información desde y hasta cualquier parte del mundo.- Es un escenario para que los comunicadores amplíen sus habilidades en el manejo de las nuevas herramientas tecnológicas.- Permite poder ir actualizando constantemente la información.	<ul style="list-style-type: none">- Debido a que se trata de informar con inmediatez y claridad, las notas no necesariamente son tan profundas como las que se trabajan, por ejemplo, para un medio impreso.- Las notas no quedan plasmadas de forma que no puedan hacerse modificaciones, tal como sucede con los medios escritos, ya que en cualquier momento pueden realizárseles cambios, y esto incluso puede confundir al lector.- En algunas ocasiones los periodistas tienden a cometer errores por intentar ser los primeros en publicar cierta noticia, en su lucha por tratar de mantener la inmediatez.

Fuente: elaboración propia

Capítulo 3

Diario de Centro América

Este capítulo contiene información sobre el Diario de Centro América. Su historia, sus autoridades y cómo está dividido el periódico. Asimismo, se explica qué secciones lo componen y qué datos incluye cada una. De igual forma, se dan a conocer las características de las publicaciones que realiza el diario.

3.1 Ficha de identidad del Diario

A continuación se presenta una descripción general del Diario de Centro América, así como de sus publicaciones y su forma de trabajo.

3.1.1 Nombre del periódico

Diario de Centro América

3.1.2 Fecha de fundación

2 de agosto de 1880

3.1.3 Fundador

Marco J. Kelly, ciudadano inglés

Los periodistas originales fueron José Milla y Vidaurre, Eugenio Dubassassay, Francisco E. Galindo, Julio Rossignon y José Esteban Sánchez.

3.1.4 Directivos hasta julio 2017

Director General: Héctor Salvatierra

Subdirector General Técnico: Rodrigo Carrillo

Subdirector General Administrativo: Eddie Fernández

Editores de Nacionales: José Pelicó y Fredy Portillo

Editor de Económicas e Internacionales: Fernando Quiñónez

Editora de Artes: Priscilla León López

Editor de Deportes: Max Pérez

Editor de *Web* y redes sociales: Edgar Quiñónez

Editor de Revista Viernes: Otoniel Martínez

Editor de Diseño: Héctor Estrada

3.1.5 Otros datos

Casa Editora: Tipografía Nacional de Guatemala

Entidad a la que pertenece: El Diario de Centro América es una dependencia del Ministerio de Gobernación.

3.1.6 Slogan o lema que acompaña al nombre

Decano de la prensa del Istmo

3.1.7 Periodicidad

Cuenta con ediciones de lunes a viernes. Además, se realiza una publicación especial el domingo, la cual es gratuita.

3.1.8 Jornada

Se trata de un matutino

3.1.9 Difusión

Tiene versiones impresa y *Web*

3.1.10 Tiraje

Posee una circulación de 5 mil ejemplares diarios, en la cual el 90 por ciento son suscripciones.

3.1.11 Presentación

Full color

3.1.12 Precio

La suscripción anual tiene un precio de Q300. La suscripción semestral cuesta Q180. Además, el ejemplar para la venta al público tiene un valor de Q3, y para los mayoristas (que adquieren 10 o más ejemplares) el precio es de Q1.

Cabe mencionar que también se realiza la venta de publicaciones atrasadas en la sede del diario y la Tipografía Nacional, para ello se tienen los siguientes precios por ejemplar: de 2 a 30 días después de la emisión, Q5; de 31 a 60 días después de la emisión, Q15; de 61 días en adelante después de la emisión, Q25.

3.1.13 Número de páginas

Veinticuatro

3.1.14 Diagramación

10 x 12.5 pulgadas

3.1.15 Distribución

Cuenta con distribución propia en la ciudad capital y departamentos.

3.1.16 Dirección electrónica

www.dca.gob.gt

3.1.17 Breve sinopsis histórica del Diario de Centro América

El Diario de Centro América es el periódico oficial de Guatemala y su casa editora es la Tipografía Nacional. Fue fundado el 2 de agosto de 1880 por el inglés Marco J. Kelly. En la primera edición el rotativo figuraba como un periódico mercantil, agrícola, literario, científico y noticioso y posteriormente nació como un órgano comercial independiente.

Su nombre se deriva de la época en la cual fue creado, cuando existía un afán de unión centro americanista y por lo mismo en sus inicios sus intereses fueron de

publicar no solo referente a Guatemala, sino a los hechos importantes que se registraban en el istmo.

El periódico logró ser un exponente de la cultura literaria de aquel tiempo, y entre sus publicaciones figuran escritos del novelista José Milla y Vidaurre, y artículos de relevantes escritores guatemaltecos, de Centro América y de grandes valores de la literatura latinoamericana.

Su trayectoria como independiente finalizó en 1900, específicamente al inicio del gobierno de Manuel Estrada Cabrera, quien dispuso comprar el rotativo a Francisco Lainfiesta. Es así como inicia la historia del Diario como publicación oficial.

Mientras tanto, el 21 de marzo de 1931 se ordenó la fusión del Diario de Centro América con El Guatemalteco, que funcionaba como órgano oficial. El 23 de enero de 1950 se dispuso que las publicaciones de la parte informativa estarían a cargo del primero mencionado, y las de la parte legal a cargo del segundo. Ambos dependían del Ministerio de Gobernación para su sostenimiento.

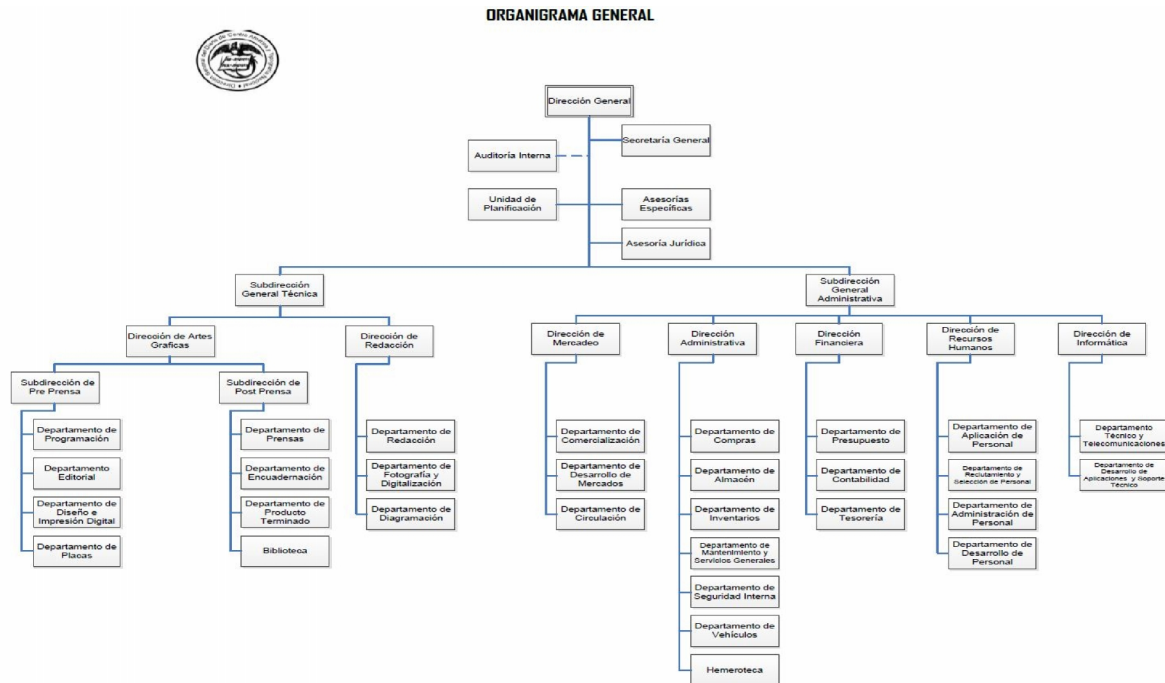
Hay que agregar que casi desde que la Tipografía Nacional fue fundada ha estado vinculada con la historia del Diario de Centro América, por lo cual se ha observado que ambas dependencias han funcionado algunas veces en el mismo espacio físico, tal como ocurre actualmente.

3.1.18 Ubicación física del Diario de Centro América

La sede del Diario Oficial está ubicada en la 18 calle 6-72 zona 1, en el mismo edificio que ocupa la Tipografía Nacional. El número telefónico es 24149600.

3.1.19 Organigrama del Diario de Centro América

Según el Acuerdo Ministerial 591-2009, este es el organigrama del diario. Cabe mencionar que el área de *Web* y Redes Sociales no aparece en él, sin embargo esta pertenece a la Dirección de Redacción.



Fuente: Biblioteca Tipografía Nacional

3.1.20 A qué público va dirigido

Según información publicada en el sitio *Web* del Diario Oficial, los suscriptores de este medio son abogados y notarios, auditores, contadores, administradores, empresarios, exportadores, diplomáticos y funcionarios públicos, quienes “configuran un segmento poblacional con poder en toma de decisiones y con capacidad de consumo”. El 53 por ciento de los lectores son hombres y el 43 por ciento mujeres.

