



LICENCIATURA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMATIVOS

Propuesta para incentivar el
PERIODISMO COMUNITARIO

FELIPE ARTURO ORELLANA MORALES
Guatemala, marzo de 2013

Galileo

ESCUELA SUPERIOR DE IMAGEN PÚBLICA



UNIVERSIDAD
Galileo
Guatemala, C. A.
www.galileo.edu

LA REVOLUCIÓN
EN LA EDUCACIÓN



UNIVERSIDAD
Galileo
Guatemala, C. A.
www.galileo.edu

Guatemala, 9 de mayo 2012

Señor
Felipe Arturo Orellana Morales
Presente.

Estimado Señor Orellana:

Tengo mucho gusto en informarle que ha sido autorizado su punto de Tesis, previo a optar el grado académico de Licenciado en Medios de Comunicación e Informativos, cuyo título es "Propuesta Para Incentivar el Periodismo Comunitario".

Al mismo tiempo le informo que ha sido aprobada la designación de la Licenciada Lilian Lizbeth Barrientos Hernández como asesora de su trabajo de tesis.

Atentamente,



Licda. Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Guatemala, 25 de enero de 2012

Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio me permito comunicarle que leí la tesis titulada "Propuesta Para incentivar el Periodismo Comunitario" presentada por el alumno Felipe Arturo Orellana Morales, asesorado por la Licenciada Lilian Lizbeth Barrientos Hernández.

Después de revisarla detenidamente y hecho las recomendaciones pertinentes, me es grato comunicarle, en mi calidad de revisor de redacción, estilo y ortografía, que dicha tesis llena los requisitos que exige la Universidad.

Atentamente,



Doctor
Anibal Dionisio Chajón Flores
Colegiado 6753

Lilian Lizbeth Barrientos Hernández

Guatemala, 13 de julio de 2012

Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Estimada Licda. Mansilla:

Por este medio, tengo el agrado de comunicarle que he revisado el trabajo de tesis **Propuesta para incentivar el PERIODISMO COMUNITARIO**, presentado por el estudiante **FELIPE ARTURO ORELLANA MORALES** el cual ha cumplido con los requisitos y protocolo establecidos por la Universidad Galileo y la Escuela de Imagen Pública.

Por lo que en mi calidad de asesora, someto a usted el presente proyecto para su aprobación.

Atentamente,


Licda. Lilian Lizbeth Barrientos Hernandez MA

Guatemala, 8 de febrero de 2012

Señor
Felipe Arturo Orellana Morales
Presente

Estimado Señor Orellana:

Tengo mucho gusto en informarle que, después de haber revisado su trabajo de tesis titulado "Propuesta Para incentivar el Periodismo Comunitario" y de haber obtenido el dictamen de su asesora específica, Licenciada Lilian Lizbeth Barrientos Hernández autorizo la publicación del mismo.

Aprovecho la oportunidad para felicitarlo por el magnífico trabajo realizado, el cual es de indiscutible beneficio para el desarrollo de los Medios de Comunicación.

Atentamente,



Licda. Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Guatemala, 6 de mayo 2012

Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública
Universidad Galileo
Guatemala

Estimada Licenciada Mansilla:

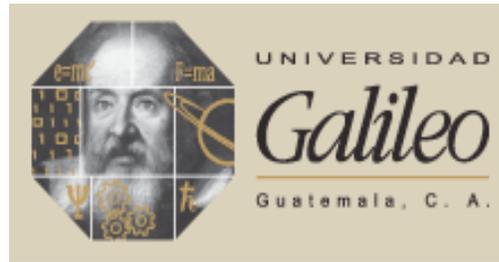
De la manera más atenta me dirijo a usted, mi nombre es Felipe Arturo Orellana Morales estudiante de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos, actualmente ya tengo pensum cerrado por lo que solicito aprobación de mi punto de tesis titulada "Propuesta Para Incentivar el Periodismo Comunitario." Así mismo solicito la aprobación de asesora de tesis la Licenciada Lilian Lizbeth Barrientos Hernández quien me apoyara en la consolidación del documento.

De antemano agradezco su amable atención a esta solicitud.

Cordialmente,



Felipe Orellana
Carné 10005913
Carrera LMCI 1



UNIVERSIDAD GALILEO DE GUATEMALA, C.A.
Escuela de Imagen Pública

Propuesta para incentivar el PERIODISMO COMUNITARIO

FELIPE ARTURO ORELLANA MORALES
Guatemala, marzo de 2013

INDICE

PAGINA

INTRODUCCION

i

1.

1.1 SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.2 ANTECEDENTES

1.3 PROBLEMATIZACION

1.4 JUSTIFICACION

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General

1.5.2 Específicos

1.6 HIPOTESIS

1.7 METODOLOGIA

I. MARCO TEÓRICO

1 ASPECTOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA

2.1 Investigación

2.1.2 Fuentes primaria de la investigación

2.1.3 fuentes secundarias

2.2 Propuesta

2.2.1 Estrategia de implementación de redes comunitarias para el proyecto

2.2.3 Matriz del proceso

2.2.4 Aspectos técnicos de la propuesta

2.2.5 Primera Fase -Mensajes por SMS

2.2.6 Infraestructura ya existente en NUESTRO DIARIO

2.2.7 Aspectos administrativos

2.2.8 Resultados esperados

2.2.9 Elementos que dentro de la propuesta pueden ser vulnerables y la forma de gestionarlo

2.2.10Propuesta de imagen de la publicidad a pautar en los regionales

II. ESTUDIO EMPIRICO

3.1 LOCALIZACION DE LA POBLACION

3.2 PROCESAMIENTO Y ANALISIS

3. CONCLUSIONES

4. RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INDICE DE ILUSTRACIONES

ÍNDICE FIGURAS

Título

Propuesta de publicidad

ÍNDICE MAPAS

Título

Localización de la población en el mapa de Guatemala

ÍNDICE TABLAS

Título

Tabla No. 1 Cantidad de personas encuestas por género en cada
Departamento

Tabla No. 2 Rangos de edad por departamento de personas
encuestadas

Tabla No. 3 Personas que leen el periódico

Tabla No. 4 Periódicos que leen los encuestados por departamento

Tabla No. 5 Los encuestados que leen Nuestro Diario, Conocen su regional

Tabla No. 6 Medios de comunicación que posee la muestra por Departamento

Tabla No. 7 Hay alguna nota de interés para los lectores que considere debe ser cubierto por Nuestro Diario

Tabla No. 8 Le gustaría informar sobre coberturas de noticias que conoce

Tabla No. 9 Sabe como comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario

Tabla No. 10 A través de que medio sabe comunicarse a Nuestro Diario

Tabla No. 11 Conoce al corresponsal de su región

Tabla No. 12 Ha solicitado alguna vez cobertura de algún hecho noticioso

ÍNDICE TABLAS

Título

Tabla No. 13 Con que medio se le facilita informar sobre algún hecho noticioso que debe cubrirse

ÍNDICE GRÁFICAS

Título

Gráfica No. 1 Cantidad de personas encuestas por género en cada Departamento

Gráfica No. 2 Porcentaje total, hombres y mujeres encuestadas

Gráfica No. 3 Rangos de edad 12 – 17 años por departamento

Gráfica No. 4 Rangos de edad 18 – 23 años por departamento

Gráfica No. 5 Rangos de edad 24 – 29 años por departamento

Gráfica No. 6 Rangos de edad 30 – 35 años por departamento

Gráfica No. 7 Rangos de edad más de 35 años por departamento

Gráfica No. 8 Porcentaje de rangos de edad

Gráfica No. 9 Porcentaje de personas que leen el periódico

Gráfica No. 10 Periódicos que leen las personas por departamento

Gráfica No. 11 Porcentaje de personas que leen los distintos periódicos

Gráfica No. 12 Personas que leen Nuestro Diario que conocen el regional de su departamento

Gráfica No. 13 Porcentaje de personas que conocen los regionales de Nuestro Diario

- Gráfica No. 14 Medios de comunicación que posee la muestra por Departamento
- Gráfica No. 15 Porcentaje de medios de comunicación que posee la muestra por Departamento
- Gráfica No. 16 Hay alguna nota de interés para los lectores que considere debe ser cubierto por Nuestro Diario
- Gráfica No. 17 Porcentaje de personas que consideran que hay hechos que deben ser cubiertos por Nuestro Diario

ÍNDICE GRÁFICAS

Título

- Gráfica No. 18 Le gustaría informar sobre coberturas de noticias que conoce
- Gráfica No. 19 Porcentaje de personas que le gustaría informar sobre coberturas de noticias que conoce
- Gráfica No. 20 Sabe como comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario
- Gráfica No. 21 Porcentaje de personas que saben como comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario
- Gráfica No. 22 A través de que medio sabe comunicarse a Nuestro Diario
- Gráfica No. 23 Porcentaje del medio que la muestra utiliza para comunicarse a Nuestro Diario
- Gráfica No. 24 Conoce al corresponsal de su región
- Gráfica No. 25 Porcentaje de personas que conocen al corresponsal de su región
- Gráfica No. 26 Ha solicitado cobertura de algún hecho noticioso
- Gráfica No. 27 Porcentaje de personas que han solicitado cobertura de algún hecho noticioso
- Gráfica No. 28 Con que medio se le facilita informar sobre algún hecho noticioso que debe cubrirse
- Gráfica No. 29 Porcentaje de los medios que las personas utilizan para informar sobre algún hecho noticioso

ANEXOS

Anexo I

Diagrama del funcionamiento del periodismo comunitario

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende formular una propuesta metodológica ante la propuesta para un medio de comunicación escrita de involucrar a las comunidades en la creación de notas de medios. De allí su nombre **Propuesta para incentivar el PERIODISMO COMUNITARIO**

Esto teniendo presente que se demostrara el interés de las personas en dar a conocer algunas noticias que suceden en sus comunidades a diario y que por alguna razón no se están cubriendo para ser publicadas en Nuestro Diario.

Por otro lado la presente propuesta pretende mejorar la posición del medio escrito, pues con la publicación de estas noticias se espera que en un semestre se alcance aumentar la venta diaria 3,000 ejemplares adicionales a los que se están vendiendo en la actualidad. Esto permite llegar con ello a lectores que en este momento no lo hacen, atendiendo al posicionamiento del medio escrito y a la necesidad manifestó de la comunidades rurales.

La recolección de la información fue realizada con la colaboración de corresponsales con los que cuenta Nuestro Diario en el interior del país, quienes destacaron el interés manifestó de las comunidades que la notas de sus lugares de residencia pudieran ser parte de la nota editorial de Nuestro Diario.

Los datos y la información que se presentan en esta propuesta son el resultado del estudio realizado en los distintos departamentos de Guatemala, en las principales ciudades del país así como en algunos municipios de los mismos departamentos de mayor importancia durante el mes de julio y agosto del presente año 2011.

Es entonces una propuesta viable para hacer periodismo comunitario por medio de una estrategia que mejora la cobertura del medio y atiende las necesidades de las comunidades lectoras.

1.1 SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

La propuesta está destinada a implementarse en el medio de comunicación escrito guatemalteco llamado Nuestro Diario, cuya circulación nacional es la mayor de todos los medios escritos. Los informes realizados por la empresa PRODATOS de 2007 establecen una participación en el mercado de lectores de periódicos cuyo total para este medio, es de 2,000,000 de 55% del Share diario con un total de 410,000 en la capital y 82% de share diario de 1,590.000.

El universo de dicho estudio es de 745,000 lectores diarios en la capital y 1,935 lectores diarios en el interior. El informe establece que lector del medio se encuentra en el área rural al cual se le esta atendiendo de una manera indirecta.

Nuestro Diario cuenta con más de 100 corresponsales en el interior del país, a quien el medio denomina colaboradores. El número de corresponsales ha sido elegido por la forma en que se presenta la información del ejemplar a nivel interno.

Regionalización del medio escrito

Por ello la división nacional del medio Nuestro Diario está dividida en las siguientes regiones:

- Región Xela
- Región Occidente
- Región Centro Occidente
- Región Verapaz
- Región Norte
- Región Oriente
- Región Oriente Sur
- Región Sur
- Región Sur Occidente

- Región Frontera

A pesar de la cantidad de corresponsales se considera que existe información que es de interés para los lectores del medio escrito. Al no darle cobertura y publicación, por lo que el tema a investigar es una oportunidades que ofrece una estrategia para cubrir el periodismo comunitario, aprovechando con ello la **capacidad de cobertura noticiosa**”-

Esta investigación y propuesta es de tipo experimental para desarrollarlo por un tiempo estimado de un año. El proyecto es de interés para las autoridades de la empresa, pues presenta opciones metodológicas y ventajas para ser parte de un proceso permanente de posicionamiento para el medio que permite está en contacto directo con los lectores del área rural por medio de redes comunitarias.

1.2 ANTECEDENTES

En Guatemala el sistema de mensaje de texto para Periodismo Comunitario, ha sido poco utilizado por los medios de comunicación para mantener informada a sus audiencias. Sin embargo hay una radio que si lo está utilizando, esta es Emisoras Unidas¹. El medio utiliza la estrategia la cual invoca “*Envíe sus mensajes a cabina desde su teléfono celular al 8970.*” con buenos resultados y participación constante del público.

Otros medios de comunicación, están aprovechando el mensaje de texto desde el punto de vista comercial. Esto sucede mediante las siguientes modalidades muchas de ellas de pago incluido:

- Alertas noticiosas
- Alertas de deportes

¹¹ <http://noticias.emisorasunidas.com/>

- Alertas de farándula
- Chistes
- Mensajes bíblicos
- Horóscopo
- Sexo
- Otros.

Si existen otras formas para desarrollar el periodismo comunitario, como la modalidad ejemplo de ello es el matutino, La Prensa Grafica de el Salvador y otros medios alternos que busca recolectar información comunitaria por medio de testigos ciudadanos para lo cual se han habilitado la forma en que las personas descargan datos para el medio. ²

1.3 PROBLEMATIZACION

Nuestro Diario es un periódico popular, cuya principal fuente de recursos proviene de a nota editorial que permite la venta de los ejemplares. De esta cuenta resulta importante incluir diferentes notas con contenido diverso: nota roja, social, cultural y deportiva, de interés para los lectores. Busca posicionar sobre todo por la cobertura y demanda de los departamentos donde se vende la mayor cantidad de ejemplares, estimándose en 68% del total vendido para el año 2011.

Para contar con información de las diferentes noticias del interior del país, es relevante investigar si las personas que en la actualidad leen el medio están en la disposición de remitir la información de lo que sucede en el lugar que esta persona se localiza, por medio de un mensaje de texto, se considero establecer la intención por medio de instrumentos de medición.

Para lo cual se diseño el siguiente esquema de investigación destinado al publico objetivo.

² <http://www.elsalvador.com/periodista/terminos.asp>

Contenido de la ENCUESTA

1. Información del encuestado: sexo y edad.
2. Nivel de preferencia de medio escrito que se lee.
3. Conocimiento de la región del medio a la que pertenece
4. Manejo de medio de comunicación que maneja el lector o potencial cronista comunitario.
5. Posibilidades e interés en ser cronista comunitario que permita nutrir contenido editorial para ND.
6. Intención sobre interés en informar sobre coberturas de noticias locales
7. Nivel y forma de comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario
8. Conocimiento de la corresponsal de la región
9. Cobertura de un hecho noticioso
10. Formas informar sobre un hecho noticioso que se entero y debe dársele cobertura.

Con el anterior cuestionario, se recaba la información que permitirá la toma de decisiones relativas a la implementación y éxito del proyecto.

1.4 JUSTIFICACION

La propuesta pretende varios objetivos, por un lado determinar el interés de los lectores especialmente en el área departamental en dar a conocer algunas noticias que suceden en sus comunidades a diario que no se están cubriendo para ser publicadas en Nuestro Diario y por otro lado proponer una estrategia que permita la

implementación de modalidades de periodismo comunitario para enriquecer la cobertura del medio por medios alternos.

Con la publicación de estas noticias se espera que en seis meses se alcance aumentar la venta diaria de tres mil ejemplares adicionales a los que se están vendiendo en la actualidad, conquistando de esta manera el no lector del ejemplar. Con ello el medio aumenta su cobertura con notas que otros medios no están cubriendo, posicionando al medio con el grupo objetivo.