3.1.21 Medios digitales con los que cuenta el diario

Sitio *Web*: www.dca.gob.gt

Canal de *YouTube*: Diario de Centro América

Twitter: @DiariodeCA

Facebook: Diario de Centro América

3.2 Tipo de información que maneja

El Diario de Centro América ofrece a sus lectores información actualizada de hechos que ocurren en Guatemala y el mundo, la cual está distribuida en diferentes secciones (nacionales, opinión, editorial, económicas, internacionales, artes y deportes) que llegan al público por medio de una circulación de 5 mil ejemplares diarios, de las cuales el 90 por ciento son suscripciones.

Cuenta con dos versiones: impresa y *Web*, en las cuales también se incluye la publicación de leyes y normas del país que cobran vigencia. El portal de *Internet* del diario recibe un promedio de 60 mil visitas mensuales.

3.3 Secciones que integran el Diario de Centro América

Las diferentes secciones que integran las 24 páginas de contenido de la versión impresa del diario y su versión *Web*, se describen en los siguientes párrafos:

3.3.1 Nacionales

En esta sección se incluyen las notas sobre temas nacionales, entre estos, los relacionados con los Organismos Ejecutivo, Legislativo y Judicial, por ejemplo, inauguración o avances de proyectos de Gobierno, nombramiento de funcionarios, presentación de iniciativas de ley o discusiones realizadas por los diputados del Congreso, sentencias emitidas en los tribunales o procesos judiciales en desarrollo, entre otros.

Entre los diferentes temas se priorizan los relacionados con el Gobierno y la seguridad.

3.3.2 Opiniones

Aquí se incluye el editorial, escrito por los editores y el director del diario, en donde se expresa la opinión del medio acerca de un determinado tema. Además, en esta

sección se publican cuatro columnas de opinión escritas por colaboradores internos y externos del diario, en las cuales se abordan temas diversos.

3.3.3 Económicas

En esta sección se informa de los temas financieros y económicos, tanto a nivel nacional como internacional. Generalmente se incluyen dos o tres notas con relación a Guatemala e igual número sobre otros países. Como un aporte a los lectores, en la versión impresa también aparece un segmento denominado “Dónde comprar”, en el cual se muestran los precios al por mayor y al menudeo de productos de la canasta básica.

3.3.4 Internacionales

En esta sección se incluyen las notas periodísticas relacionadas con hechos que ocurren fuera de Guatemala, en cualquier parte del mundo, siempre y cuando sean sobre temas relevantes.

3.3.5 Artes

Aquí el mundo de las cámaras, letras y música se plasma con ideas que dan lugar a una nota periodística, la cual permite al lector informarse, ya sea por medio de la página *Web* o por la versión impresa.

En esta sección se dan a conocer los temas importantes que involucren a artistas de diversos ámbitos, cantantes, actores, escritores, entre otros, que formen parte del arte y la cultura.

3.3.6 Deportes

Esta área del diario es la que se encarga de informar a la población con relación a los acontecimientos deportivos. Contiene notas relacionadas con los eventos del deporte que hayan tenido lugar o lo tendrán en el país o fuera de este.

3.3.7 Otras

Por aparte, existen secciones que se publican de forma esporádica, entre las cuales se pueden mencionar: Diplomáticas, que recoge temas sobre las relaciones que existen entre Guatemala y otros países, y actividades que se realizan en las embajadas de diferentes naciones establecidas en Guatemala, así como de las sedes diplomáticas nacionales que funcionan fuera de los límites territoriales.

También está la sección de Realidades, en la cual se incluyen temas sobre proyectos realizados en diferentes áreas del país con el objetivo de mejorar las condiciones de la población.

Por aparte, está el área de Leyes de la Semana, que es un resumen de las publicaciones que se hicieron en los recientes siete días en la parte legal del diario, es decir, se mencionan los reglamentos, leyes, decretos, edictos y demás temas incluidos durante ese período.

En la sección de Tecnología, que es otra que se publica de forma no constante, se dan a conocer temas tecnológicos, tal como su nombre lo indica. Aquí pueden colocarse notas sobre algo ocurrido en el país o en el exterior.

Además, está Centroamérica, el área en la que aparecen notas sobre hechos que ocurren en los países centroamericanos.

Y existe también la sección de Departamentales, en la cual se da a conocer la información sobre lo que sucede en áreas específicas de los 22 departamentos de Guatemala.

3.4 Publicaciones del Diario de Centro América

En sus versiones impresas, el Diario de Centro América tiene cuatro diferentes publicaciones, las cuales se describen a continuación:

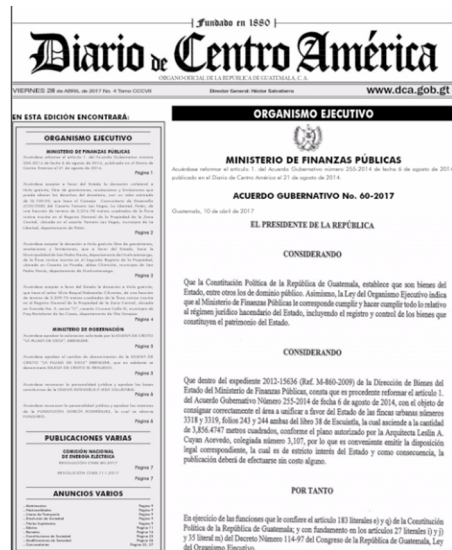
3.4.1 Diario impreso



Consta de 24 páginas en las que se distribuyen temas noticiosos de las diferentes secciones mencionadas anteriormente (Nacionales, Opiniones, Economía, Internacionales, Artes, Deportes y otras) presentados en forma de notas periodísticas, entrevistas y reportajes de fondo. Contiene asimismo anuncios publicitarios de instituciones públicas y privadas y de diferentes marcas.

Es distribuido a los suscriptores y además es vendido en las calles de la ciudad capital a un precio de Q3.00 para que el público en general pueda adquirirlo. Este es un matutino que se publica de lunes a viernes.

3.4.2 Parte legal



Es un apartado que va incluido en el interior del diario. En este se publican los acuerdos, decretos, puntos resolutivos, reglamentos, entre otros, de las diferentes dependencias públicas. Además, las constituciones de sociedad, convocatorias, disolución de sociedades, edictos, líneas de transporte, matrimonios, modificaciones de sociedad, nacionalidades, registro de marcas, remates y títulos supletorios.

Es aquí en donde se publican las leyes aprobadas por el Congreso de la República para que posteriormente, en cierto tiempo establecido que varía para cada una, puedan tomar vigencia.

La parte legal se publica también de lunes a viernes al igual que el Diario de Centro América en su parte informativa.

3.4.3 Revista Viernes



La revista Viernes es publicada de forma semanal todos los viernes, como su nombre lo indica, y se trata de un complemento informativo en el que se desarrollan temas de ciencia, arte, cultura y mundo, con el objetivo de entregarle a los suscriptores y al público en general una variedad de lecturas para el fin de semana.

Tiene 16 páginas y está integrada por las siguientes secciones: Editorial, Galería, Cuento, Abecedario, Gavetas, Reporte en V, Contando el tiempo,

Tragaluz, Ventanas y Pasos de la semana. Esta va inserta dentro del Diario de Centro América.

3.4.4 DCA Dominical



Este suplemento se publica de forma semanal cada domingo. Es la publicación del Diario de Centro América que nació más recientemente y vio la luz por primera vez el 26 de febrero de 2017. Se distribuye de forma gratuita en las zonas más concurridas de la ciudad de Guatemala. Incluye temas de actualidad, reportajes y lecturas de profundidad sobre arte, política y entretenimiento para la familia. Sus secciones son: Diálogo, Nacionales, Seguridad,

Argumentos, A Fondo, Curiosidades, Senderos, ¿A dónde vamos? y Resumen legal.

Capítulo 4

Periodismo digital: uso y aplicación de la página *Web* del Diario de Centro América

En esta sección se presentan los datos relacionados con la página *Web* y las redes sociales del Diario de Centro América, incluyendo su historia y cómo se manejan.

Se menciona además cuál es el contenido del sitio *Web* del diario y cómo es el proceso de elaboración de las noticias. De igual forma, se explica cómo está conformado el equipo de trabajo del área *Web*.

4.1 Historia de la página *Web* del Diario de Centro América

La página *Web* del Diario de Centro América se inició como un sitio *Web* institucional que involucraba tanto al medio de comunicación como a la Tipografía Nacional. Es decir que no era específicamente una página de información periodística, en la cual se incluían noticias de diferentes temas, tal como lo es actualmente.

Juan Carlos López, quien laboró en el Diario durante los años 2007 a 2011, dio a conocer en una entrevista realizada el 26 de marzo de 2017 que en ese período solo se tenía un pequeño espacio en la página *Web* para colocar información, en el que se incluían avances de temas periodísticos, sin realizar una nota completa. En el resto del sitio había datos de la Tipografía, por ejemplo, sobre venta de libros y espacios para la publicación de la parte legal.

Agregó que las noticias no se actualizaban con tanta frecuencia y que ni si quiera existía un equipo de personal asignado específicamente para manejar el área *Web* y de redes sociales, sino que los reporteros y editores del área de redacción del periódico impreso se turnaban para realizar esa labor.

Así se mantuvo el sitio *Web* hasta 2012, cuando se lanzó el nuevo (www.dca.gob.gt), el cual continúa vigente hasta la actualidad y que permite incluir información periodística acerca de diferentes temas.

En un documental publicado el 15 de junio de 2012 en el canal de *YouTube* del Diario de Centro América (https://www.youtube.com/watch?v=_IKGNQwRirA), se anuncia el lanzamiento del rediseño del diario impreso y de la página *Web* y se explica que se trata del inicio de un nuevo proceso para el diario, que tiene como propósito transformar el rotativo en un medio multimedia, adecuado a las tendencias actuales.

“La nueva página *Web* se caracteriza por su imagen integral, con información variada, fotografía impactante, videos y audios, que brindarán la mejor opción noticiosa en la red”, se indica sobre el lanzamiento del rediseño.

Fue en esa ocasión cuando se empezó a trabajar con la plataforma Joomla, y las secciones del Diario eran distintas a las de la actualidad, destacaban las siguientes: Hoy Aquí, con noticias nacionales; Orbe, con información internacional; Tendencias y Espectáculos, páginas dedicadas a los jóvenes y a la mujer, Deportes y una página donde se incluían opiniones de los lectores.

Si bien ha sufrido cambios en el tipo de diseño y secciones que se manejaban, la plataforma del sitio *Web* sigue siendo la misma, según lo dio a conocer Eddie Fernández, subdirector general administrativo del Diario de Centro América, en una entrevista realizada el 16 de marzo de 2017.

Él es periodista y también licenciado en Ciencias de la Comunicación y fungió como encargado del área *Web* y Redes Sociales del medio durante noviembre de 2013 hasta finales de 2015, tiempo en el cual tuvo a su cargo realizar un nuevo rediseño a la página *Web* en 2014, el cual dejó como resultado lo que se tiene actualmente, aunque aclara que solo se modificó el estilo y los contenidos que se

incluían en el sitio, y se colocaron nuevos elementos, pero se siguió utilizando Joomla. El cambio se realizó porque la página que se tenía era demasiado lenta y tenía una apariencia que se podía mejorar, indicó.

Fernández añade que cuando asumió el cargo se le asignaron cuatro personas para trabajar en el equipo *Web*, uno de ellos se encargaba de realizar diferentes modificaciones en la plataforma del sitio, otra manejaba las redes sociales y dos más laboraban como reporteros *Web*.

Recuerda que el objetivo principal durante su gestión era dar a conocer toda la información que generaba el diario e incluir noticias actuales, tanto en la página como en las redes sociales.

Menciona además que cuando llegó al puesto el portal de *Internet* del diario recibía aproximadamente 18 mil visitas mensuales, y que tras una serie de acciones realizadas por el equipo que dirigía y por quienes después de él ocuparon esos cargos, se han logrado avances, por lo cual en la actualidad suman 60 mil visitas al mes.

La primera nota periodística en el nuevo sitio rediseñado fue subida a la página *Web* el 23 de diciembre de 2014, bajo el titular “Supuestos integrantes de Los Sierra Ovando enfrentarán juicio”.

Supuestos integrantes de "Los Sierra Ovando" enfrentarán juicio.

Escrito por Sara Solórzano | Martes, 23 Diciembre 2014 20:44 | Imprimir

Valora este artículo ☆☆☆☆☆ (0 votos)



G+1

Like Be the first of your friends to like this

Twitter

Miguel Ángel Gálvez, que dirige el Juzgado de Alto Impacto, ligó a proceso a 16 presuntos integrantes de la banda denominada "Los Sierra Ovando", por los delitos de asesinato en grado de tentativa, plagio y asociación ilícita.

Gálvez indicó que existe suficiente evidencia de la supuesta participación de los sindicados en los hechos criminales, como el tumbado de drogas y sicariato.

El supuesto brazo derecho de la banda es Héctor Morente, a quien se le imputan 19 asesinatos.

Mientras tanto, en una entrevista llevada a cabo el 24 de marzo de 2017, Edgar Quiñónez, quien actualmente es el editor del área *Web*, recordó que con el paso del tiempo se ha ido innovando cada vez más el sitio *Web* del diario e incluyendo nuevas secciones en el mismo.

Mencionó que el número de seguidores en las redes sociales y de visitas a la página han ido creciendo y que para mantener ese sistema se trabaja en equipo con el objetivo de informar a los usuarios.

Añadió que se lleva a cabo una dinámica en la cual participan los reporteros que cubren directamente las fuentes, los reporteros *Web*, los editores de las diferentes secciones, los fotógrafos y el equipo en general; cada uno realiza aportes desde su área laboral, y al unificar todo ese esfuerzo se logra un resultado de calidad que se le puede ofrecer a los lectores.

De igual forma resaltó que en el tema del periodismo digital es necesario mantener un horario amplio, tanto en la cobertura de redes sociales como en el sitio *Web*, ya que en todo momento está ocurriendo algo en algún lugar del país o del mundo, y la noticia no tiene hora exacta para surgir.

4.2 Puestos de trabajo en el área *Web* del diario

El área que se encarga del manejo de la página *Web* y redes sociales del Diario está integrada por cinco personas que desempeñan diferentes labores.

Está el editor del área, que es quien coordina y dirige todo lo que lleva a cabo el resto del personal. Es quien toma las decisiones con relación a qué es lo que se publica y cómo debe hacerse, ello con base al estilo y línea de trabajo de la institución.

Además, existe el cargo de community manager, en el cual trabajan dos personas, una en horario de la mañana y otra en la tarde. Estas se encargan de alimentar con información actualizada las redes sociales del Diario, siendo estas *Facebook* y *Twitter*.

No solo manejan las redes, sino también alimentan la página *Web* con la

información que se publica en la versión impresa, con galerías de fotografías y con videos noticiosos.

Otra persona que integra el equipo *Web* es el camarógrafo y editor de videos, quien día a día sale a las calles a realizar diferentes coberturas periodísticas, en busca de información para mantener actualizadas las redes sociales y la página de *Internet*.

Asimismo, se cuenta con un redactor o reportero *Web*, que se encarga de buscar la información utilizando diferentes fuentes (redes sociales, comunicados de prensa, publicaciones de leyes, entrevistas radiofónicas o televisivas, conferencias de prensa que se transmiten en *YouTube*, consultas vía telefónica, entre otros), para poder redactar las notas periodísticas y publicarlas en la página *Web*. En este caso, el cargo es ocupado por la autora de este material.

4.3 Canal de *YouTube* del Diario de Centro América

El canal para el medio de comunicación oficial en el sitio *Web* de *YouTube*, que sirve para publicar videos, fue creado el 15 de junio de 2012 bajo el nombre Diario de Centro América. Anualmente ha ido sumando nuevos suscriptores y ha ido estableciendo un estilo propio en sus publicaciones.

El primer video publicado en el canal del Diario de Centro América se llama “Documental Diario de Centro América” y es específicamente el que habla sobre el lanzamiento del rediseño del sitio *Web*.



4.4 *Twitter* del Diario de Centro América

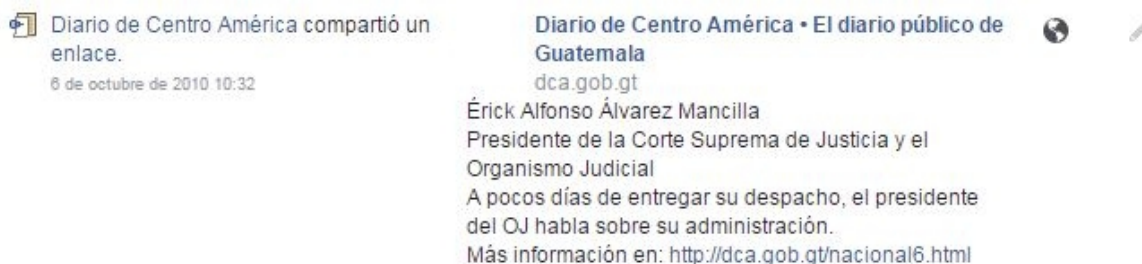
La cuenta de *Twitter* del diario, cuyo usuario es @DiariodeCA, fue creada el 3 de marzo de 2011, con el objetivo de incursionar en el tema de las redes sociales para poder informar a la población con mayor inmediatez.

El primer tuit fue publicado cuatro días después, es decir el 7 de marzo, a las 14:34 horas. Esta es la primera participación en la referida red social de parte del medio impreso oficial.