Por otro lado la investigación evidencia a los medios de comunicación la importancia que tienen las redes de información comunitaria y su impacto tanto a nivel social por medio de información nacida desde las comunidades, así como de la comercialización de los ejemplares.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Generales

1.5.1.1 Determinar el interés de los lectores para desarrollar este periodismo comunitario a través de las páginas del medio escrito.

- El uso de plataformas que canalizan la información al medio de comunicación escrito.
- El nivel de importancia asignada por los lectores sobre la información que quieren que forme parte del contenido editorial del medio escrito.

1.5.1.2 La facilidad de los lectores para usar las nuevas tecnologías y “redes sociales”, a participar activamente en la generación de opinión pública en sus respectivas comunidades y, en determinados casos, aún más allá de las fronteras de su país.

- 1.5.1.3 La propuesta de periodismo comunitario es una ruta crítica para implementar el modelo de recolección de información por medio de sistemas de alertas en teléfonos celulares y plataformas ya instaladas en el medio escrito.
- 1.5.1.4 Establecer la gestión profesional para mantener el interés y garantizar la confiabilidad de las informaciones generadas por los lectores.
- 1.5.1.5 La participación activa de los lectores, lo que genera en los lectores de Nuestro Diario.
- La participación y la forma en que será garantizada por diversos medios, y como debe consolidarse en el mediano y largo plazo
- 1.5.1.6 Las ventajas y retos que el proyecto arrojaría mayores beneficios:

1.5.2 Específicos

- 1.5.2.1 La propuesta requiere de estrategias propuestas en el estudio que se detallan a continuación y corresponden a los objetivos específicos del estudio.
- 1.5.2.2 Un programa de control de las diferentes alertas noticiosas enviadas por la población del interior del país por medio de los sistemas actuales.
- 1.5.2.3 Propuestas para la buena implementación y la sostenibilidad que los resultados arrojan se deben definir los roles en el manejo de la información proveniente de las alertas noticiosas y los corresponsales mediante procesos de revisión, confirmación y edición.
- 1.5.2.4 La viabilidad y ponderación de los modelos de los anuncios publicitarios para que motiven a la población a enviar las alertas noticiosas.
- 1.5.2.5 Proponer e implementar modelos de publicación diaria en Nuestro Diario en los diferentes Regionales para las alertas noticiosas.

- 1.5.2.6 La propuesta propone incentivos que motivan la participación de la población en el envío de alertas noticiosas.

1.6 HIPOTESIS

Nuestro Diario es el medio de mayor circulación del país. No obstante, a pesar de contar con share diario de 75% del mercado de lectores de periódicos su circulación fuerte, carece de incentivos que motiven a los lectores a reportar algún hecho noticioso de interés en sus comunidades. Por lo que para la investigación del tema denominado **“Propuesta para incentivar el PERIODISMO COMUNITARIO”** se plantea la siguiente hipótesis:

- Están interesados los lectores de Nuestro Diario del interior del país en reportar por medio de mensaje de texto noticias de interés para que se investiguen y publiquen.

Instrumentos y universo

Para comprobar la hipótesis, se encuesta un universo de lectores de toda la republica, eligiendo segmentado el mercado tanto por genero como por área geográfica, dentro de edades que oscilan entre los 12 a los 50 años. Siendo elegido un máximo de 140 personas de las zonas geográficas o regiones que tiene Nuestro Diario.

Variables

Independientes

- Falta de cobertura de noticias locales en el área rural
- Poco aprovechamiento de personas locales para que funcionen como periodistas comunitarios

- Capacidad de los comunitarios para envío de información y del medio para recibir mensajes vía mensaje de texto
- Interés manifestado de los comunitarios para participar en periodismo comunitario por medio de Nuestro Diario.
- Falta de aprovechamiento de ND u otro medio escrito para posicionarse por medio de periodismo comunitario,

Dependientes

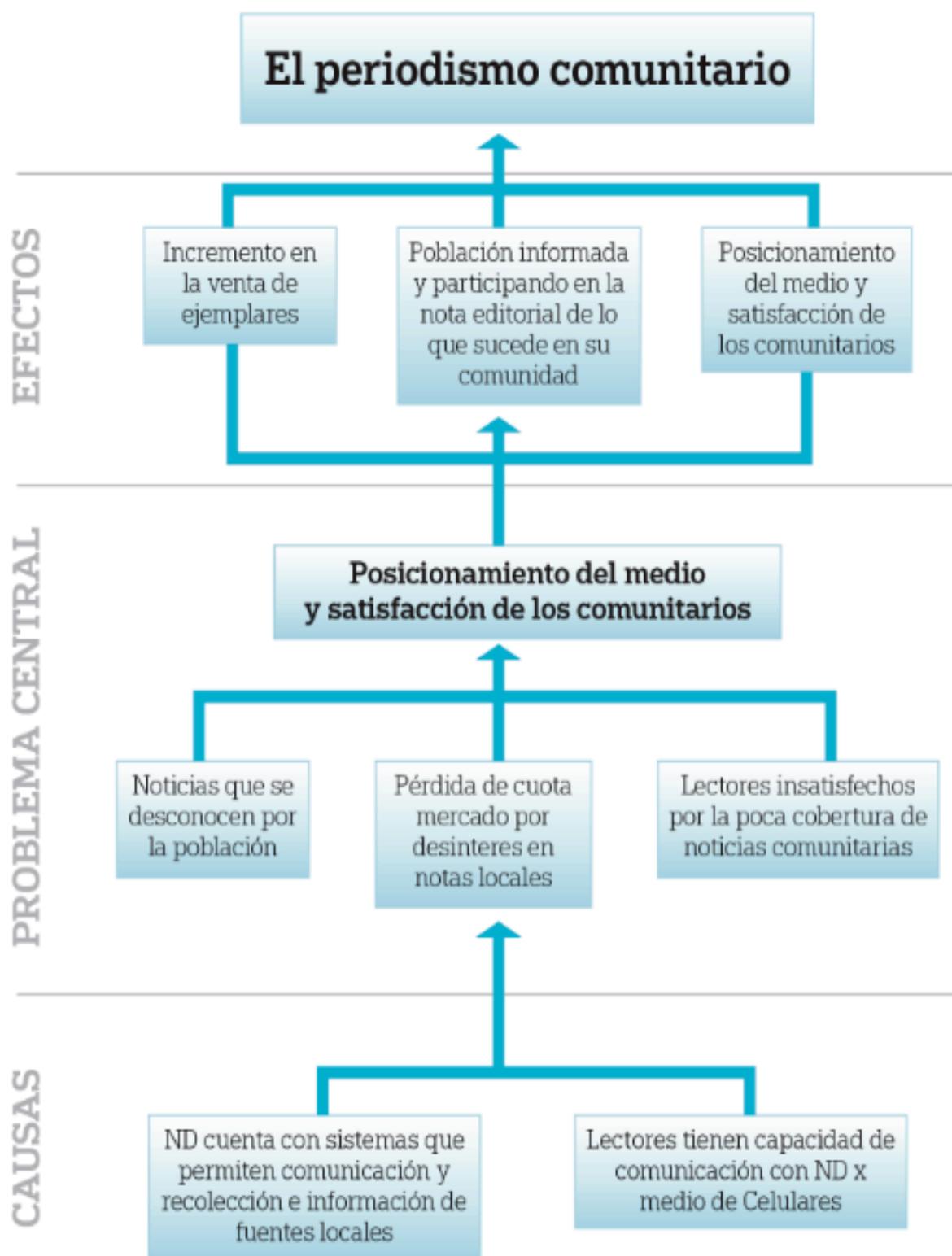
- Aumento de la posicionamiento y mercadeo del medio escrito
- Participación comunitaria por medios posibles y factibles para el medio escrito por medio de logística
- Cobertura de noticias departamentales y mejora en la circulación del medio
- Participación en el mercado de otros medios de comunicación.

Indicadores

- Participación de las personas de los departamentos elegidos especialmente en la segmentación elegida.
- Manifestación de interés y viabilidad de participar en periodismo comunitario con Nuestro diario
- Posicionamiento del medio por medio de aumento de cobertura

CUADRO DE VARIABLES

En la siguiente página aparece el cuadro que sintetiza el origen de la presente investigación:



Fuente: Propia

1.7 METODOLOGIA

ENFOQUE

La presente investigación es de enfoque mixto. Se ha utilizado tanto el enfoque cuantitativo por medio de la recopilación y procesamiento de datos de adquiridos a través de la tabulación de las encuestas. De la misma forma se ha establecido el enfoque cualitativo a través de la propuesta metodológica sobre la implementación que permita prestar un servicio de orden social a las comunidades, permitiendo que sean parte de un proyecto de periodismo comunitario, así como de mejorar el posicionamiento y mercadeo de los ejemplares de Nuestro Diario a nivel nacional.

DISEÑO

El diseño de este trabajo es descriptivo y transeccional ya que se han recurrido a descripciones y opiniones del objeto a estudiar a través de las encuestas realizadas a la población. Es transeccional ya que se ha realizado la investigación en un período de tiempo determinado, siendo esto en 2011.

POBLACIÓN

Es el Conjunto de individuos para el cual serán válidas las conclusiones de la propuesta. Totalidad de individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia.

La población que elegida son personas que habitan o realizan sus actividades diarias en los distintos Departamentos de la Republica de Guatemala, así como en algunos municipios de mayor importancia de los mismos departamentos. El grupo objetivo está comprendido por personas de ambos sexos, de 12 años a 50 años, quienes son los mayores lectores según estudios realizados en 2011.

MUESTRA

La muestra de esta tesis ha sido con sujetos reúne las siguientes características no pirobalística, polietápica de elección dirigida.

Los resultados que se obtuvieron al realizar las encuestas a la población de los distintos departamentos así como de los municipios más importantes de los mismos.

El universo de los lectores del mercado de ND es de 6,530 y con una muestra de 1813, según los estudios y mediciones realizados en octubre y noviembre de 2007 por PRODATOS, dato más reciente sobre el mercado que tiene ND a la fecha. Se ha procurado contar con opinión de personas de ambos sexos, teniendo presente que las encuestas de 2007, indican que un porcentaje de 50% corresponde a hombres y 50% a mujeres.

El tamaño de la muestra del presente estudio es de 140 personas, 89 varones y 51 mujeres. La muestra ha sido segmentada también por ámbito geográfico de residencia tal y como se presenta en el siguiente resumen:

No.	Departamento	Total por departamento
1	Sacatepéquez	5
2	Puerto Barrios	5
3	Quiché	6
4	Chimaltenango	4
5	Sololá	5
6	Jutiapa	10
7	San Marcos	7
8	Escuintla	9
9	Huehuetenango	6
10	Zacapa	6
11	Mazatenango	9
12	Chiquimula	5
13	Quetzaltenango	11
14	Jalapa	3
15	Petén	7
16	Santa Rosa	5
17	Retalhuleu	16
18	Baja Verapaz	3
19	Totonicapán	5
20	Alta Verapaz	8
21	El Progreso	5
TOTALES		140

Datos segmentados por género se presentan en el estudio experimental, capítulo 2.

SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS.

El tipo de instrumento de recolección de información que se empleo fue:

- Encuesta única con reactivos o reactivos constituidos por 10 preguntas cerradas las cuales se aplicaron a personas identificadas en cada una de las regiones indicadas.

Con los resultados obtenidos se identificaran cuantitativamente los niveles de importancia, cobertura, posibilidades de implementación de la propuesta y beneficios que representan a las comunidades y al medio escrito.

Derivado de ello se presentan propuestas cualitativas de implementación para Nuestro Diario la cual derive en mejoras tanto para los lectores como para el medio.

Para corroborar los datos obtenidos a través de la encuesta realizados un foro de discusión de expertos con duración de cinco horas en las que se trato de llegar a consensos sobre el tema.

I MARCO TEÓRICO

2.1 Investigación

Periodismo y comunidad

El periodismo comunitario es la oportunidad que tienen muchos pueblos de mostrar y contar a otras personas todo lo que sucede en su comunidad. Este es un trabajo de tiempo completo que requiere de responsabilidad y compromiso de parte de la red que se establezca para coleccionar la información y del medio que lo utilice.

La función de un periodista comunitario consiste en informar a la comunidad sobre temas de su interés que no aparecen en los tradicionales medios de comunicación. Esos que se ven todos los días y que cuentan todo lo que pasa tanto en el país como en el resto del mundo. Pero muchas veces se olvidan o no saben que en la región en la que ocurren historias interesantes que pasan desapercibidas. Por eso todo periodista debe buscar la información porque ella no llega sola. Debe salir a buscarla, es decir a investigar, para esto debe estar en permanente contacto con las personas, preguntando siempre aunque parezca cansado. Éste es un trabajo cotidiano.

Los periodistas deben estar conscientes de su función social, el cual es el resultado del interés que pueda sentir por lo que hace. La función social se refiere al trabajo y preocupación por resaltar las características propias de su comunidad por ejemplo: Deportistas destacados, problemáticas principales, actividades culturales y sociales, accidentes etc.

Para ello algunos autores como Felipe Peña Oliveira, considera lo siguiente:

“El periodismo comunitario atiende las demandas de la ciudadanía y sirve como instrumento de movilización social. Para Eliane Tavares, Para hablar de periodismo comunitario se debe pensar en que es la comunidad. El diccionario Aurelio, define a la comunidad es el lugar donde residen individuos asociados la comuna. Por tanto el

periodismo es comunitario. Constituye una de las formas más factibles de democratizar la información “

¹. Felipe, Peña de Oliveira, Teoría del periodismo. Comunicación social ediciones y publicaciones. 17 periodística. Sevilla 2006. (Peñ de Olivira, 2006). P120

Comunidad

Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos que comparten elementos en común o que se unen en pro de lograr un objetivo. Los individuos de una comunidad desarrollan una identidad común basándose en los criterios por los cuales se agrupan. Estos criterios suelen ser: ubicación geográfica, costumbres, valores, idioma, tareas, visión del mundo, estatus social, roles, áreas de estudio, etc.³

El periodismo comunitario y otras experiencias enriquecedoras en América

La enseñanza del periodismo a partir de una experiencia con periódicos comunitarios en zonas de ocupación en Salvador (Bahia – Brasil):

“ En el periodismo comunitario, ese problema se agrava viendo la proximidad inevitable, entre periodista y fuente. En el ámbito de las comunidades, los mismos sujetos que proporcionan la información, son sus receptores, y la familiaridad que establecen con los periodistas va influenciar todas las etapas de la rutina productiva.

Las fases de la rutina productiva periodística, según Mauro Wolf (1987) son: colecta, selección y presentación. La primera etapa es determinada por dos momentos centrales: la definición de la pauta y el establecimiento de relación entre el profesional y las fuentes. La selección es esencialmente marcada por la determinación de criterios de noticias, que son definidos por los valores-noticia y van a determinar lo que es o no interés del público a quien se destina la información. Por fin la presentación de por fin de la noticia envuelve edición y estructuración de los elementos colectados y también

³ Cátedra UNESCO (2008) , comunicación para el fortalecimiento de la diversidad cultural en Guatemala. Comisión presidencial contra la discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas en Guatemala. Guía del periodismo comprometido (2002) Rutas de accionar desde el periodismo contra la discriminación y el racismo.

será determinada por la visión que se La dificultad, en ese caso, es metodológica, una vez que se trabaja participativamente.

Uno de los focos de ese trabajo volverse para la relación que el periodista o aprendiz establece con las fuentes y como ese refleja en el resultado de su producción. Se fue la idea de que los periodistas transmiten la información de las fuentes al público indica un proceso es circular, complicado, posteriormente, por un gran número de efectos circulares de retorno [...] En la realidad, fuentes, periodistas y público coexisten dentro de un sistema que se asemeja mas al juego de cuerda de que a un organismo funcional interrelacionado.