4.5 Facebook del Diario de Centro América

En cuanto al *Facebook*, el perfil se llama Diario de Centro América, esta fue la primera red social que empezó a utilizar el diario. La página fue creada en el año 2010 y la primera publicación se hizo el 6 de octubre de ese año. En esta se compartió un enlace que incluía un mensaje sobre lo dicho por el entonces presidente de la Corte Suprema de Justicia, Érick Alfonso Álvarez Mancilla.



El diario manejaba un perfil en el cual incluía la información periodística, sin embargo el 23 de marzo de 2012 se les indicó a los seguidores que se creó una fan page con el objetivo de consolidar a todos los fans en un solo espacio, que serviría como el oficial del medio de comunicación.

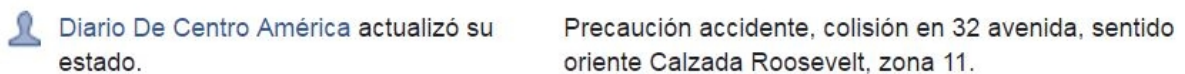
“A todos nuestros fans les comunicamos que el cambio llegó y a partir del sábado 31 de marzo estaremos cerrando esta página ya que hemos consolidado a todos nuestros fans en una sola fan page. Así que los invitamos a unirse a este cambio y seguir así informados de todo el acontecer nacional e internacional”, se lee en el mensaje publicado por el diario.

“El cambio llegó, hazte fan de nuestra página oficial www.facebook.com/diariodecentroamerica antes del 31 de marzo”, dice otra de las publicaciones que se realizaron previo a consolidarse el cambio.



Es así como en abril de 2012 se inició a utilizar la nueva página del Diario de Centro América, misma que se mantiene hasta la actualidad.

Esta fue la primera publicación realizada en el nuevo espacio:

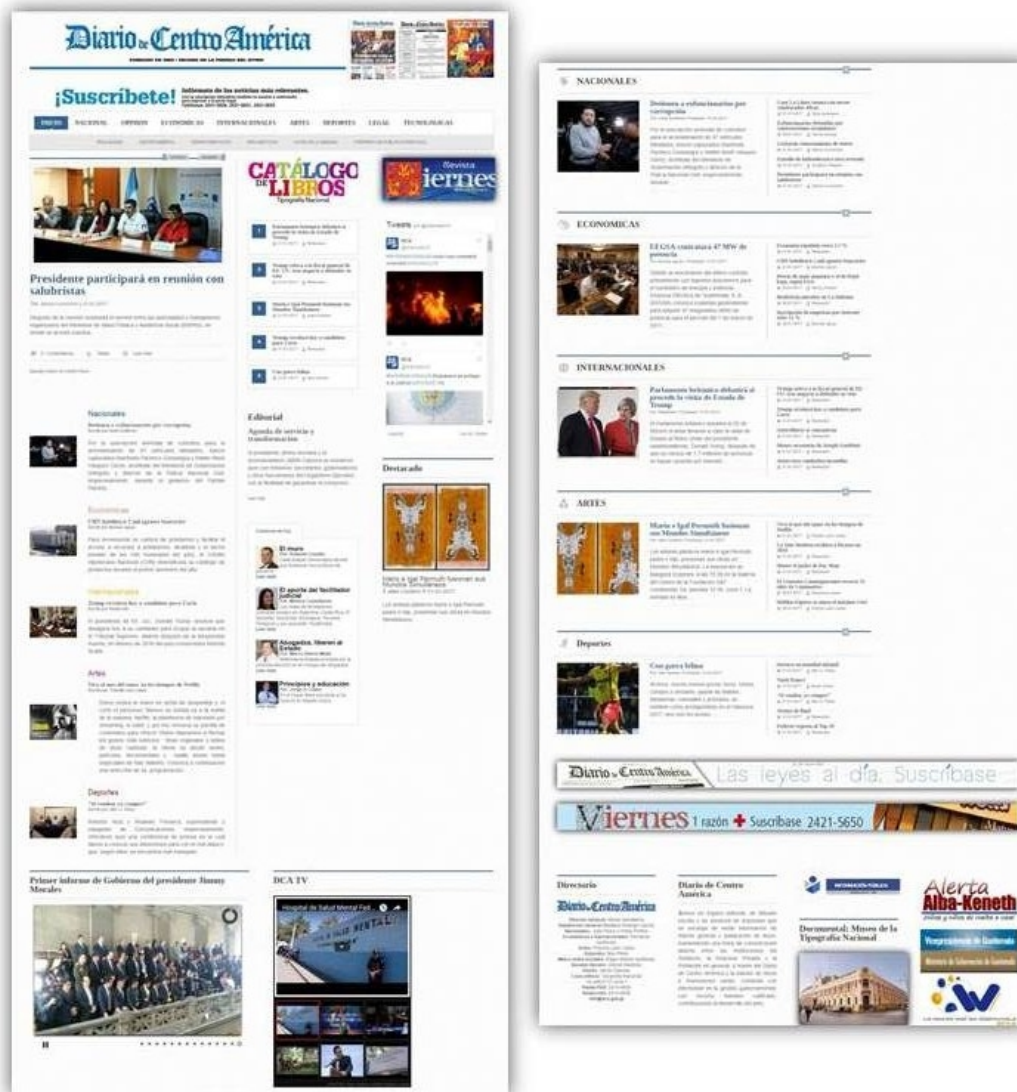


4.6 Contenido de la página Web

El diseño actual de la página Web del Diario de Centro América incluye en su página de inicio los accesos a las diferentes secciones que forman el periódico, así como información de la ubicación, número de teléfono, directorio, entre otros datos de la institución.

Además, contiene un *banner* que da acceso al catálogo de libros de la Tipografía Nacional y un enlace para ingresar al área digital de la parte legal, en donde los suscriptores pueden consultar la publicación que se hace de lunes a viernes con los decretos, leyes, acuerdo, edictos y de más temas legales.

A continuación se muestra el diseño de la página de inicio del sitio Web www.dca.gob.gt:



Fuente: Página web Diario de Centro América (junio 2017)

Como se puede observar, en la parte de arriba aparece el encabezado del sitio, que incluye el logotipo del diario, las portadas de las publicaciones del Diario de Centro América, el suplemento legal y la revista Viernes. Asimismo, se observa un *banner* en el cual se invita a los lectores a suscribirse para recibir en sus hogares las diferentes publicaciones del periódico y tener un usuario y contraseña para consultar vía electrónica la parte legal.

Posteriormente, se observa el menú y submenú que enlaza a quienes visitan el sitio a las diferentes categorías que tiene el diario, en donde se publican las noticias, entrevistas, columnas, y otros materiales.

También se ve un espacio en donde aparecen las cinco noticias principales del día, un botón que remite al catálogo de libros, una sección que incluye las notas más recientes y el área que muestra los tuits que se publican en la cuenta @DiariodeCA.

Le siguen las notas destacadas, en donde aparece la principal de cada una de las secciones, al igual que el editorial y las columnas del día. Debajo de estos elementos está la galería de fotografías, la cual se actualiza de forma semanal con imágenes de un tema noticioso en específico. A un lado de esta se observa el área denominada DCA TV, en donde aparecen los videos que se suben al canal de *YouTube* del diario.

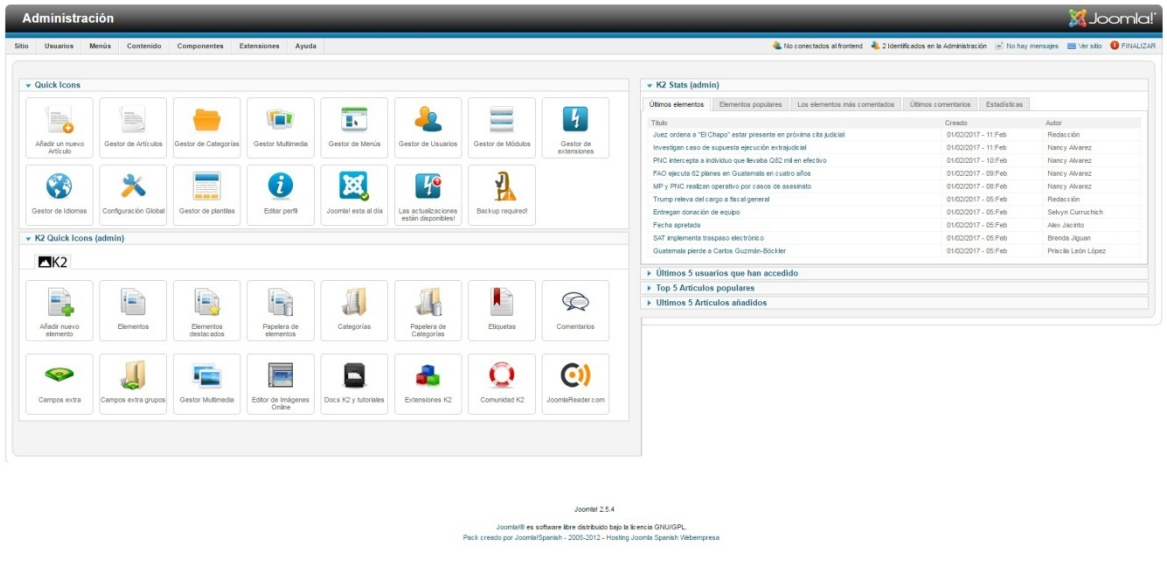
A continuación aparecen otras notas destacadas, una por sección, de Nacionales, Económicas, Internacionales, Artes y Deportes. Al final del sitio *Web* hay dos *banners* que invitan a los lectores a suscribirse y se muestran de igual forma los datos de la institución (teléfono y dirección), así como el concepto de lo que es el Diario de Centro América, su directorio y los enlaces a las páginas *Web* de otras dependencias del Ministerio de Gobernación.

4.7 Plataforma que se utiliza para subir información a la página *Web*

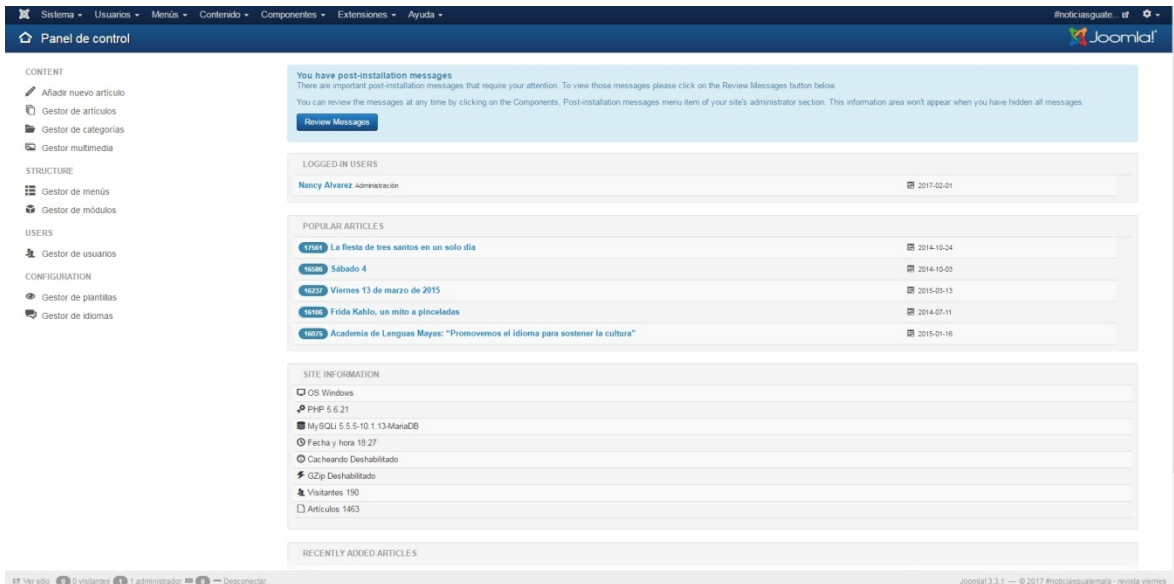
El sitio *Web* actual del diario fue desarrollado en el sistema de gestión de contenidos denominado Joomla, mismo que se utiliza para alimentar de información la página *Web*, colocar banners, abrir nuevas secciones, subir fotografías, videos, entre otros.

El Diario de Centro América usa el Joomla 2.5.4 para manejar la información de la parte legal y del periódico y la versión 3.3.1 para subir las notas y reportajes de la Revista Viernes.

Esta es la plataforma de la versión 2.5.4:



Y esta es la plataforma de la versión 3.3.1:



4.8 Género que predomina en la página *Web* del Diario de Centro América

Si bien en el diario se incluye la mayoría de los géneros de forma periódica, en las publicaciones diarias predomina la nota, la cual se incluye en las diferentes secciones, como nacionales, economía, internacionales, artes y deportes.

En cuanto al género de opinión, también se incluye a diario en la sección de editorial y columnas; sin embargo, ocupa solamente dos de las 24 páginas que conforman el periódico. Y sobre los reportajes, estos sí se incluyen, pero solo en ciertas ocasiones.

4.9 Clasificación de las noticias

Diariamente se publican en la página *Web* del diario una serie de notas en las diferentes secciones, sin embargo hay algunas que se crean únicamente para ser publicadas en *Internet*, mientras que hay otras que son las de la versión impresa pero que también se suben al sitio.

4.9.1 Las que se elaboran para la versión impresa y se suben a la *Web*

Todas las noticias que se publican en la versión impresa del Diario de Centro América, la cual se imprime de lunes a viernes, se suben al sitio *Web* www.dca.gob.gt. Estas aparecen en la página *Web* el mismo día en que se publica el periódico que las contiene, es decir que incluyen hechos ocurridos el día anterior.

4.9.2 Las que se elaboran exclusivamente para la *Web*

A diferencia de las anteriores, estas notas incluyen hechos ocurridos ese mismo día, con el objetivo de mantener actualizada la página *Web* con información que surge durante la jornada. Incluso se elaboran notas con temas que están en desarrollo, por ejemplo allanamientos realizados por las fuerzas de seguridad o una audiencia en Torre de Tribunales, las cuales se van actualizando constantemente según transcurre la noticia.

Cabe mencionar que las que se elaboran para la edición impresa contienen datos más amplios sobre los temas, en comparación con las que son solo para *Web*.

4.10 De dónde surgen los datos para publicar material informativo exclusivo para la página *Web*

En el Diario de Centro América se busca trabajar con inmediatez, esto sin descuidar la objetividad en la información, por lo cual las fuentes principales para obtener los datos y publicar una nota son los sitios *Web* y cuentas de redes sociales oficiales de las diferentes instituciones de los Organismos Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Además se utilizan los reportes e información que comparten los reporteros del diario en sus redes sociales o por medio de una comunicación interna con el personal de la *Web*. Otra forma de obtener la información es comunicarse vía telefónica con la fuente pertinente de la institución en donde surgió la noticia.

Las notas se hacen con base a comunicados, boletines informativos y lo que las instituciones publican en sus cuentas de *Facebook*, *Twitter*, páginas *Web*, al igual que se elaboran con información dada a conocer en conferencias transmitidas por *Internet*, ya sea en vivo o subidas posteriormente a *YouTube*.

López (1995), en su libro *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*, explica que la selección de las fuentes es una fase clave para materializar una oferta informativa veraz, seria, honesta y profunda. En este contexto se puede mencionar que en el Diario se tienen definidas ciertas fuentes confiables, las cuales se monitorean constantemente para alimentar la página *Web* con diferentes temas periodísticos.

El autor del referido texto agrega que en un medio informativo se puede trabajar con los siguientes tipos de fuentes: fuentes propias, fuentes institucionales, fuentes espontáneas, fuentes confidenciales y anónimas.

4.11 Proceso para generar una noticia

Como se explicó anteriormente, en el diario se elaboran noticias para la versión impresa y específicamente para la página *Web*, aunque todas estas son publicadas en el sitio *Web*, solo que varían en la temporalidad de la información que contienen, cantidad de contenido y proceso para desarrollarlas.

De acuerdo con Martín Vivaldi (1987: p.252), “escribir es expresarse lo más correctamente posible utilizando el idioma popular con propiedad”. Añade que así escriben la mayoría de los periodistas conscientes.

Es de esta forma como se trabaja en el Diario de Centro América, en donde no se pierde el objetivo de la inmediatez, tanto en redes sociales como en la página *Web*, pero siempre garantizando la correcta escritura, para lo cual se siguen procesos que se describen a continuación:

4.11.1 Para versión impresa

Una nota para la versión impresa se inicia como una propuesta que se hace ya sea por el reportero, o por el editor, durante una reunión que se desarrolla a diario, en la cual participa el personal que se encuentre de turno en ese momento (editores de las diferentes áreas, reporteros del impreso, reporteros *Web*, community manager y fotógrafos).

En esta se abordan los temas que están en la agenda de cada una de las fuentes y las sugerencias propias de cada reportero para analizar cómo se enfocará la nota.

Durante la jornada, el reportero sale a buscar la información a la fuente. Al retornar al diario se comunica con el editor de su sección, quien le indica la cantidad de espacio asignado para la nota; posteriormente el periodista redacta su texto y se lo traslada al editor para que este lo revise. El editor lo pasa al área de corrección, de

donde después es enviado a la sección de diagramación para ser incluido en el diseño de la edición del día siguiente para su publicación.

En cuanto al tema de las fotografías, el fotógrafo sale a la calle en busca de la imagen para acompañar cada una de las notas. Al regresar al diario analiza junto al editor el material recabado para seleccionar el que se colocará en la versión impresa. La fotografía seleccionada se traslada al área de diagramación para ser colocada en la nota correspondiente.

Cuando los textos y las imágenes están colocados en el formato de diseño que les corresponde, los editores, subdirector y director del diario realizan un nuevo proceso de revisión y corrección. Posteriormente, se hacen los cambios necesarios y queda aprobada la impresión final de las páginas.