En tanto, los juegos de cuerda son decididos por la fuerza: y las noticias son, entre otras cosas, “el ejercicio de poder sobre la interpretación de la realidad” (Schesineer e Gans apud Wolf, 1987, p. 198)

Los mismos juegos de poder establecidos entre periodista y fuente en la media diaria se reproducen en el espacio de periodismo comunitario, en el cual “una serie de actores sociales tienen una especie de acceso semiautomático a los medios de comunicación. (Wolf, 1987, p.200)

Mauro Wolf (1987) propone una comparación entre las fuentes en el periodismo especializado y no general, que puede ser transpuesta para ayudar a percibir a analogía en el periodismo comunitario. El destaca que los periodistas especializados “Establecen relaciones estrechas y continuadas con las propias fuentes, que acaban por transformarse en fuentes personales”. (Ibidem, p.201). La diferencia es dada por el compromiso que el periodista establece con su fuente y con la divulgación de la información. “

Relación fuente y resultado comunitario

El periodismo general está libre de las relaciones de conveniencia reciproca que gobiernan el periodismo especializado tiene de la audiencia. Las tres etapas da rutina productiva son fuertemente marcadas por la percepción que se tiene de audiencia.

Significa decir que en un periódico comunitario, de la selección de la pauta, pasando por la definición de lo que es noticia, hasta el modo de redacción y organización del contenido debe ser pensado a partir de público a que el se destina.

Esta conveniencia se hace evidente en la práctica de periodismo comunitario: "Ya sea que se trate de asociaciones de moradores o de agencias federales, o reportero se confía a una estructura de actividades y de informaciones ya constituida y sistemáticamente organizada". (Fisehman Apud Wolf, 1987, p.202)

Por otro lado, en el periodismo comunitario la relación con la fuente y el resultado de esa producción es vital para el proceso de rescate y fortalecimiento de la identidad de la comunidad, uno de los objetivos centrales en ese tipo de trabajo. Ofrecer al alumno la experiencia de esa relación, que percibe una postura inclusiva para el periodismo ampliando a variedad de fuentes y en última instancia, redefiniendo los valores-noticia

El periodismo comunitario tiene pues sus mejores exponentes en proyectos desarrollados en diversos países y con muy atractivos resultados.

Propuesta proactiva

La investigación cifra su atención en darle seguimiento a la definición de periodismo comunitario. Este consiste en darle un espacio a cualquier miembro de determinada comunidad que tenga algo que decir, rompiendo el esquema de los medios masivos. Dándole cobertura a las noticias que son consideradas por la comunidad como más relevantes.

No obstante la importancia que reviste para la comunidad y el medio, el tema de periodismo comunitario tiene sus detractores, tal y como sostiene Michael Connelly, escritor de novela negra y antiguo periodista de Los Ángeles Times, quien afirma que la supervivencia de la prensa de papel estará ligada en gran medida al "periodismo comunitario", por otros llamado prensa cercana o de proximidad.

"Cuando yo era periodista, lo último que quería oír era la frase periodismo comunitario porque para mí significaba noticias cortas para grupos reducidos de lectores. Creo que atender a esos grupos reducidos de lectores es ahora la última esperanza para el periódico", escribe en el artículo Al servicio del bien local que firmaba ayer en El País, en el que aboga por "un periodismo marcado a base de pases cortos en lugar de intentar meter un gol desde el otro extremo del campo".⁴

Por esa razón el medio escrito debe tener presente estas debilidades para alternarlas como parte del proceso de posicionamiento y atención al área rural. De esta cuenta el medio no socaba ni satura a los lectores con elementos parcializados de la información que recolecta.

La propuesta actual desarrolla una propuesta metodológica y progresiva que atiende las necesidades de la comunidad por medio de una estrategia del medio escrito.

2.1.2 Fuentes primaria de la investigación

Este estudio ha sido desarrollado con las siguientes fuentes:

- Agencia Prodatos. S A. (2008) Investigación cuantitativa descriptiva, Mercado de Lectores de Nuestro diario, octubre y noviembre 2007. Guatemala.
- Propuesta propia del autor.
- Encuesta desarrollada en lectores en 2011 por el autor para medir la intención de participación y viabilidad de la propuesta.

⁴ http://www.bierzodiario.com/index.php?option=com_content&task=view&id=7698&Itemid=29

2.1.3 fuentes secundarias

- Rosana Cabral Zucolo Periodista, maestra en Educación por la UFSM y coordinadora del curso de Periodismo de la Facultad Social de Bahia, Ana Cristina Spannenberg² Periodista, maestra en Comunicación y Cultura Contemporánea por la UFBA y profesora del curso de Periodismo de la Facultad Social de Bahia. La enseñanza del periodismo a partir de una experiencia con periódicos comunitarios en zonas de ocupación en Salvador (Bahia – Brasil)
- medios de comunicación y modelos informativos de educación en El Salvador, Y Brasil, En Salvador de Bahia
- <http://www.elsalvador.com/periodista/terminos.asp>

2.2 Propuesta

La propuesta de dicho proyecto se centra en crear la estrategia y proponer la plataforma y logística por medio de Nuestro Diario para desarrollar en el área rural el periodismo comunitario. Esto permite cubrir la necesidad manifestada en la encuesta del proceso desarrollado para recopilar información con lectores de Nuestro Diario, dando respuesta a los planteamientos y posicionando mejor al medio.

2.2.1 Estrategia de implementación de redes comunitarias para el proyecto

La propuesta que se plantea para este proceso se basa en cinco momentos:

- La preparación y gestión del proyecto. Cuyo objetivo es desarrollar las capacidades técnicas, logísticas y humanas para desarrollar el proyecto.
- La introducción es el momento en que el proyecto es lanzado al mercado y dado a conocer a los públicos.

- En el proceso de mejoramiento se realizan los ajustes que permiten tanto que medio como colaboradores puedan desarrollar acciones sostenibles a favor del proyecto.
- Es la etapa de reconocimiento y aprovechamiento de la opinión pública, comercialización.
- Se destaca la innovación, pues este tipo de producto debe buscar nuevas formas de mantenerse dentro del gusto del mercado y las estrategias para actualizarse con la tecnología la cual puede rebasarse con la obsolescencia tecnológica de no considerarse.

2.2.3 Matriz del proceso

Se propone la siguiente matriz para identificar el cronograma de implementación

No.	Proceso	Tiempo					
		Bimestre 1	Bimestre 2	Bimestre 3	Bimestre 4	Bimestre 5	Bimestre 6
1	Preparación y gestión	X	x				
2	Introducción			X			
3	Mejoramiento			x	X		
4	Posicionamiento				X		
5	Innovación					x	x

Uno de los objetivos principales es tomar en cuenta las noticias que son relevantes para la población de las distintas regiones del país, por otro lado dando un servicio social temas de de interés para toda la comunidad. Ver diagrama del proceso en anexo I.

2.2.4 ASPECTOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA

FASES

Desde la perspectiva técnica, se han elaborado dos fases principales para iniciar el proceso del Periodismo comunitario, las mismas no son excluyentes pero si pueden ser secuenciales para iniciar con el proceso.

FASE	ELEMENTOS	RESULTADOS
PRIMERA FASE	Logística del medio Envío de mensajes de SMS de parte de los colaboradores	Convocatoria mediática a los colaboradores Sistemas técnicos y humanos para recibir y procesar la información Envío de información textual al medio
SEGUNDA FASE	Envío y recepción de Fotografías y Videos.	Material audiovisual MMS para la nota editorial Verificación de la noticia Publicación de la nota. Retribución a los colaboradores

2.2.5 Primera Fase -Mensajes por SMS-

Nuestro Diario debe contar con un sistema para recibir información vía telefónica móvil de parte de los colaboradores

- A fin de evitar problemas es necesario contar con un número corto exclusivo para este servicio Ejemplo: 77111. Este número debe funcionar para las tres telefónicas que en la actualidad funcionan en Guatemala: Tigo, Claro y Telefónica.
- Debido a que el tamaño máximo del mensaje es de 150 caracteres se debe ser claro al solicitar al lector en el anuncio publicitario la cantidad precisa de información que no rebase dicha cantidad de caracteres.
- Se considera indispensable que el medio escrito permita y lleve registro de las personas que envían sus noticias. Esta base sirve para el medio con la finalidad de crear medios de comunicación comunitaria, siendo ellos colaboradores del servicio comunitario. Esto podría utilizarse para promociones de fidelización o información en ambas vías.

Dentro de la logística interna del medio, debe contarse con coordinador para la revisión y selección de las noticias.

Por otro lado debe contarse con la estrategia que permita la verificación de la información trasladada para realizar la nota editorial.

2.2.5 Segunda Fase –Envío y recepción de Fotografías y Videos.

- Se puede explorar con las telefónicas que nos permitan la recepción de fotografías y videos mensajes, MMS, en el sistema actual, para luego permitir a los colaboradores el envío de material multimedia. De conseguirse se necesitará un tiempo prudencial para crear un sistema de base de datos que nos permita capturar y almacenar esta información 2 meses serán necesarios para crear el sistema de conseguirse la obtención de la apertura de las telefónicas.

- Elaboración de una aplicación para Android, iOS y Black Berry que facilite el envío de materiales multimedia hacia los sistemas de Nuestro Diario. Esto a sea a través de internet o de servicio de mensajería móvil denominada MMS. El tiempo estimado para implementarla se estima en tres meses una vez instalado el equipo.

2.2.6 INFRAESTRUCTURA YA EXISTENTE EN NUESTRO DIARIO.

2.2.6.1 Dynamite: Nuestro Diario cuenta con una plataforma tecnológica tanto en hardware y software, de envío y recepción de mensajes de texto, denominado SMS, la cual esta colocada en internet y cuenta con los estándares y políticas necesarias para proveer el servicio.

Todos los mensajes enviados y recibidos son insertados en una base de datos, la cual tiene una capacidad de almacenar miles de mensajes cada día. Todo el movimiento puede ser medido a través de herramientas de reportearía y de monitoreo, para supervisar, analizar y reestructurar el servicio que pueden ser visibles desde cualquier parte del mundo a través de un navegador de internet o browser y un nombre de usuario y contraseña seguro.

El servicio además se encuentra replicado a una zona segura para garantizar su continuidad.

2.2.6.2 Telefónicas: Nuestro Diario cuenta con los enlaces necesarios con las tres compañías telefónicas nacionales como CLARO, TELEFONICA y TIGO. Así también los contratos que garantizan el servicio de números cortos Ejemplo 1155, 1177, 2277, etc. para el mercado nacional.

2.2.6.3 Experiencia: Se cuenta con más de cuatro años de experiencia en estos servicios, tanto en la comercialización, soporte técnico y desarrollo de productos, estrategias y esquemas de funcionamiento.

Por aparte, el área de Redacción cuenta con una plataforma de manejo de noticias, en las que se pueden insertar los mensajes de texto o SMS como una fuente adicional de información.

2.2.7 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Requisitos administrativos y logísticos para implementar dicha propuesta :

- Que las telefónicas ya indicadas autoricen el numero 77111 para mensaje de texto con un valor de Q. 1.00 a Nuestro Diario
- Contratación e incorporación de una persona que administre el proyecto con un sueldo de Q. 4,000.00 y le reportara al Editor de Turno. Esto con la finalidad de proyectar su función durante 1 año tiempo
- Adquisición de una computadora para la persona que administrara el proyecto con el Software respectivo y la habilitación de los sistemas comunicacionales del medio Q10,000.00)
- Compra de seis unidades de Black Berry para usarlas como promoción del proyecto Q12,000.00, se rifara una mensual.
- Autorización para anunciar el proyecto en Nuestro Diario para dar a conocer el proyecto, siendo una inversión que ND vera retornada en menos de seis meses.

2.2.8 Resultados esperados

Ventajas

- Aprovechamiento de sistemas actuales y plataformas con los que cuenta Nuestro Diario con el mínimo de inversión en aplicaciones o administración de personal.
- Implementación de periodismo comunitario por medio de colaboradores en lugares que amplían la cobertura de la noticias
- Aumento de la presencia de noticias rurales y la percepción en los lectores de noticias de interés local.
- Mejora en el posicionamiento y opinión pública del medio de comunicación
- Posicionamiento de los corresponsales regionales en actividades locales.

2.2.9 Elementos que dentro de la propuesta pueden ser vulnerables y la forma de gestionarlo

- Verificar la información para evitar que los chismes sean considerados como nota editorial
- Revisión y verificación profesional de parte del administrador y corresponsales de las notas que son enviadas por la red de colaboradores
- Informar a los potenciales colaboradores sobre la dinámica y los incentivos que han de manejarse para las noticias que si son aceptadas para medios por diversos medios, adicionalmente al medio escrito: radio, TV y otros medios locales alternos, inclusive los SMS.
- Gestionar y actualizar la base de datos de colaboradores para fines de uso del medio, finalidades de gestión de fidelización y otros motivos que permitan retroalimentación de la información entre medio y colaborador
- Gestionar con diligencia la sostenibilidad del proyecto para incorporarlo de manera progresiva y posteriormente permanente en el medio.
- Medir los resultados en periodos establecidos y mantener un proceso constante de innovación del producto que permita mantener el posicionamiento del medio.
- Evitar la saturación de notas repetidas o sin connotación.

2.2.10 Propuesta de imagen de la publicidad a pautar en los regionales.

Esta es la imagen de la publicidad que se desarrolla para incentivar el uso del sistema de Nuestro Diario para periodismo comunitario.

Imagen No. 1 Propuesta de publicidad

Fuente. Propia



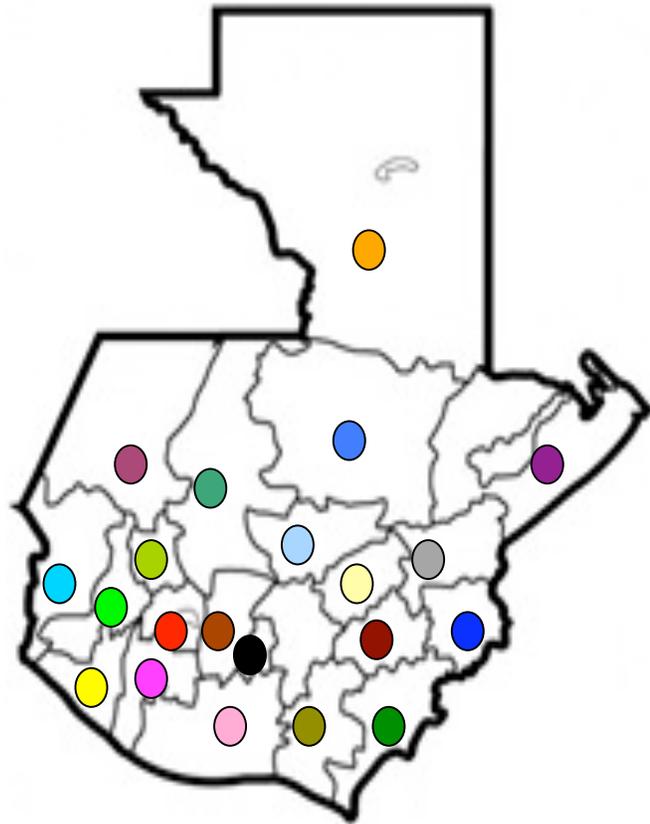


ESTUDIO EMPIRICO

3.1 LOCALIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población meta del estudio son personas que habitan en los veintidós departamentos de Guatemala, esto como resultado del análisis del contenido de las notas en las que la cobertura se realiza principalmente en el departamento de Guatemala. Por ello para mantener el balance que propone esta tesis se definió que la encuesta y la propuesta recoge la opinión de las zonas o áreas que no alcanzan cobertura del medio en la actualidad.

Mapa No. 1
Localización de la población



Los departamentos seleccionados son los que por cobertura no son cubiertos totalmente por ND por medio de la nota editorial. El estudio no incluyó al departamento de Guatemala.

3.2 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.

La encuesta y su modelo es el siguiente: ENCUESTA

1. Información del entrevistado

Hombre _____ Mujer _____

Rango de edad

12 a 17 años _____

18 a 23 años _____

24 a 29 años _____

30 a 35 años _____

35 n adelante _____

2. Lee algún periódico

_____ Si _____ No _____

Si la pregunta es afirmativa cual lee:

Nuestro Diario _____

Al Día _____

Prensa Libre _____

El periódico _____

Siglo XXI _____

Otro _____

3. Si la respuesta es ND, conoce la región del medio a la que pertenece

_____ Si _____ No _____

- 4. Usted pose alguno de los siguientes medios de comunicación

2. Teléfono celular

_____ Si _____ No _____

3. Correo electrónico

_____ Si _____ No _____

4. Otro medio

Lugar donde se realizo la encuesta _____

Fecha en que se realizo la encuesta _____

Nombre de quien realizo la encuesta _____

Para recolectar la información fueron convocados los lectores por medio de un focus group, con personas que llenasen los criterios de: zona de residencia, edad, género. El personal que realizo y participo en la aplicación de la encuesta han sido personal administrativo , reporteros o colaboradores de las regiones.