4.11.2 Para la página Web

Durante la reunión que se realiza al inicio de la jornada, el personal del área *Web* se informa acerca de los temas periodísticos que podrían surgir durante el día para poder estar atento de los datos que vayan saliendo al paso de las horas e ir alimentando con ellos las redes sociales y el sitio de *Internet*.

Además, durante todo el día se mantiene un monitoreo constante de las publicaciones de diferentes instituciones de gobierno y de los Organismos Legislativo y Judicial, así como de la información en general que se produce, como por ejemplo manifestaciones, bloqueos, accidentes de tránsito, entre otros.

Se verifica la información que es difundida por medio de agencias internacionales de noticias, redes sociales (*Twitter* y *Facebook*), comunicados, grupos de *WhatsApp* de las diferentes entidades, páginas *Web*, portales de *YouTube* y publicaciones en la parte legal del Diario de Centro América. En este último caso se trata de verificar si se publicó algún acuerdo, decreto o reglamento de las instituciones públicas que pueda ser de interés general y se redacta una nota sobre el tema. De

igual forma se le da seguimiento a las conferencias de prensa que se transmiten en directo por *Internet* o por la radio.

Por aparte, se realizan llamadas constantes durante el día a los reporteros que cubren directamente las diferentes fuentes para que trasladen la información de las coberturas que han realizado y que el reportero *Web* pueda redactar la nota y publicarla en la página *Web*.

Fagoaga (1982: p.11) se refiere al tema del periodismo interpretativo y el análisis de la noticia y da cuenta de que las personas especializadas en producir mensajes de comunicación de masas observan lo que acontece, y que no se limitan solo a describir lo que sucede en un determinado momento y lugar.

Asimismo, hace énfasis en que “los periodistas no solo reproducen lo que ven y oyen, ejercen también una investigación sobre lo acontecido porque los hechos no se producen descontextualizados de una situación económica, social y política concreta”.

Lo que indica la autora también se lleva a cabo en el proceso de elaboración de las noticias nacionales para la página *Web* del Diario de Centro América, pues a pesar de que la información surge de fuentes como redes sociales y comunicados, como se explicó arriba, también se realiza un proceso de investigación y no solo se trata de reproducir lo que se observa.

Se verifican los datos con los reporteros que cubren las diferentes fuentes, con las instituciones de justicia, de investigación, de seguridad o de socorro, según corresponda, e incluso existe comunicación vía telefónica con las fuentes para ampliar los datos. De igual forma, una nota es complementada con datos del contexto que la rodea y con antecedentes sobre el tema.

4.12 Características de la nota para la edición impresa

Una nota para la edición impresa está más elaborada que una para la versión *Web*, ya que en ciertos casos, cuando se trata de temas propios, es planificada desde días anteriores. Y aunque sea una nota que surgió durante la jornada, esta se trabaja durante el día y se consultan dos o más fuentes para poder redactarla.

Las notas de este tipo se limitan a cierta cantidad de caracteres, de acuerdo con el espacio asignado por los editores con base en la relevancia del tema.

Cabe mencionar que estos materiales se publican en la página *Web* con la fecha en la que salen en la versión impresa, es decir que aunque sea información del día, estará disponible para el público en general, tanto en el sitio de *Internet* como en el diario impreso, hasta el día siguiente.

La mayoría de las notas cuenta con una fotografía asignada, aunque algunas no porque solo aparecen en un espacio pequeño y se trabajan como temas breves.

4.13 Características de la nota para la versión *Web*

En cuanto a las notas que se redactan para la versión *Web*, en la mayoría de los casos no se tiene planificación previa, sino que se trata de la información del día a día, de las noticias que surgen a cada momento durante la jornada y que para mantener la inmediatez se van publicando en la página, incluso por medio de avances, que con el paso de las horas se actualizan por el reportero *Web*.

Sin embargo, hay ocasiones en las cuales sí se puede programar un tema para publicar, por ejemplo en la conmemoración de alguna fecha en específico. Sobre esto se puede mencionar que el lunes 20 de febrero de 2017 se publicó una nota sobre el Día de la Marimba, la cual se trabajó desde el viernes 17 de febrero.

De igual forma, las notas para la *Web* no tienen un límite de caracteres establecido, sino que depende de la cantidad de información que se tenga para redactarla, siempre y cuando se cuide el hecho de no hacerla demasiado extensa

para que no canse al lector, o si es así, se le colocan subtítulos para crear descansos durante la lectura de los visitantes del sitio.

También se tiene el cuidado de no hacerla demasiado corta, es decir que si no se tiene la información suficiente como para redactar una nota, se busca la manera de obtener mayores datos, y si aun así son pocos, se le anota al final del texto que se trata de un avance y que se ampliará posteriormente.

Tanto la nota para la *Web* como la del impreso, coinciden en que previo a ser publicadas pasan por la revisión de los editores y de los correctores de texto.

Al contrario de las notas para el impreso, todas las que son para la *Web* deben contar con una imagen para complementarla.

Con relación a las fotografías, ilustraciones e infografías, conocidas como elementos paratextuales, Clauso (2009) resalta que no solo cumplen la función de aligerar el peso de los textos, sino que sirven para ofrecer aspectos complementarios de los hechos que se están dando a conocer. Por ello, y tomando en cuenta que una imagen dice más que mil palabras, en ciertos casos la fotografía es una nota en sí misma, añade el autor.

Además, Ferguson y Patten (1988: p.255) consideran que “las fotografías humanizan una publicación y permiten a los lectores ver en qué forma las personas involucradas en las noticias y los eventos deportivos sintieron y reaccionaron”.

Mientras que Zorrilla (1997) resalta que la fotografía es información y debe tener ciertos criterios: de oportunidad, para que potencie la información de forma visual y no se limite solo a repetir lo que ya está escrito; de impacto, para que el lector se detenga a mirarla; y de calidad, para que no sea demasiado oscura o clara, o que esté desenfocada, debe ser clara para poder comunicar algo.

Capítulo 5

Experiencia periodística en el proceso de elaboración de las noticias nacionales que se publican en la página *Web* del Diario de Centro América

A continuación se da a conocer la experiencia de la autora de esta tesis, con relación a cómo se elaboran noticias nacionales y el proceso que se sigue para publicarlas en la página *Web* del Diario de Centro América. Asimismo, se indican las características que debe tener un reportero *Web*.

5.1 Equipo de trabajo que utiliza un reportero *Web*

Para desarrollar su trabajo, un reportero *Web* utiliza el siguiente equipo: libreta, lapicero, teléfono, *Internet*, computadora, impresora, calculadora, grabadora de audio y audífonos.

5.2 Características que debe tener un reportero *Web*

La persona que se desempeña como reportero *Web* debe ser periodista, ello porque tiene que poseer criterio periodístico para redactar una nota y darle el enfoque correcto.

Además, debe tener conocimiento general de las diferentes fuentes, debido a que elabora notas de las coberturas de la jornada, no importando si es de temas económicos, políticos, de salud, educación, entre otros. Así puede agrupar la información que recibe de las diferentes fuentes y crear una publicación con contenido certero.

Otro de los requisitos es que sea un buen redactor, es decir, que conozca acerca del uso correcto de la ortografía, puntuación, gramática y otros temas del lenguaje. El objetivo de esto es que pueda escribir las notas de forma adecuada y trasladar la información con calidad.

Asimismo, quien realiza esta labor debe ser un buen lector, ello tomando en cuenta que el leer les permite a las personas ampliar su léxico. Esto le servirá para utilizar variedad de palabras y sinónimos y evitar caer en repeticiones en los textos que se publican.

De igual forma, un reportero *Web* debe contar con criterio para la elección de las fotografías con las cuales ilustrará los temas que publicará en el sitio *Web*. En el caso del Diario de Centro América, se tiene el cuidado de colocar fotografías que no degraden de ninguna forma a las personas que aparecen en ellas, no muestren escenas sangrientas ni a menores de edad señalados de cometer hechos ilícitos o que hayan sido víctimas de algún delito.

A las cualidades con las cuales debe contar un redactor, Hohenberg (1964) le suma la capacidad de producir textos claros e interesantes, sin vacilación, para permitir que su trabajo sea de lectura fácil; poseer facilidad y adaptabilidad, debido a que se escribe sobre temas diferentes durante cada jornada; su criterio periodístico debe ser agudo y certero, para saber cómo empezar cada una de sus notas sin necesidad de que nadie se lo tenga que decir; y principalmente debe ser una persona responsable, refiere.

5.3 Cómo se desarrolla un día laboral de un reportero *Web* en el Diario de Centro América

Un reportero *Web* del diario inicia su día haciendo una revisión de las redes sociales de las diferentes instituciones públicas de los tres Organismos del Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, con el objetivo de conocer qué es lo más importante en ese momento para poder darle prioridad.

Posteriormente, asiste a la reunión de trabajo que se realiza todos los días al inicio de la jornada laboral, en la cual participan los fotógrafos, camarógrafos, reporteros y editores de las diferentes secciones del impreso, así como el personal del área *Web*.

En ese espacio se hace una revisión de la edición del día de los diferentes periódicos impresos que circulan en el país, con el objetivo de conocer qué notas incluyeron en sus publicaciones y con qué enfoque las trabajaron.

Asimismo, los reporteros presentan sus propuestas de temas y la agenda que manejarán durante el día, a lo cual aportan ideas los editores. Esto se hace para que tanto los fotógrafos, camarógrafos y reporteros *Web* lo puedan tomar en cuenta, debido a que la mayor parte de su trabajo se basa en las coberturas que realizan los comunicadores que salen a las calles.

Tras finalizar el encuentro, y ya con la idea de lo que ocurrirá en las próximas horas, el reportero ocupa su lugar de trabajo en la oficina y se enfoca en monitorear las redes sociales, páginas *Web*, grupos de *WhatsApp* y otros medios (que ya se mencionaron), con el objetivo de ubicar información noticiosa.

En relación con este tema, cabe resaltar que el reportero *Web* es el encargado de evaluar los acontecimientos y seleccionar los más importantes e interesantes para los lectores. Esta capacidad de poder determinar entre cierta cantidad de puntos el que será incluido en una nota, se logra utilizando el criterio y sentido común, y esto es algo que el periodista adquiere por medio de la experiencia, trabajando con empeño y leyendo periódicos, señalan Ferguson y Patten (1988).

Y, de acuerdo con Johnson y Harriss (1966: p.37), el reportero reconoce las noticias cuando las ve, las más importantes se ofrecen al lector y las de menor relevancia se apartan. “Las noticias pueden ser medidas por su importancia comparativa e intrínseca para medir su extensión, mientras que la esencia y magnitud de estas se reconoce mejor por intuición o instinto”.

Continuando con el proceso de cómo se trabaja en el diario, al momento en el que se ubica la información periodística, por ejemplo si se encontró un comunicado, un

boletín informativo o se detectó que hay en desarrollo un operativo policial, el reportero *Web* procede a redactar la nota y subirla al sitio *Web* por medio de la plataforma Joomla, en donde coloca el texto correspondiente y la deja sin publicar.

En ese momento es cuando el editor *Web* procede a revisarla para analizar si su enfoque, contenido y redacción son correctos; y además le coloca a la nota una fotografía para ilustrarla y guarda los cambios sin publicarla. Ello se hace porque tras el proceso realizado por el editor, los compañeros del área de corrección se encargan de hacer una última revisión, con el objetivo de identificar y arreglar algún error en la escritura del texto.

Finalmente, cuando ya pasó estos procesos, la nota es publicada por el editor y es colocada en las redes sociales del diario por el community manager, con el objetivo de invitar a los usuarios a leerla para informarse.

El ciclo se inicia de nuevo, el reportero *Web* continúa su monitoreo constante o llama a los reporteros de calle para que le trasladen información y procede a redactar otra nota, la cual pasará a revisión con el editor, luego con el corrector y será publicada para mantener actualizado el sitio *Web* y las cuentas de *Twitter* y *Facebook* del Diario de Centro América.

Cabe resaltar que para redactar una nota, el reportero *Web* no solo se basa en la información que encuentra en las redes sociales o lo que le traslada el comunicador que está cubriendo directamente las fuentes, sino que también consulta por medio de *Internet* las publicaciones que se han hecho antes sobre el tema a tratar con el objetivo de contextualizar la nota e incluir en ella antecedentes de lo que está ocurriendo, para así informar de forma completa a la población.

A criterio de Briggs (2007: p.73), “reportear para la *Web* debería ser la habilidad más fácil de aprender”, entre todas las necesarias, para los periodistas en la era

digital, debido a que no se trata de aplicar una nueva terminología o conceptos, sino que es una nueva forma de pensar y trabajar.

El autor también hace referencia a que para alimentar un sitio *Web* el reportero deberá producir de forma constante ciertas actualizaciones del tema que está cubriendo.

Señala además que escribir para *Web* es similar a reportear para una agencia de noticias, con la diferencia de que en el primer caso se trata de informar de manera inmediata lo que está ocurriendo, es decir que se deberá colocar un titular en donde se explique de forma general la nota y esta deberá contener datos primordiales en un inicio y se debe ir alimentándola constantemente, se trata de presentar la historia por “tomas”, indica. Mientras que en el segundo caso se trata de notas más elaboradas que incluyen historias completas.

Conclusiones

1. En los últimos seis años, el Diario de Centro América ha tenido un desarrollo con relación al periodismo digital, el cual ha involucrado cambios y rediseños de su sitio *Web* y la inclusión de las redes sociales *Twitter* y *Facebook* y el portal de *YouTube* como plataformas para difundir la información periodística, lo cual le ha permitido crecer en el número de visitas mensuales que se registran en la página de *Internet* de la institución y en general incrementar la presencia en las plataformas tecnológicas.
2. La página *Web* del Diario de Centro América es alimentada a diario con material que es creado específicamente para ser publicado en *Internet*, y con el que se trabaja para ser incluido en la versión impresa. El primero es elaborado por el reportero *Web* y contiene la información noticiosa que se genera durante la jornada, la cual se coloca en el sitio al momento en el que ocurre y se va actualizando continuamente. Mientras que el segundo incluye las notas, entrevistas, artículos, y demás material que elaboran los reporteros que cubren las fuentes de forma directa y que es publicado en el diario impreso y a la vez en *Internet*.
3. La agenda informativa del diario es amplia y, aunque le da cierta prioridad a los temas del Organismo Ejecutivo, también incluye las noticias relacionadas con el Legislativo y Judicial, así como de otras fuentes, lo cual da como resultado una variedad de secciones, entre las cuales se pueden mencionar: Nacionales, Económicas, Internacionales, Artes, Deportes, Tecnológicas, Centroamérica, Diplomáticas. Esto permite ofrecer información diferente y de actualidad a los lectores.
4. La información periodística que es publicada en la página *Web* del diario se obtiene por medio del monitoreo de diferentes elementos como cuentas de redes sociales y grupos de *WhatsApp* de las instituciones, comunicados, conferencias de

prensa transmitidas en línea y datos compartidos a los reporteros *Web* por parte de los compañeros que cubren las fuentes de forma directa. Luego se redacta la noticia, la cual pasa un proceso de revisión por parte del editor del área *Web* y de los correctores, para posteriormente ser publicada en el sitio de *Internet* y compartida en redes sociales.

5. Para el proceso de elaboración de noticias que se publican en la página *Web* del diario es necesario que converjan elementos como: una adecuada formación académica de la persona que tiene a su cargo realizar la referida labor, contar con equipo tecnológico e insumos que permitan recabar los datos que servirán para redactar una nota y mantener un monitoreo constante de los diferentes fuentes de información.

Recomendaciones

A los medios de información

1. Hacer los esfuerzos necesarios para estar a la vanguardia en cuanto a las plataformas tecnológicas, con el objetivo de mantener informados a los lectores, oyentes, televidentes o usuarios, según sea el caso, por las diferentes vías y garantizar así la preferencia de estos.
2. Seleccionar a personas con formación académica adecuada para integrarse como sus trabajadores y procurar que sean estas quienes se encarguen de difundir la información periodística, pues si bien habrá otras que pueden hacerlo, no cuentan con esa capacidad de detectar cuál es la noticia en sí y el enfoque que debe dársele a cada tema.

A los estudiantes de periodismo de las universidades

3. Tomar en cuenta que es importante tener una formación universitaria para poder realizar labores de periodismo y en general de comunicación, por lo cual es necesario aprovechar al máximo los conocimientos impartidos por los docentes. Sin embargo, es preciso reconocer que además de ello, la experiencia es un factor invaluable, así que deben intentar involucrarse en labores que les permitan poner en práctica lo aprendido para complementar su preparación.
4. Recurrir a materiales impresos, audiovisuales o de cualquier tipo que tengan que ver con comunicación y periodismo, para obtener nuevos conocimientos y ampliar las ideas de lo que ya conocen.

Al Diario de Centro América

5. Crear programas de capacitación constante para sus trabajadores acerca de redacción, periodismo, comunicación, entre otros; principalmente sobre las nuevas tecnologías de la información, debido a que son aspectos que van

evolucionando con el tiempo y el comunicador debe actualizarse para poder continuar realizando sus labores utilizando lo novedoso.

6. Continuar innovando en cuanto a las diferentes maneras de presentar la información a los lectores o comunicarse con ellos. Por ejemplo, introducir nuevos canales como Instagram y *WhatsApp*, los cuales ya son utilizados por diferentes medios de comunicación guatemaltecos.
7. Mantener una línea de trabajo basada en que, aunque se trata de un medio oficial, no deja de ser informativo y de incluir temas en general que interesen a la población.