Se procede luego a tabular los datos para obtener los resultados de forma porcentual.

A continuación se presenta cada una de las preguntas junto con la gráfica que representa el porcentaje de cada una de las respuestas de las personas encuestadas.

Tabla No. 1

Cantidad de personas encuestas por género en cada departamento

No.	Departamento	Hombres	Mujeres	Total por departamento
1	Sacatepéquez	3	2	5
2	Puerto Barrios	3	2	5
3	Quiché	3	3	6
4	Chimaltenango	4	0	4
5	Sololá	3	2	5
6	Jutiapa	6	4	10
7	San Marcos	6	1	7
8	Escuintla	5	4	9
9	Huehuetenango	3	3	6
10	Zacapa	4	2	6
11	Mazatenango	8	1	9
12	Chiquimula	3	2	5
13	Quetzaltenango	7	4	11
14	Jalapa	2	1	3
15	Petén	5	2	7
16	Santa Rosa	2	3	5
17	Retalhuleu	8	8	16
18	Baja Verapaz	2	1	3
19	Totonicapán	4	1	5
20	Alta Verapaz	6	2	8
21	El Progreso	2	3	5
TOTALES		89	51	140

Fuente: Propia

Grafica No. 1
Cantidad de personas encuestas por género en cada departamento



Fuente: Propia

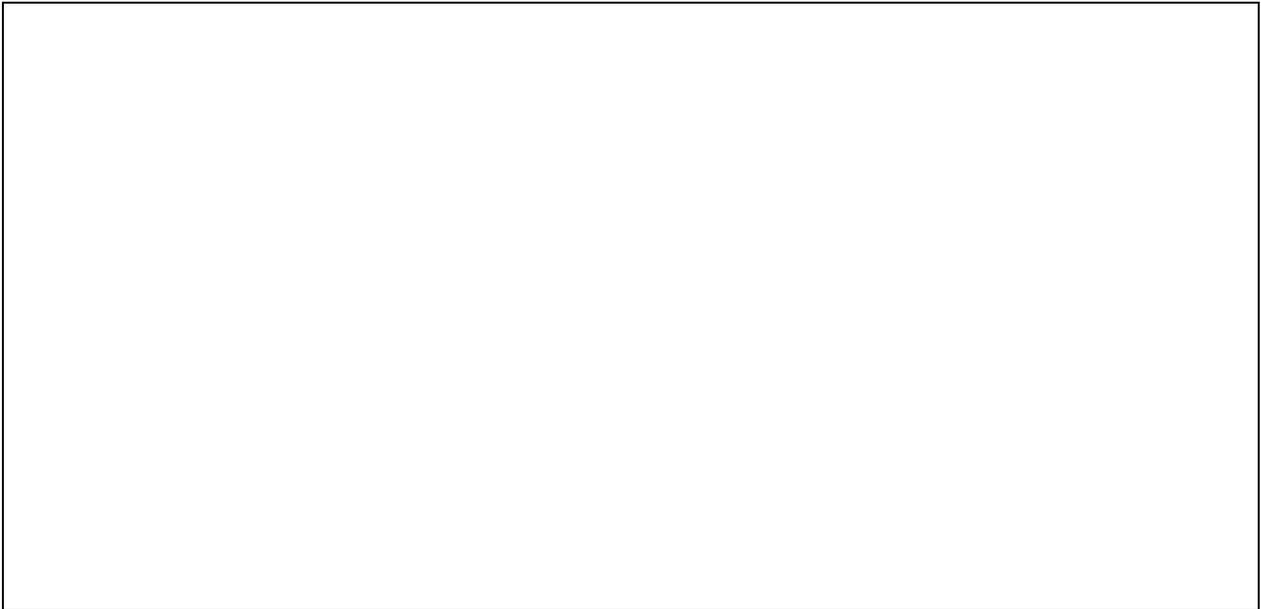
Tabla No. 2

Rangos de edad por departamento de personas encuestadas

No.	Departamento	12 – 17 años	18 – 23 años	24 – 29 años	30 – 35 años	35 en adelante	Total por Departamento
1	Sacatepéquez	0	3	0	2	0	5
2	Puerto Barrios	0	0	2	1	2	5
3	Quiché	0	0	0	5	1	6
4	Chimaltenango	0	0	0	1	3	4
5	Sololá	1	1	0	2	1	5
6	Jutiapa	0	3	2	3	2	10
7	San Marcos	0	0	5	0	2	7
8	Escuintla	1	2	2	1	3	9
9	Huehuetenango	0	1	2	2	1	6
10	Zacapa	0	3	1	0	2	6
11	Mazatenango	0	5	1	2	1	9
12	Chiquimula	0	2	2	1	0	5
13	Quetzaltenango	1	2	2	1	5	11
14	Jalapa	0	0	2	0	1	3
15	Petén	1	2	2	2	0	7
16	Santa Rosa	1	2	1	1	0	5
17	Retalhuleu	1	3	3	3	6	16
18	Baja Verapaz	0	1	0	1	1	3
19	Totonicapán	0	0	4	1	0	5
20	Alta Verapaz	0	2	1	2	3	8
21	El Progreso	0	1	1	0	3	5
	Totales	6	33	33	31	37	140

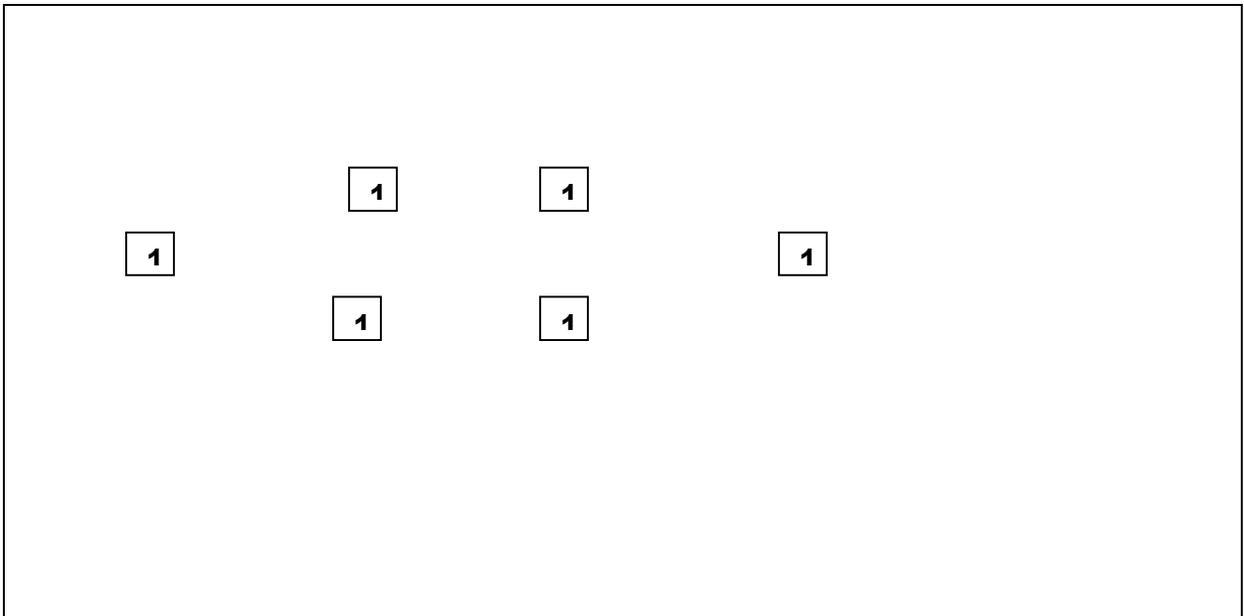
Fuente: Propia

Gráfica No. 2
Porcentaje total, hombres y mujeres encuestadas



Fuente: Propia

Gráfica No. 3
Rangos de 12 – 17 años de edad por departamento



Fuente: Propia

Gráfica No. 4
Rangos de 18 – 23 años de edad por departamento



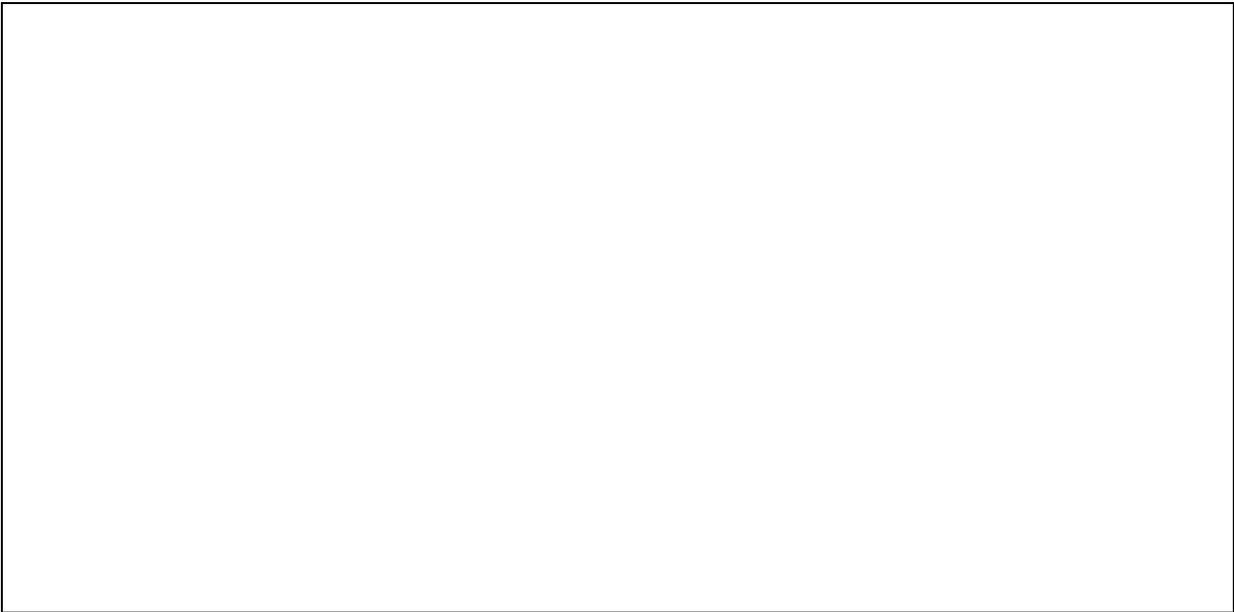
Fuente: Propia

Gráfica No. 5
Rangos de 24 – 29 años de edad por departamento



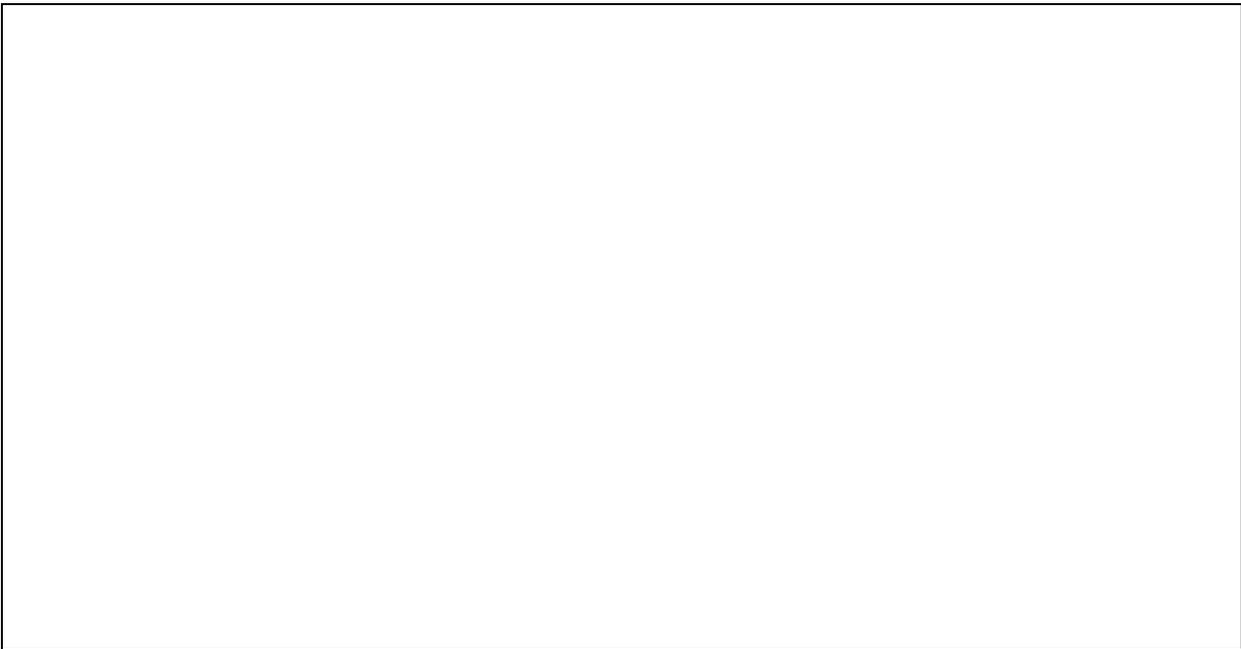
Fuente: Propia

Gráfica No. 6
Rangos de 30 – 35 años de edad por departamento



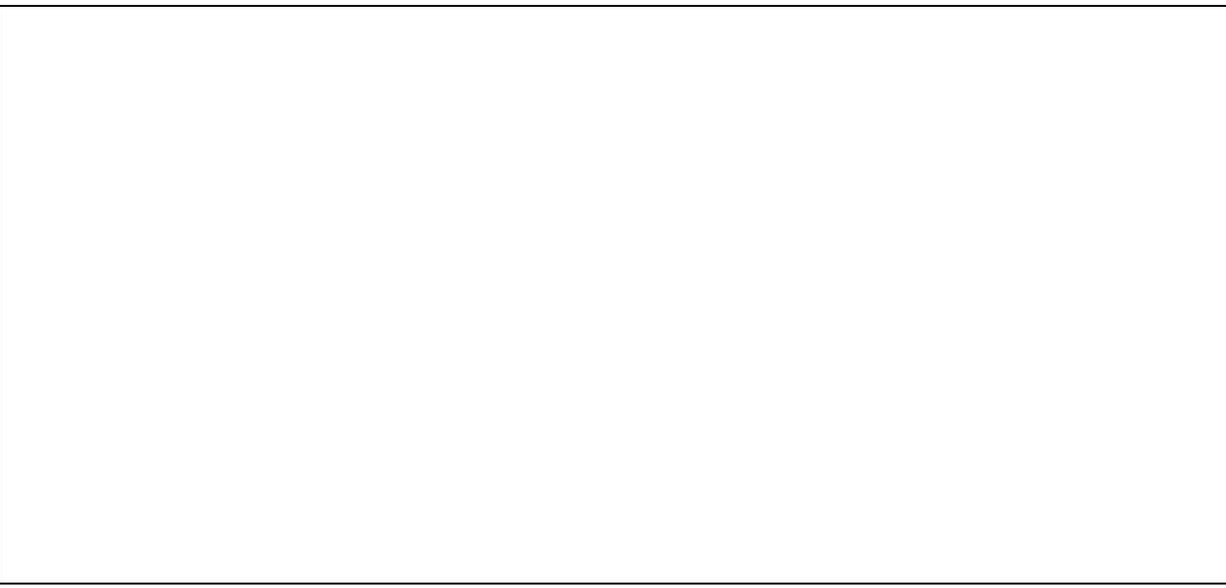
Fuente: Propia

Gráfica No. 7
Rangos de más de 35 años de edad por departamento



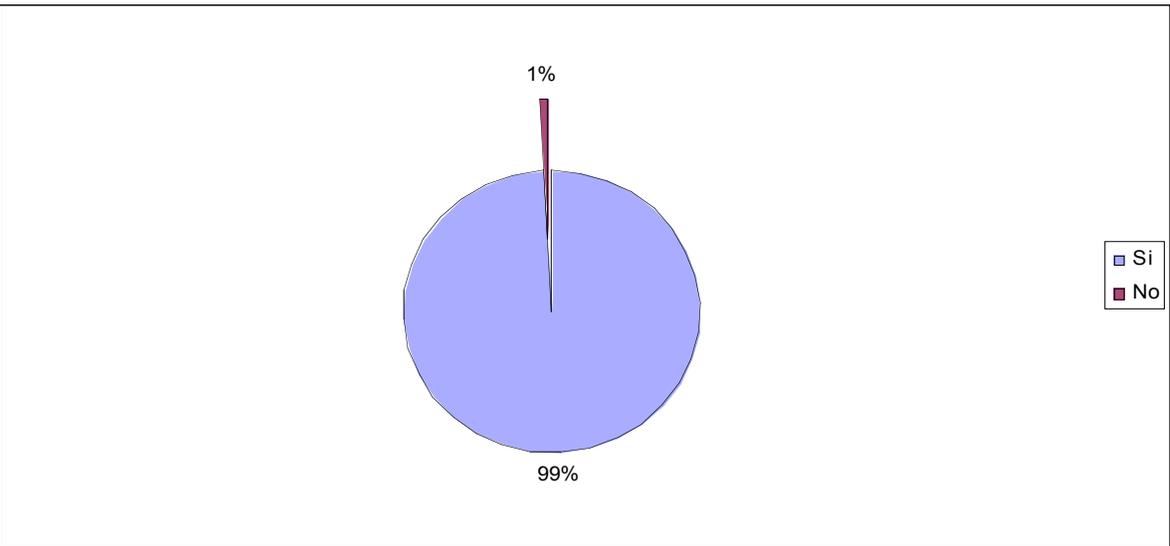
Fuente: Propia
Gráfica No. 8

Porcentaje de rangos de edad



Fuente: Propia

Gráfica No. 9
Porcentaje de personas que leen periódico



Fuente: Propia

Tabla No. 3
Personas que leen el periódico

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	5	0
2	Puerto Barrios	5	0
3	Quiché	6	0
4	Chimaltenango	4	0
5	Sololá	5	0
6	Jutiapa	10	0
7	San Marcos	7	0
8	Escuintla	8	1
9	Huehuetenango	6	0
10	Zacapa	6	0
11	Mazatenango	9	0
12	Chiquimula	5	0
13	Quetzaltenango	11	0
14	Jalapa	3	0
15	Petén	7	0
16	Santa Rosa	5	0
17	Retalhuleu	16	0
18	Baja Verapaz	3	0
19	Totonicapán	5	0
20	Alta Verapaz	8	0
21	El Progreso	5	0
Total		139	1

Fuente Propia

Tabla No. 4
Periódicos que leen los encuestados por departamento

No	Departamento	Nuestro Diario	Al Día	Prensa Libre	El Periódico	Siglo XXI
1	Sacatepéquez	4	1	2	1	1
2	Puerto Barrios	5	0	1	0	0
3	Quiché	6	0	4	0	0
4	Chimaltenango	4	0	0	0	0
5	Sololá	5	0	0	0	0
6	Jutiapa	9	0	1	0	0
7	San Marcos	7	0	0	0	0
8	Escuintla	7	0	5	0	0
9	Huehuetenango	6	0	3	1	1
10	Zacapa	5	0	1	0	0
11	Mazatenango	8	1	7	1	0
12	Chiquimula	4	0	3	1	0
13	Quetzaltenango	9	0	3	1	1
14	Jalapa	3	0	1	0	0
15	Petén	5	0	2	0	0
16	Santa Rosa	5	0	1	0	0
17	Retalhuleu	11	0	5	0	0
18	Baja Verapaz	3	0	1	0	0
19	Totonicapán	5	0	2	0	0
20	Alta Verapaz	6	0	4	1	0
21	El Progreso	4	0	2	0	0
Totales		121	2	48	6	3

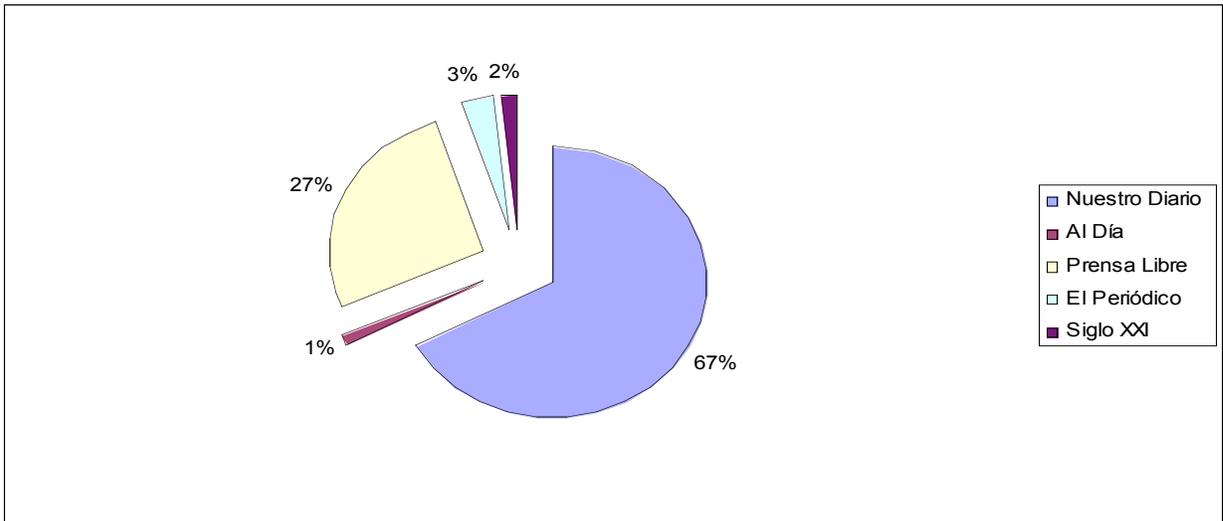
Fuente: Propia

Gráfica No. 10
 Periódicos que leen las personas por departamento



Fuente: Propia

Gráfica No. 11
 Porcentaje de personas que leen los distintos periódicos



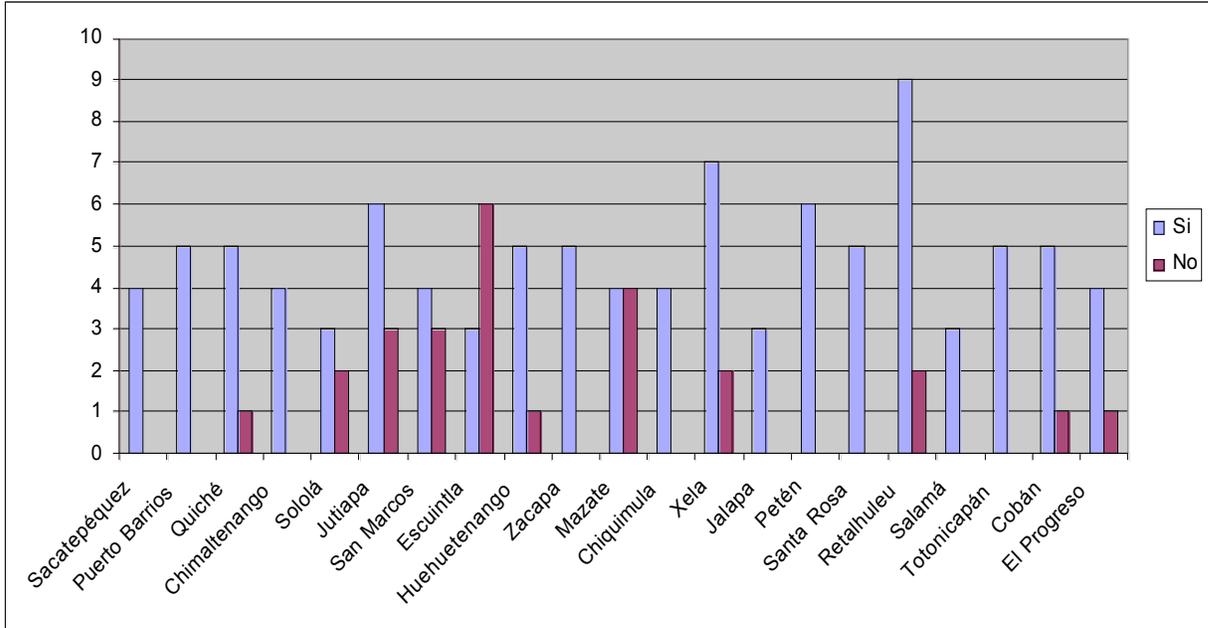
Fuente: Propia

Tabla No. 5
 Los encuestados que leen Nuestro Diario
 ¿Conocen su regional?

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	4	0
2	Puerto Barrios	5	0
3	Quiché	5	1
4	Chimaltenango	4	0
5	Sololá	3	2
6	Jutiapa	6	3
7	San Marcos	4	3
8	Escuintla	3	6
9	Huehuetenango	5	1
10	Zacapa	5	0
11	Mazatenango	4	4
12	Chiquimula	4	0
13	Quetzaltenango	7	2
14	Jalapa	3	0
15	Petén	6	0
16	Santa Rosa	5	0
17	Retalhuleu	9	2
18	Baja Verapaz	3	0
19	Totonicapán	5	0
20	Alta Verapaz	5	1
21	El Progreso	4	1
Total		99	26

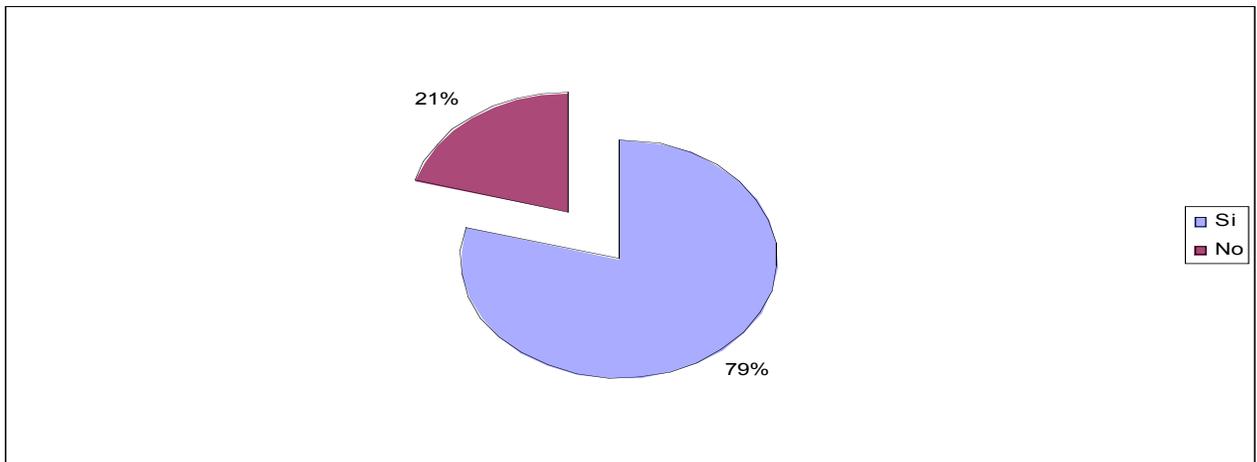
Fuente: Propia

Gráfica No. 12
 Personas que leen Nuestro Diario
 Que conocen el regional de su departamento



Fuente: Propia

Gráfica No. 13
 Porcentaje de personas que conocen
 Los regionales de Nuestro Diario



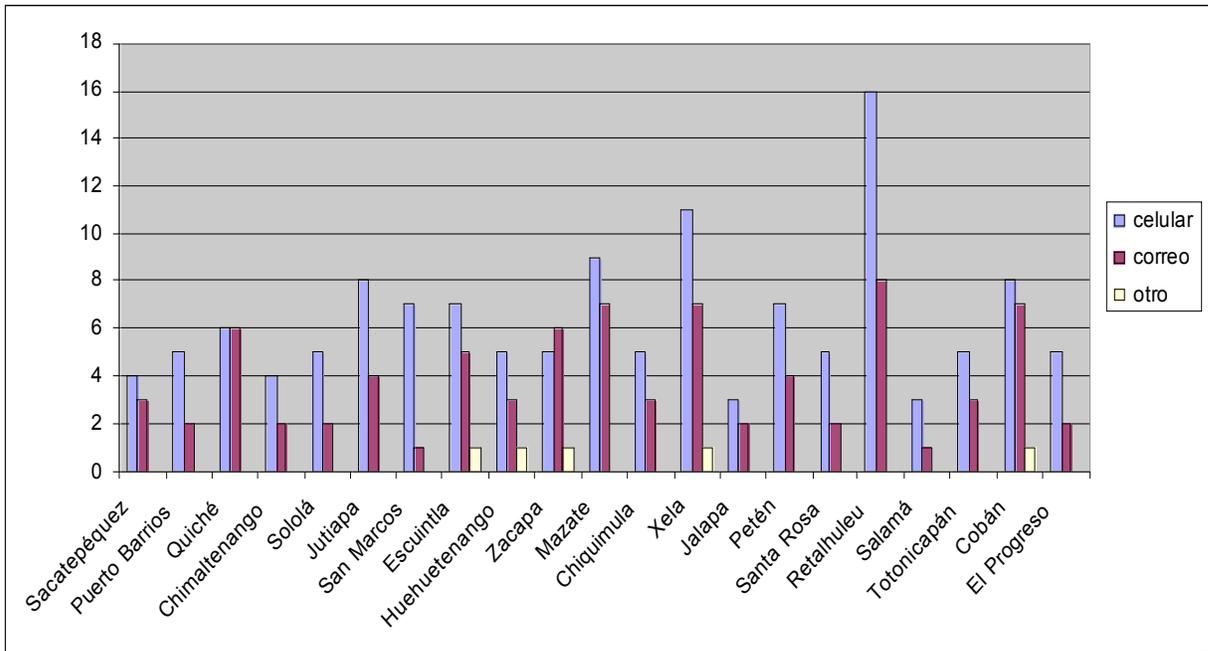
Fuente: Propia

Tabla No. 6
Medios de comunicación que posee la muestra por Departamento

No.	Departamento	Celular	Correo Elec.	Otro
1	Sacatepéquez	4	3	0
2	Puerto Barrios	5	2	0
3	Quiché	6	6	0
4	Chimaltenango	4	2	0
5	Sololá	5	2	0
6	Jutiapa	8	4	0
7	San Marcos	7	1	0
8	Escuintla	7	5	1
9	Huehuetenango	5	3	1
10	Zacapa	5	6	1
11	Mazatenango	9	7	0
12	Chiquimula	5	3	0
13	Quetzaltenango	11	7	1
14	Jalapa	3	2	0
15	Petén	7	4	0
16	Santa Rosa	5	2	0
17	Retalhuleu	16	8	0
18	Baja Verapaz	3	1	0
19	Totonicapán	5	3	0
20	Alta Verapaz	8	7	1
21	El Progreso	5	2	0
Total		133	80	5

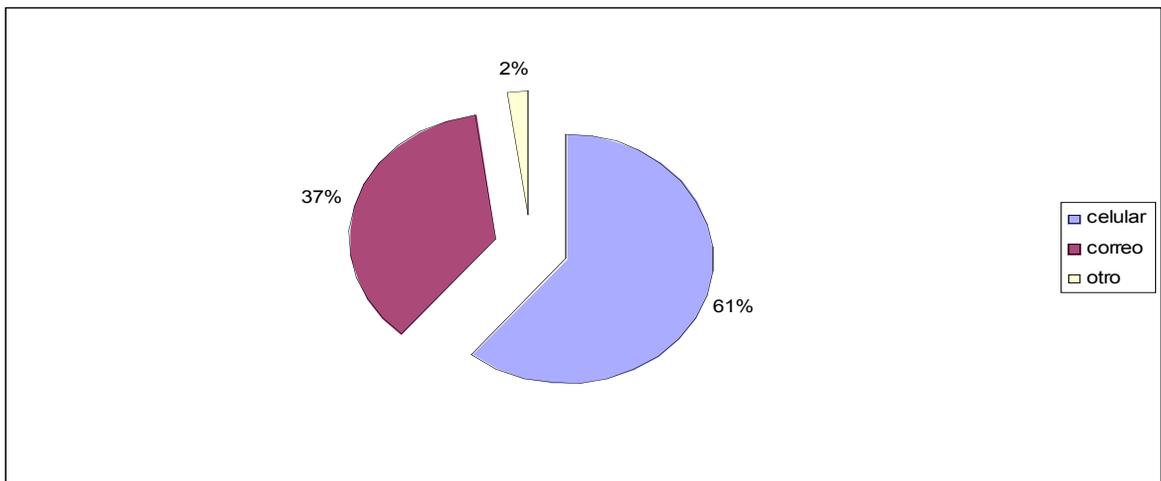
Fuente: Propia

Gráfica No. 14
Medios de comunicación que posee la muestra por Departamento



Fuente: Propia

Gráfica No. 15
Porcentaje de medios de comunicación que posee la muestra por Departamento