Bibliografía

Libros

1. Aguado, Juan Miguel. 2004. Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación. España: Universidad de Murcia. 252 p.
2. Benítez, José Antonio. 2000. Los orígenes del periodismo en nuestra América. Argentina: Grupo Editorial Lumen. 190 p.
3. Clauso, Raúl. 2009. Cómo se construyen las noticias. Los secretos de la técnica periodística. Argentina: Primera Clase Impresores. 262 p.
4. Díaz Castro, Lorena Eiliana. 2012. Teorías de la Comunicación. México: Red Tercer Milenio S.C. 68 p.
5. Díaz Noci, Javier y Salaverría Aliaga, Ramón. 2003. Manual de Redacción Ciberperiodística. España: Ariel Comunicación. 589 p.
6. Fagoaga, Concha. 1982. Periodismo interpretativo: el análisis de la noticia. España: Mitre. 127 p.
7. Ferguson, Donald L. y Patten, Jim. 1988. El periodismo en la actualidad. México: Edamex. 369 p.
8. Fogel, Jean-Francois y Patiño, Bruno. 2007. La prensa sin Gutenberg: el periodismo en la era digital. España: Punto de Lectura. 205 p.
9. Galdón López, Gabriel. 1994. Desinformación: método, aspectos y soluciones. España: EUNSA. 260 p.
10. González Ruiz, Nicolás. 1953. El periodismo: teoría y práctica. España: Noguer. 583 p.
11. Hohenberg, John. 1964. El periodista profesional: guía para el reportero moderno. México: Letras. 510 p.
12. Interiano, Carlos. 1994. El ABC del periodismo. Guatemala: Fondo de Cultura. 159 p.
13. Johnson, Stanley y Harriss, Julian. 1966. El reportero profesional: un tratado general sobre el periodismo completado con profusión de ejercicios. México: Trillas. 315 p.

14. López, Manuel. 1995. *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*. España: Paidós. 186 p.
15. Martín Vivaldi, Gonzalo. 1987. *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículos (análisis diferencial)*. España: Paraninfo. 400 p.
16. Melnik, Diana y Somma, Pablo. 2005. *Principios de referencia: fuentes y servicio de consulta*. Argentina: Alfagrama Ediciones. 160 p.
17. Pelosio, Eduardo y Grasso, Mauricio. 2008. *Teoría(s) de la Comunicación 4*. España: ECI – UNC. 48 p.
18. Pena de Oliveira, Felipe. 2009. *Teoría del periodismo*. México: Alfaomega Grupo Editor. 236 p.
19. Salvatierra, Héctor. 2015. *Periodismo esencial: Claves de un ejercicio apasionante*. Guatemala: Artemis Edinter. 173 p.
20. Scolari, Carlos. 2008. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. España: Gedisa. 317 p.
21. Universidad de Chile, Centro de Investigación de la *Web* (CIW), Departamento de Ciencias de la Computación. 2008. *¿Cómo funciona la Web?*. Chile: Gráfica LOM. 143 p.
22. Valle, Pablo y Ander-Egg, Ezequiel. 1997. *Guía para preparar monografías: y otros textos expositivos*. Argentina: Lumen-Humanitas. 109 p.
23. Zorrilla Ruiz, Jesús. 1997. *Introducción al diseño periodístico*. España: EUNSA. 121 p.

Libros y documentos digitales

24. Briggs, Mark. 2007. *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. (documento en PDF) Disponible en www.blogdelmedio.com. Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2016.
25. Mérida, Aracelly. 2017. *Marshall McLuhan y el determinismo tecnológico*. (documento en Power Point). Fecha de consulta: 24 de abril de 2017.
26. Polo, Juan Diego. 2009. *Twitter...para quien no usa Twitter*. (documento en PDF). Disponible en www.blogdelmedio.com. Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2016.

Tesis

27. Barrios Ochoa, Jorge Mario. 2004. Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 74 p.
28. De León Morales, Edgar Francisco. 2015. Estudio Monográfico: El diseño del Diario de Centro América en sus diferentes etapas. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 78 p.
29. De León Toledo, Elizabeth. 1980. Desarrollo y evolución del diario de Centro América. Decano del periodismo escrito. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 129 p.
30. Flores García, Rodolfo Absalom. 2016. Experiencia en el manejo de la información oficial en el Diario de Centro América. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 77 p.
31. García Hernández, Juan Luis. 2013. Periodismo digital en Guatemala: medios convencionales y no convencionales en *Internet*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 115 p.
32. González Chacón, Ana María. 2013. Diario de Centroamérica: Una experiencia de transformación de medio oficial a medio público. Período 2008 – 2012. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 62 p.
33. Gutiérrez González, César Augusto. 2013. El proceso de producción del Diario de Centro América: descripción de las etapas de planificación, impresión y reproducción. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 85 p.

E-grafías

34. Comunidad de Madrid. ¿Qué es página *Web*?
http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49_7.9_WEB.pdf. (15 de febrero de 2017, 14:25 horas)
35. Diario El Comercio, de Perú, nota informativa digital. ¿Cuántas páginas *Web* hay en los 25 años de la *Internet*?. 2014.
<http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/cuantas-paginas-web-hay-25-anos-internet-noticia-1757509>. (25 de octubre de 2016, 17:20 horas)
36. Falla Aroche, Stephanie. Periodismo Digital: definiciones y características. 2009. <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>. (2 de marzo de 2017, 16:45 horas)
37. Lamarca Lapuente, María Jesús. Historia de la WWW. Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. 2013.
http://www.hipertexto.info/documentos/h_www.htm. (25 de octubre de 2016, 13:15 horas)
38. Milenium. El concepto de los Sitios *Web*.
<http://www.informaticamilenium.com.mx/es/informacion/conceptos-basicos/el-concepto-de-los-sitios-web.html>. (8 de marzo de 2017, 17:35 horas)
39. Real Academia Española. www.rae.es. Fecha de consulta: octubre de 2016.
40. Velasco, JJ. Historia de la Tecnología: 25 años de *World Wide Web*. 2014.
<https://hipertextual.com/2014/03/world-wide-web-25-aniversario>. (25 de octubre de 2016, 18:00 horas)

Entrevistas (marzo 2017)

- Fernández Ovalle, Eddie Alejandro. 16 de marzo de 2017. Guatemala. Diario de Centro América. Subdirector técnico administrativo. (entrevista).
- López, Juan Carlos. 26 de marzo de 2017. Guatemala. Diario de Centro América. Extrabajador del medio. (entrevista).
- Quiñonez Taracena, Edgar Alberto. 24 de marzo de 2017. Guatemala. Diario de Centro América. Editor de nacionales y *Web*. (entrevista).

Anexos



Entrevista a Eddie Fernández



1. ¿Qué labores realizaba cuando trabajó en el área de *Web* y redes sociales?
2. ¿Durante qué período trabajó como encargado del área digital del diario?
3. ¿Cuántas personas integraban ese equipo y qué labores hacían?
4. ¿Podría explicarme en general cómo ha sido el desarrollo de la página *Web* y las redes sociales del diario en los últimos años?
5. ¿Cuántas páginas *Web*, o diseños diferentes de esta, ha tenido el diario?
6. ¿Por qué se han hecho esos cambios?
7. ¿Cuándo empezó a funcionar la página actual?
8. ¿Desde cuándo se integró un equipo de trabajo asignado específicamente al área *Web*?
9. ¿Qué resultados se han tenido desde que se formalizó un equipo *Web*?
10. ¿Cuál es el público objetivo de la página *Web* y redes sociales del diario?
11. ¿Por qué había dos páginas de *Facebook* y se cerró una en marzo de 2012?
12. ¿Cómo definiría el periodismo digital?
13. ¿Qué beneficio considera que aporta una página *Web* a un medio de comunicación?



Entrevista a Edgar Quiñónez



1. ¿Qué labores realiza en el área de *Web* y redes sociales?
2. ¿Cómo es el proceso para generar información en las redes sociales y la página *Web* del diario?
3. ¿Qué beneficio considera que aporta una página *Web* a un medio de comunicación?
4. ¿Cuántas personas integran el equipo *Web*?
5. ¿Cómo define el periodismo digital?
6. ¿Qué elementos contiene el periodismo digital?
7. ¿Cómo debe ser el trabajo de un equipo *Web* para ofrecer información de calidad?
8. ¿Podría explicarme en general cómo ha sido el desarrollo de la página *Web* y las redes sociales del diario en los últimos años?
9. ¿Cuántas páginas *Web*, o diseños diferentes de esta, ha tenido el diario?
10. ¿Cuándo empezó a funcionar la página actual?



Entrevista a Juan Carlos López



1. ¿En qué período trabajo en el diario?
2. ¿Qué labores realizaba cuando trabajó en el diario?
3. ¿Cómo manejaba el diario el periodismo digital en ese tiempo?
4. ¿De qué forma tenía participación en el manejo de la página *Web* y redes sociales?
5. ¿Cuántas personas integraban el equipo *Web*?
6. ¿Podría explicarme en general cómo fue el desarrollo de la página *Web* y las redes sociales durante el tiempo en el que laboró en el diario?
7. ¿Cuántas páginas *Web*, o diseños diferentes de esta, conoció?
8. ¿Cómo definiría el periodismo digital?
9. ¿De dónde surgía la información que era colocada en las plataformas digitales del diario?