Fuente: Propia

Tabla No. 7

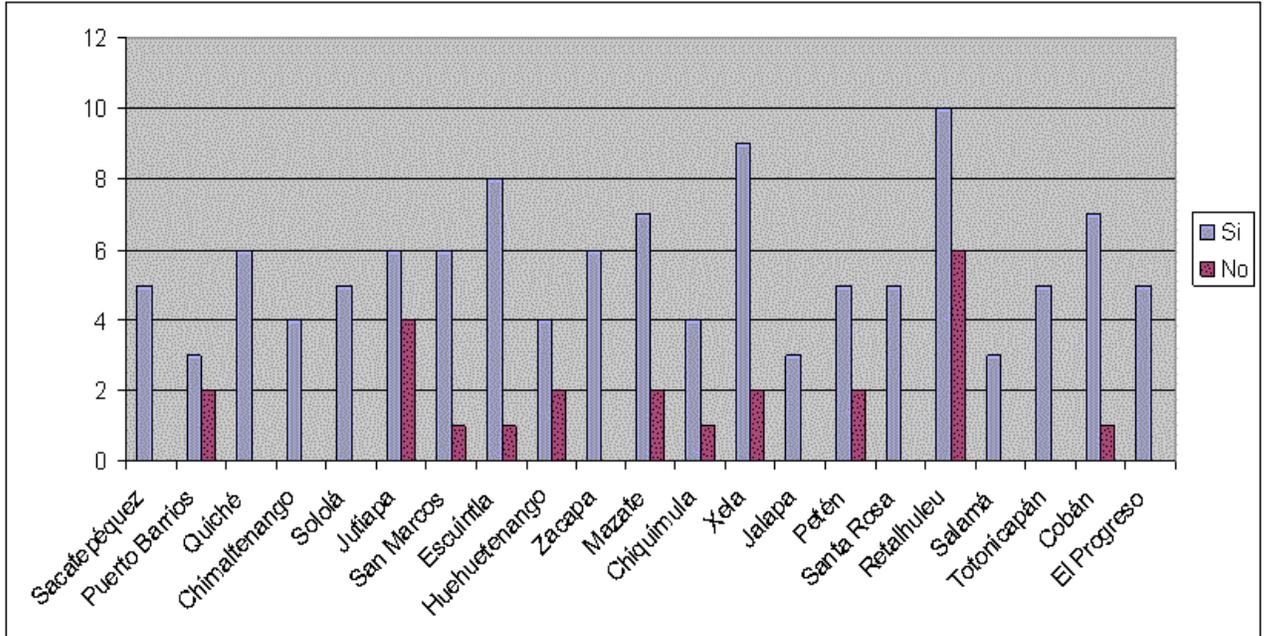
Hay interés en los lectores sobre notas que debería ser cubierto por Nuestro Diario

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	5	0
2	Puerto Barrios	3	2
3	Quiché	6	0
4	Chimaltenango	4	0
5	Sololá	5	0
6	Jutiapa	6	4
7	San Marcos	6	1
8	Escuintla	8	1
9	Huehuetenango	4	2
10	Zacapa	6	0
11	Mazatenango	7	2
12	Chiquimula	4	1
13	Quetzaltenango	9	2
14	Jalapa	3	0
15	Petén	5	2
16	Santa Rosa	5	0
17	Retalhuleu	10	6
18	Baja Verapaz	3	0
19	Totonicapán	5	0
20	Alta Verapaz	7	1
21	El Progreso	5	0
Total		116	24

Fuente: Propia

Gráfica No. 16

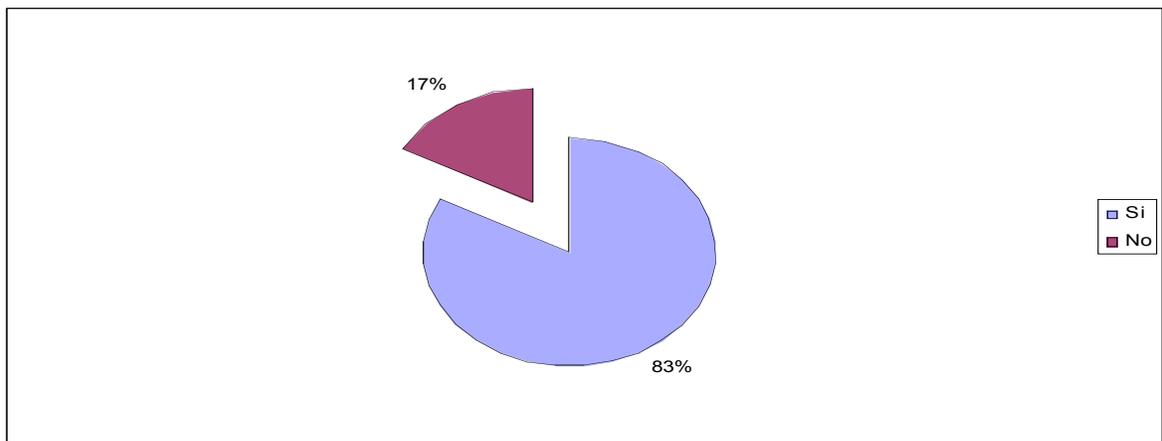
Hay interés en los lectores sobre notas que debería ser cubierto por Nuestro Diario



Fuente: Propia

Gráfica No. 17

Porcentaje de personas que consideran que hay hechos que deben ser cubiertos por Nuestro Diario



Fuente: Propia

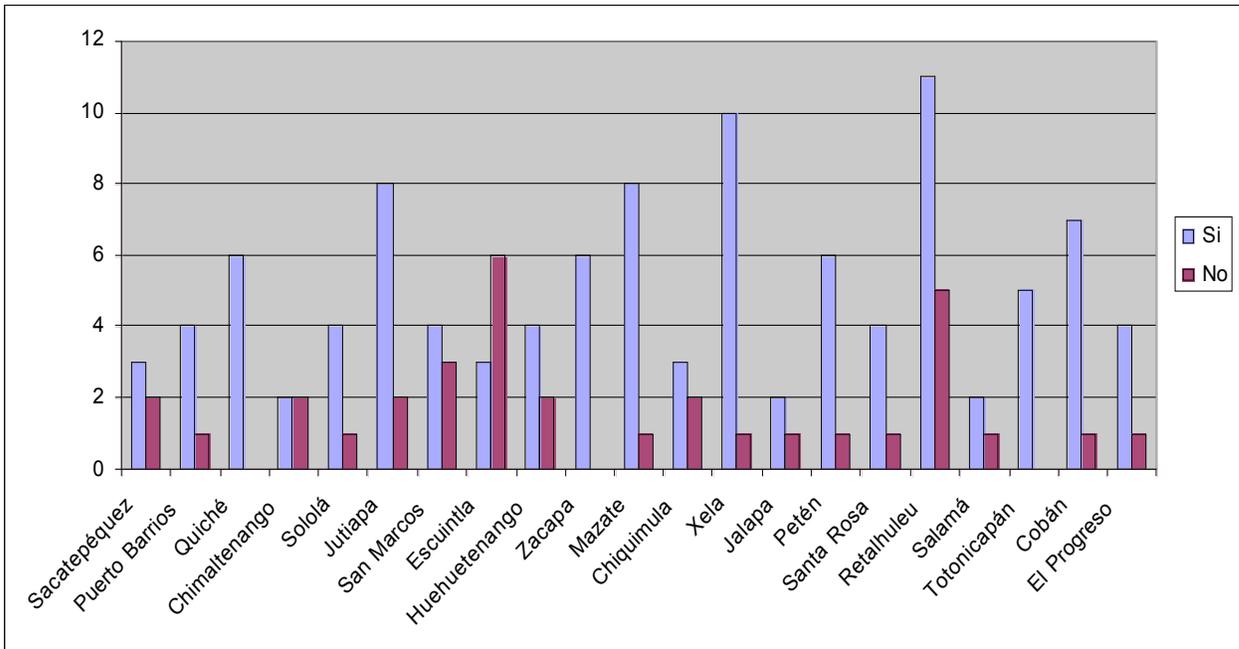
Tabla No. 8

¿Le gustaría informar sobre coberturas de noticias que conoce?

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	3	2
2	Puerto Barrios	4	1
3	Quiché	6	0
4	Chimaltenango	2	2
5	Sololá	4	1
6	Jutiapa	8	2
7	San Marcos	4	3
8	Escuintla	3	6
9	Huehuetenango	4	2
10	Zacapa	6	0
11	Mazatenango	8	1
12	Chiquimula	3	2
13	Quetzaltenango	10	1
14	Jalapa	2	1
15	Petén	6	1
16	Santa Rosa	4	1
17	Retalhuleu	11	5
18	Baja Verapaz	2	1
19	Totonicapán	5	0
20	Alta Verapaz	7	1
21	El Progreso	4	1
Total		106	34

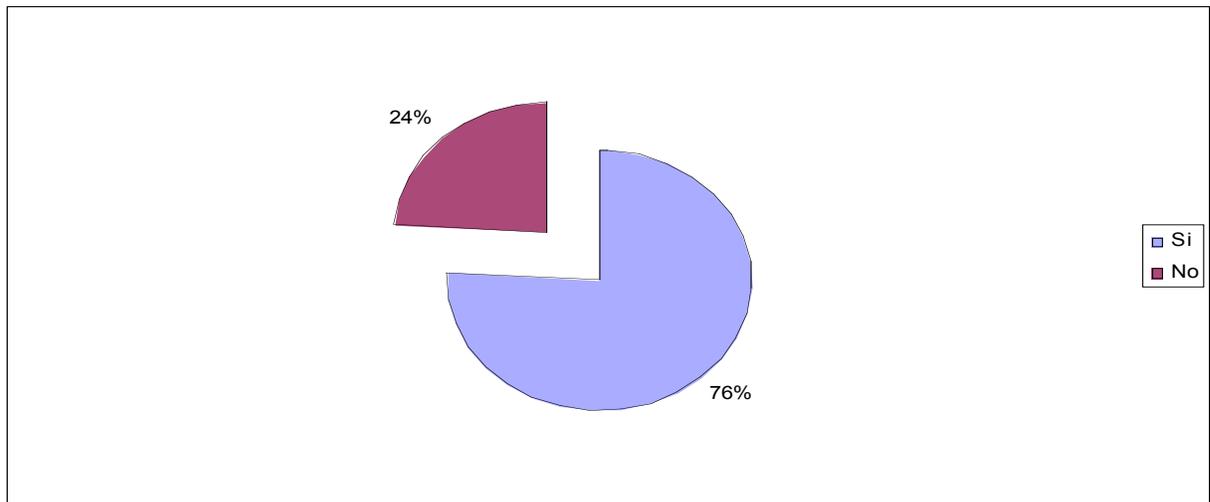
Fuente: Propia

Gráfica No. 18
 Le gustaría informar sobre coberturas de noticias que conoce



Fuente: Propia

Gráfica No. 19
 Porcentaje de personas que le gustaría informar sobre coberturas de noticias que conoce



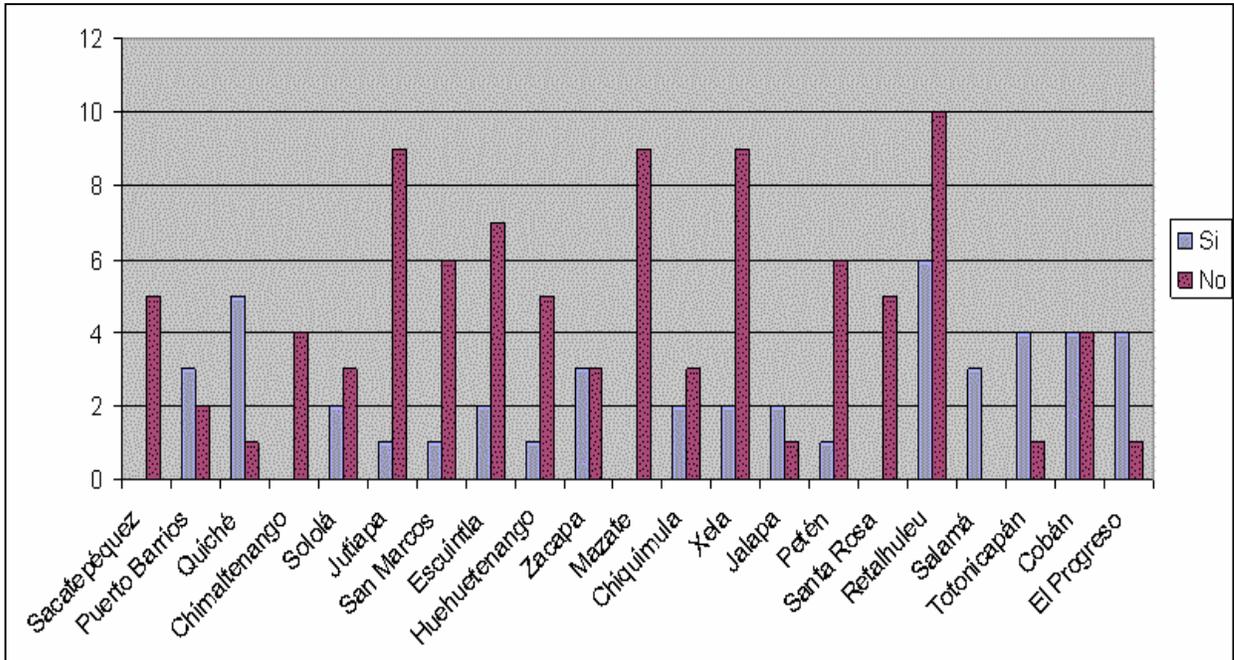
Fuente: Propia

Tabla No. 9
¿Sabe como comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario?

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	0	5
2	Puerto Barrios	3	2
3	Quiché	5	1
4	Chimaltenango	0	4
5	Sololá	2	3
6	Jutiapa	1	9
7	San Marcos	1	6
8	Escuintla	2	7
9	Huehuetenango	1	5
10	Zacapa	3	3
11	Mazatenango	0	9
12	Chiquimula	2	3
13	Quetzaltenango	2	9
14	Jalapa	2	1
15	Petén	1	6
16	Santa Rosa	0	5
17	Retalhuleu	6	10
18	Baja Verapaz	3	0
19	Totonicapán	4	1
20	Alta Verapaz	4	4
21	El Progreso	4	1
Total		46	94

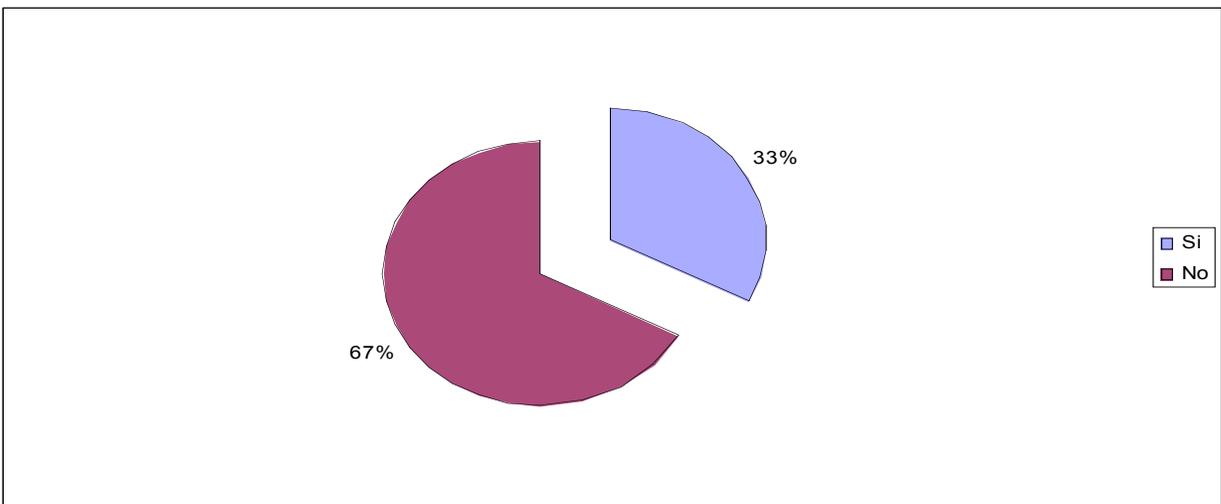
Fuente: Propia

Gráfica No. 20
¿Sabe como comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario?



Fuente: Propia

Gráfica No. 21
Porcentaje de personas que saben como comunicarse a las oficinas de Nuestro Diario



Fuente: Propia

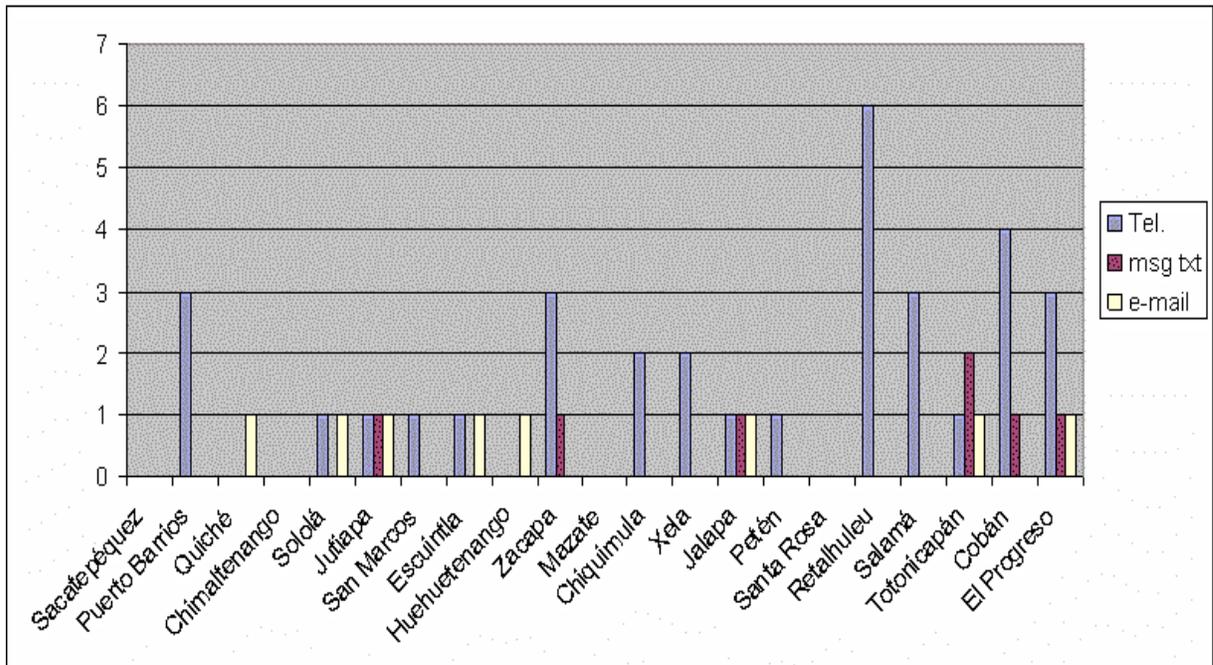
Tabla No. 10

¿A través de que medio sabe comunicarse a Nuestro Diario?

No.	Departamento	Teléfono	Mensaje Texto	Correo Electrónico
1	Sacatepéquez	0	0	0
2	Puerto Barrios	3	0	0
3	Quiché	0	0	1
4	Chimaltenango	0	0	0
5	Sololá	1	0	1
6	Jutiapa	1	1	1
7	San Marcos	1	0	0
8	Escuintla	1	0	1
9	Huehuetenango	0	0	1
10	Zacapa	3	1	0
11	Mazatenango	0	0	0
12	Chiquimula	2	0	0
13	Quetzaltenango	2	0	0
14	Jalapa	1	1	1
15	Petén	1	0	0
16	Santa Rosa	0	0	0
17	Retalhuleu	6	0	0
18	Baja Verapaz	3	0	0
19	Totonicapán	1	2	1
20	Alta Verapaz	4	1	0
21	El Progreso	3	1	1
Total		33	7	8

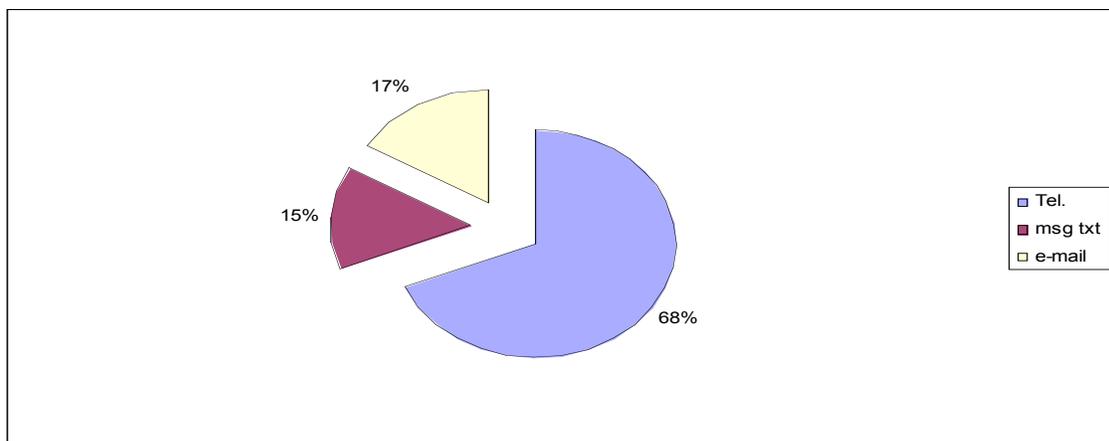
Fuente: Propia

Gráfica No. 22
A través de que medio sabe comunicarse a Nuestro Diario



Fuente: Propia

Gráfica No. 23
Porcentaje del medio que la muestra utiliza para comunicarse a Nuestro Diario



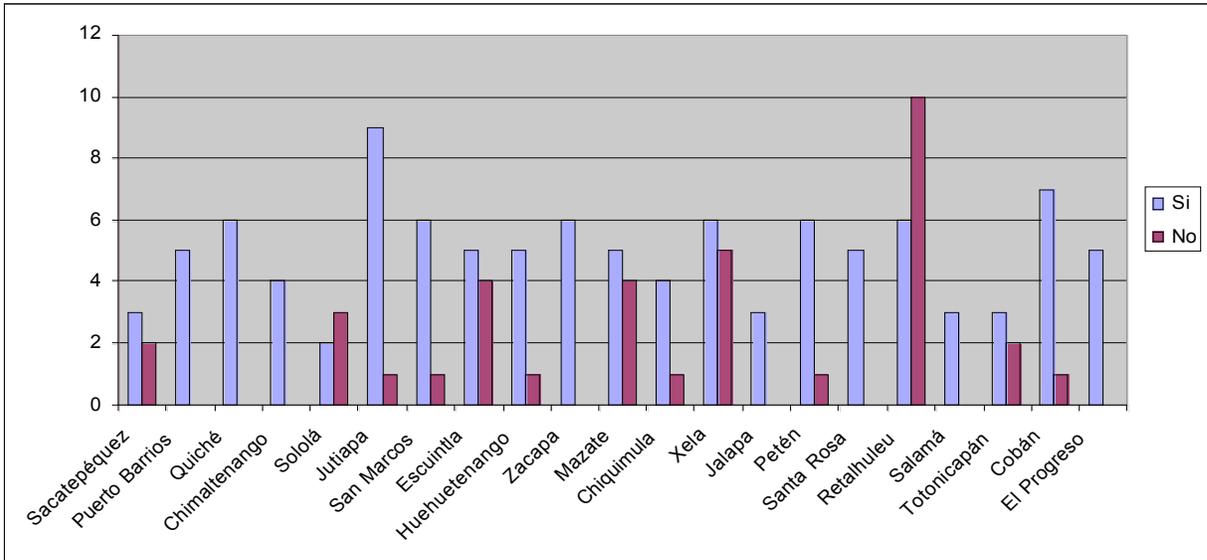
Fuente: Propia

Tabla No. 11
¿Conoce al corresponsal de su región?

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	1	4
2	Puerto Barrios	2	3
3	Quiché	4	2
4	Chimaltenango	1	3
5	Sololá	1	4
6	Jutiapa	4	6
7	San Marcos	3	4
8	Escuintla	3	6
9	Huehuetenango	2	4
10	Zacapa	5	1
11	Mazatenango	1	8
12	Chiquimula	1	4
13	Quetzaltenango	3	8
14	Jalapa	1	2
15	Petén	0	7
16	Santa Rosa	0	5
17	Retalhuleu	6	10
18	Baja Verapaz	3	0
19	Totonicapán	2	3
20	Alta Verapaz	2	6
21	El Progreso	1	4
Total		46	94

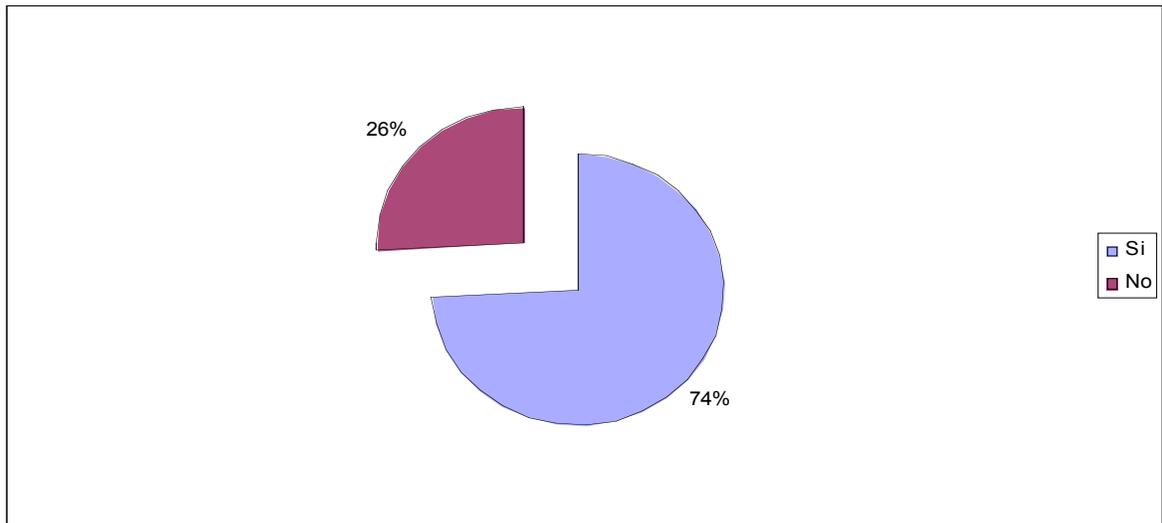
Fuente: Propia

Gráfica No. 24
 Conoce al corresponsal de su región



Fuente: Propia

Gráfica No. 25
 Porcentaje de personas que conocen al corresponsal de su región



Fuente: Propia

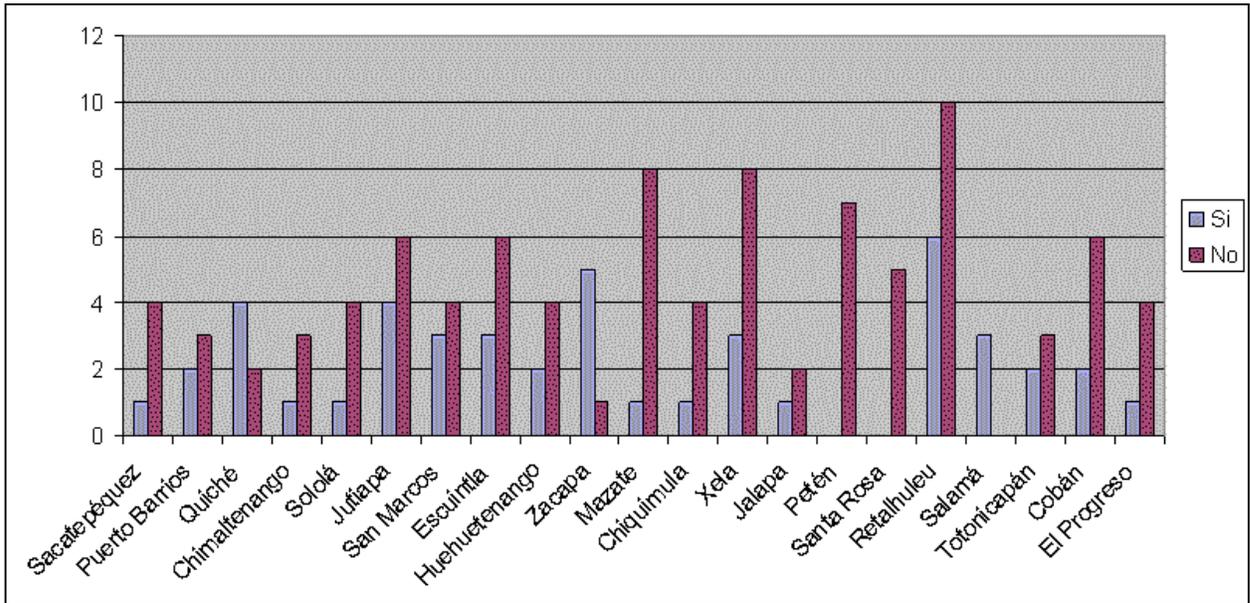
Tabla No. 12

¿Ha solicitado alguna vez cobertura de algún hecho noticioso?

No.	Departamento	Si	No
1	Sacatepéquez	1	4
2	Puerto Barrios	2	3
3	Quiché	4	2
4	Chimaltenango	1	3
5	Sololá	1	4
6	Jutiapa	4	6
7	San Marcos	3	4
8	Escuintla	3	6
9	Huehuetenango	2	4
10	Zacapa	5	1
11	Mazatenango	1	8
12	Chiquimula	1	4
13	Quetzaltenango	3	8
14	Jalapa	1	2
15	Petén	0	7
16	Santa Rosa	0	5
17	Retalhuleu	6	10
18	Baja Verapaz	3	0
19	Totonicapán	2	3
20	Alta Verapaz	2	6
21	El Progreso	1	4
Total		46	94

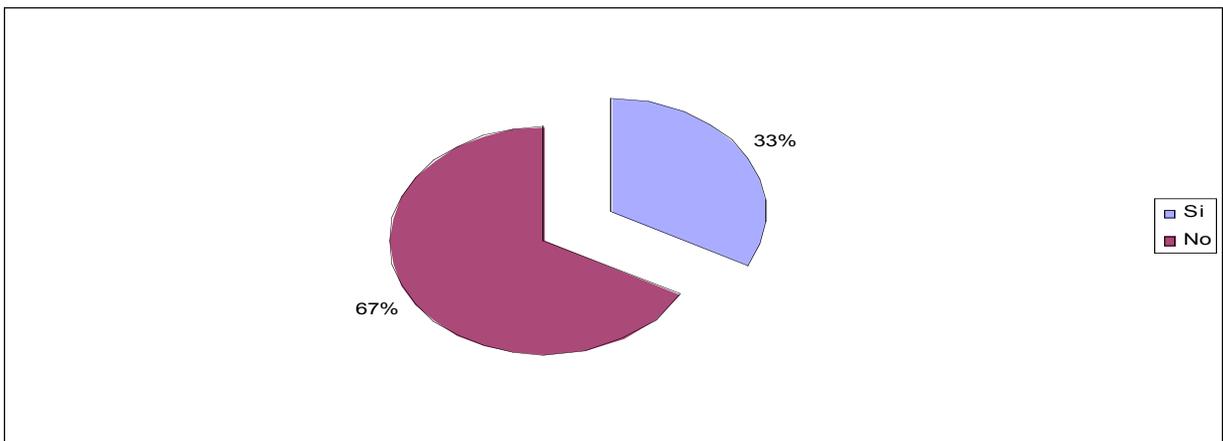
Fuente: Propia

Gráfica No. 26
Ha solicitado cobertura de algún hecho noticioso



Fuente: Propia

Gráfica No. 27
Porcentaje de personas que han solicitado cobertura de algún hecho noticioso



Fuente: Propia

Tabla No. 13

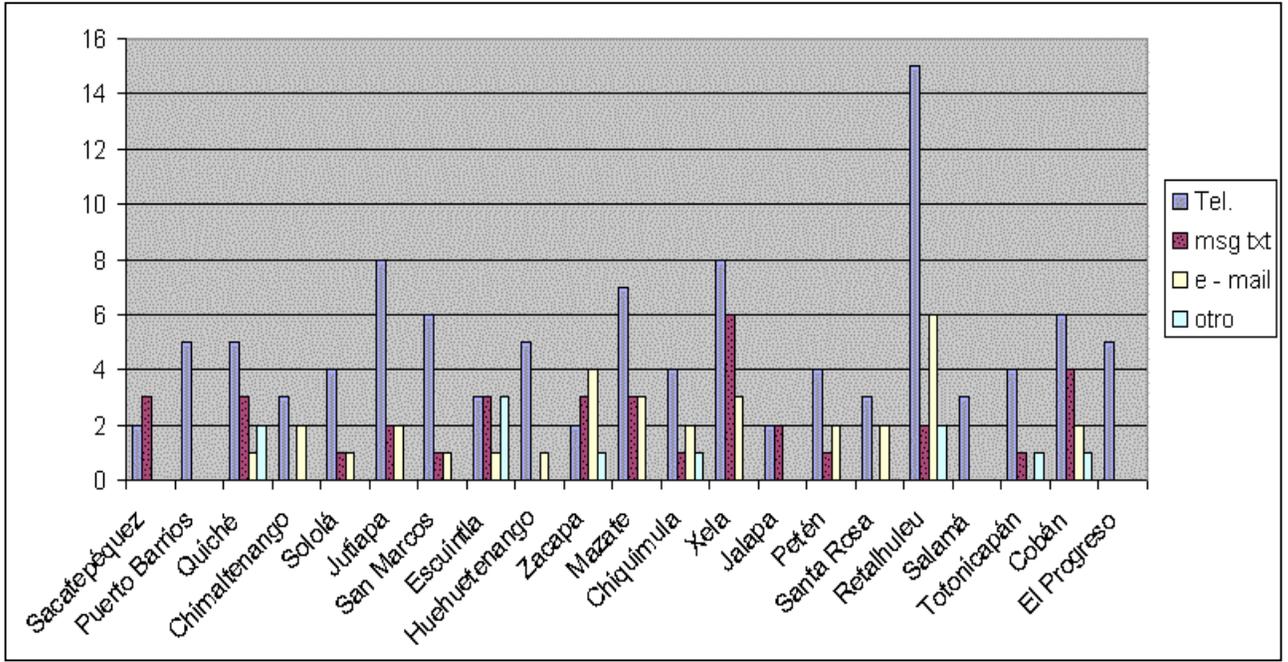
¿Con que medio se le facilita informar sobre algún hecho noticioso que debe cubrirse?

No.	Departamento	Llamada Telefónica	Mensaje Texto	Correo Electrónico	Otro
1	Sacatepéquez	2	3	0	0
2	Puerto Barrios	5	0	0	0
3	Quiché	5	3	1	2
4	Chimaltenango	3	0	2	0
5	Sololá	4	1	1	0
6	Jutiapa	8	2	2	0
7	San Marcos	6	1	1	0
8	Escuintla	3	3	1	3
9	Huehuetenango	5	0	1	0
10	Zacapa	2	3	4	1
11	Mazatenango	7	3	3	0
12	Chiquimula	4	1	2	1
13	Quetzaltenango	8	6	3	0
14	Jalapa	2	2	0	0
15	Petén	4	1	2	0
16	Santa Rosa	3	0	2	0
17	Retalhuleu	15	2	6	2
18	Baja Verapaz	3	0	0	0
19	Totonicapán	4	1	0	1
20	Alta Verapaz	6	4	2	1
21	El Progreso	5	0	0	0
Total		104	36	33	11

Fuente: Propia

Gráfica No. 28

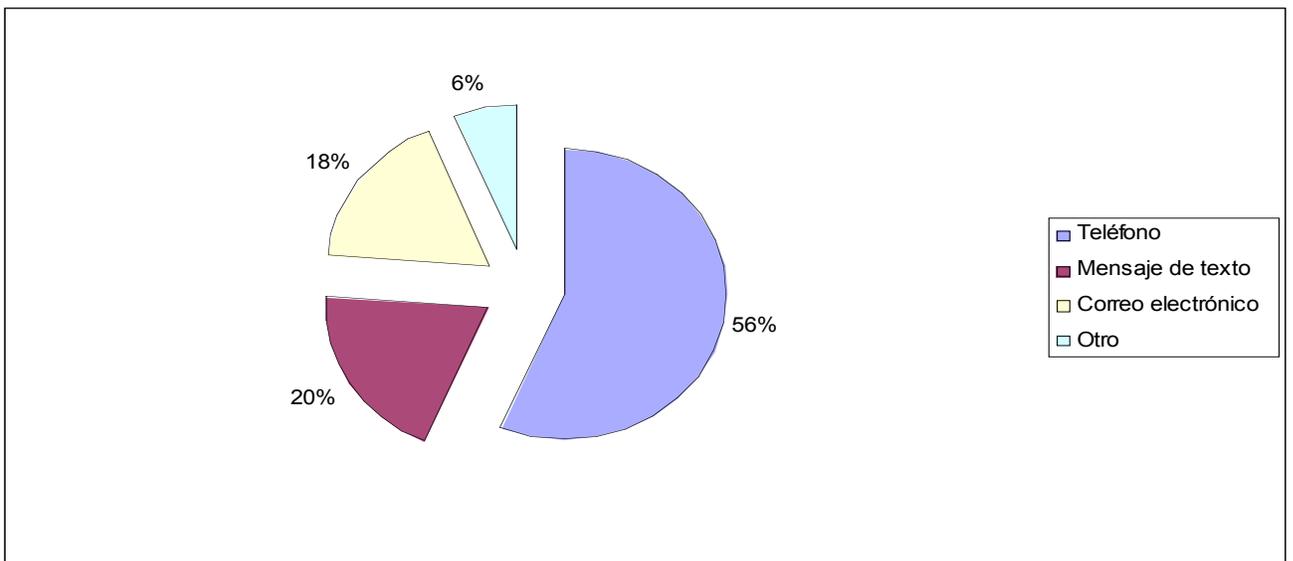
Con que medio se le facilita informar sobre algún hecho noticioso que debe cubrirse



Fuente: Propia

Gráfica No. 29

Porcentaje de los medios que las personas utilizan para informar sobre algún hecho noticioso



Fuente: Propia

Conclusiones del estudio empírico

Luego del análisis cuantitativo se llegó a las siguientes conclusiones:

- 3.1 Se observa que de las personas encuestadas en el interior del país, el índice de lectura es el siguiente:
 - Nuestro Diario 67%
 - Prensa Libre 27%
 - El Periódico 3%
 - Siglo XXI 2%
 - Al Día 1%

- Se observa que de las personas encuestadas en el interior del país, que leen Nuestro Diario, el 79% conocen su regional, aunque hay un 21% que indicó que no lo conoce.

- Se observa que de las personas encuestadas en el interior del país, se comunican de la siguiente manera:
 - Teléfono celular 61%
 - Correo electrónico 37%
 - Otro medio 2%

- Se concluye que de las personas encuestadas en el interior del país, el 83% indica que existen hechos que deben ser cubiertos por Nuestro Diario, mientras un 17% dice que no.

- El 76% de los encuestados indicó que le gustaría informar a Nuestro Diario sobre coberturas que se deben realizar, mientras un 24% indicó que no. Esta es la pregunta de mayor importancia para esta investigación, ya que el proyecto es el Periodismo Comunitario, el % de personas que les interesa participar es alto,

CONCLUSIONES

3. CONCLUSIONES

Generales

- 3.1 Las encuestas realizadas a lectores de Nuestro Diario han confirmado el interés de los lectores para desarrollar este periodismo comunitario a través de las páginas del medio escrito.
 - 3.1.1 De esta forma se Identifica el nivel de intención y participación de los lectores en las regiones que Nuestro Diario tiene para participar en el proyecto de periodismo comunitario que incluye el uso de plataformas que canalizan la información al medio de comunicación escrito.
 - 3.1.2 Se Estableció el nivel de importancia asignada por los lectores sobre la información que quieren que forme parte del contenido editorial del medio escrito.
- 3.2 Los lectores están dispuestos a usar las nuevas tecnologías (twitter, sms, Facebook, linkedin), englobadas genéricamente en la expresión “redes sociales”, han venido a brindar nuevas herramientas y escenarios en la concepción tradicional del periodismo. El público, hasta ahora actor pasivo, ha pasado a ser generador de noticias. A participar activamente en la generación de opinión pública en sus respectivas comunidades y, en determinados casos, aún más allá de las fronteras de su país.
- 3.3 La propuesta de periodismo comunitario es una ruta crítica para implementar la estrategia que permita a Nuestro Diario implementar el modelo de recolección de información por medio de sistemas de alertas en teléfonos celulares y plataformas ya instaladas en el medio escrito.
 - 3.3.1 El proyecto de Periodismo Comunitario requiere, por aparte del medio, su gestión profesional para mantener el interés y garantizar la confiabilidad de las informaciones generadas por los lectores.

- 3.3.2 Permite la participación activa de los lectores, lo que genera una gran empatía con Nuestro Diario.
- 3.3.3 Esta participación debe ser garantizada por diversos medios, y debe consolidarse como una política empresarial para que sea sostenible en el mediano y largo plazo.
- 3.4 Desde el punto de vista gerencial y realizados los estudios correspondientes, se ha determinado que este proyecto arrojaría mayores beneficios:
 - 3.4.1 aumento de lectoría, con su consecuente impacto en la lectoría,
 - 3.4.2 Aumento de la venta de ejemplares y espacios publicitarios que los costos que su puesta en marcha implican a la empresa esto corresponde a objetivo de Establecer las ventajas que para el medio escrito resulta la implementación de modelos de recolección de periodismo comunitario.

Específicos

- 3.5 La propuesta requiere de estrategias propuestas en el estudio que se detallan a continuación y corresponden a los objetivos específicos del estudio.
 - 3.5.1 Es posible implementar** un programa de control de las diferentes alertas noticiosas enviadas por la población del interior del país por medio de los sistemas actuales.
 - 3.5.2 Para permitir la buena implementación y la sostenibilidad los resultados arrojan que se deben definir los roles en el manejo de la información proveniente de las alertas noticiosas y los corresponsales mediante procesos de revisión, confirmación y ediciones.

- 3.5.3 Son viables y bien ponderados los modelos de los anuncios publicitarios para que motiven a la población a enviar las alertas noticiosas.
- 3.5.4 El medio ha podido implementar modelos de publicación diaria en Nuestro Diario en los diferentes Regionales para las alertas noticiosas.
- 3.5.5 La puesta en marcha de la promoción incluye incentivos materiales que motivan la participación de la población en el envío de alertas noticiosas de parte de los lectores, los cuales han sido considerados por las autoridades del medio como una medida para atraer favorablemente a los lectores.

4. RECOMENDACIONES

De las conclusiones se derivan las siguientes recomendaciones generales para el éxito de la propuesta

- 4.1 El índice de lectura de Nuestro Diario en el interior del país, es el más alto por lo que el medio debe hacer todos los esfuerzos necesarios para que este porcentaje no disminuya.
- 4.2 Aprobar el proyecto de periodismo comunitario, tomando como base que el 76% de las personas encuestadas manifiesta que si le interesa informar por medio de un mensaje de texto sobre hechos noticiosos que ocurren en su comunidad.
- 4.3 El 21% de los lectores del interior del país no conocen su regional, por lo que es necesario implementar un plan de comunicación para que los lectores ubiquen las noticias de su localidad en el Regional.
- 4.4 El 83% de las personas del interior del país, indica que Nuestro Diario debe cubrir lo que sucede en su localidad, debe darse toda la atención a los lectores.
- 4.5 El 76% de los encuestados manifestó que le gustaría ser parte de los colaboradores de Nuestro Diario, lo que representa un porcentaje favorable, por lo que debe aprovecharse dicho interés.
- 4.6 El 61% de la población del interior del país utiliza el teléfono celular como su medio de comunicación, por lo que este es el canal de comunicación a utilizar para cualquier promoción.
- 4.7 Iniciar un proyecto de comunicación de un número de teléfono de preferencia 4 dígitos para que cualquier persona que desee comunicarse a las oficinas de

nuestro diario, conozca a que número llamar, ya que el 76% de encuestados manifestó que no sabía como hacerlo y el 24% indico que si sabía.

FUENTES

Páginas electrónicas

<http://www.elsalvador.com/periodista/terminos.asp>

<http://www.revistayque.com/v1/bien-hecho/197-periodismo-comunitario>

<http://www.elsalvador.com/periodista/terminos.asp>

<http://noticias.emisorasunidas.com/>

Entrevistas

Agencia Prodatos. S A. (2008) Investigación cuantitativa descriptiva, Mercado de Lectores de Nuestro diario, octubre y noviembre 2007. Guatemala.

Encuesta desarrollada en lectores en 2011 por el autor para medir la intención de participación y viabilidad de la propuesta. A vecinos de las distintas regiones del país. 2011. Realizadas por el autor en combinación con el Nuestro Diario. Guatemala. C. A.

Bibliografía

Carballo, Alberto Periodismo Comunitario. Separata. Venezuela 2011.

Cabral Zucolo, Rosana; Ana Cristina Spannenberg La enseñanza del periodismo a partir de una experiencia con periódicos comunitarios en zonas de ocupación en Salvador (Bahia – Brasil) curso de Periodismo de la Facultad Social de Bahia.

Cátedra UNESCO (2008) , comunicación para el fortalecimiento de la diversidad cultural en Guatemala. Guatemala. C. A.

Comisión presidencial contra la discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas en Guatemala CODISRA. Guía del periodismo comprometido (2002) Rutas de accionar desde el periodismo contra la discriminación y el racismo. Guatemala.

Covarrubias. Jorge (1996) Manual de Técnicas de Redacción Periodística de la agencia internacional Associated Press.

Fundación Escuela de Periodismo Universidad Autónoma de Madrid. El País (1989)

Hall Kevin y Ruth Merino, Periodismo y Creatividad (1995)

Interiano, Carlos ABC del periodismo. (1994)

Nuestro Diario. Documentos internos. Regiones departamentales. 2011.

Peña de Oliveira, Felipe, Teoría del periodismo. Comunicación social ediciones y publicaciones. 17 periodística. Sevilla 2006. (Peñ de Olivira, 2006). P

Ramoneda (2003) Manual de estilo Guía Práctica para escribir mejor. Biblioteca Espiral.

Salinas. Ricardo (2009) Memorias del Tercer Concurso de Ensayo “Caminos de la Libertad”

ANEXO I

Diagrama de funcionamiento del periodismo comunitario

CÓMO FUNCIONA

1 El colaborador observa un suceso y envía un mensaje de texto al 77111.



Nuestro Diario
Noticias como son

2 El mensaje ingresa en una plataforma digital y luego es confirmada la noticia con quien envió el mensaje.



3 Se traslada la información a un editor de noticias y él envía a un reportero a cubrirla.





Señores
Escuela Superior de Imagen Pública
Universidad Galileo
Presente

Estimados Señores:

Por medio de la presente, yo Felipe Arturo Orellana Morales que me identifico con carnet 10005913 autorizo a la Escuela Superior de Imagen Pública la publicación de la Tesis "Propuesta para incentivar el Periodismo Comunitario" en el Tesario virtual de la Universidad.

Como autor del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de Escuela Superior de Imagen Pública, expresé que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto de mi asesor y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencias y todo tipo de fuentes, establecidos en el Reglamento de la Universidad Galileo.

Sin otro particular, me suscribo.

Felipe Arturo Orellana Morales

Carné 10005913

Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos