

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**“Experiencia durante la creación de un periódico *online*
en la Escuela de Ciencias de la Comunicación”**

Trabajo de monografía presentado por

Luis Pedro Villatoro Meda

Previo a optar al título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora de tesis

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, agosto 2014.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilin

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Representante de Egresados

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M. Sc. Claudia Molina

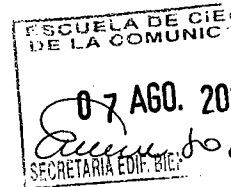


USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Autorización informe final de tesis por asesor(a)
Guatemala, 3 de julio de 2014

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora,
Comisión de Tesis,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio de Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria



16:07 hrs

Estimada M.A. Aracelly Mérida

Por este medio me dirijo a usted para informarle que he revisado el informe final de tesis del estudiante Luis Pedro Villatoro Meda , Carné 2006 19441, cuyo tema Experiencia en la creación de un periódico digital en Escuela de Ciencias de la Comunicación. Por lo que procede continuar con el trámite respectivo.


Vo.Bo. (f) M.A. Aracelly Mérida
Asesora

c.c. archivo
Adjunto dos copias y un CD en formato PDF



327-14

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

Guatemala, 07 de agosto de 2014.
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 79-2014

Estudiante
Luis Pedro Villatoro Meda
Carné **200619441**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar acerca de su tesis: EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE UN PERIÓDICO DIGITAL EN ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

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:

M.A. Aracelly Mérida, presidente(a).
Lic. César Paiz, revisor(a).
Licda. Rosa Idalia Aldana, revisor(a).


Atentamente,


ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
archivo.
AM/JESCH/Eunice S.


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



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



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora
Guatemala, 18 de agosto de 2014**

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


Atentamente informamos a ustedes que el estudiante Luis Pedro Villatoro Meda, Carné 2006-19441, cuyo tema es *Experiencia en la creación de un periódico Online en la Escuela de Ciencias de la Comunicación*.

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

"Id y Enseñad a Todos"


Lic. César Paiz
Miembro Terna Revisora


M.A. Rosa Idalia Aldana
Miembro Terna Revisora


M.A. Aracely Mérida
Presidente Comisión Revisora



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

Guatemala, 22 de agosto de 2014.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 72-2014

Estudiante
Luis Pedro Villatoro Meda
Carné **200619441**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE UN PERIÓDICO ONLINE EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, siendo ellos:


M.A. Aracelly Mérida, presidente(a)
Lic. César Paiz, revisor(a).
Licda. Rosa Idalia Aldana, revisor(a)
Lic. Nery Bach, examinador(a).
M.A. Walter Contreras, examinador(a).
Lic. Gustavo Morán, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.


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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis




Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: Larissa.
Archivo.
AM/JESCH/Eunice S.



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

Guatemala, 03 de octubre de 2014.
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 74-2014

Estudiante
Luis Pedro Villatoro Meda
Carné 200619441
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:


Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: EXPERIENCIA EN CREACIÓN DE UN PERIÓDICO ONLINE EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, 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; seis 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


Lic. Julio E. Sebastian Ch.
Director ECC

INTELIGIBILIDAD

Copia: archivo
AM/JESCH/Eunice S.


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



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

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a las enseñanzas, esfuerzos y amor de las personas que me enseñaron a ser, me enseñaron a vivir y siempre velaron por mi bienestar, siempre su amor vivirá en mí.

¡GRACIAS POR SIEMPRE!

mamaita, papatono y a mi mama

Agradecimientos

- A mi Dios.
Por su fortaleza

- A mi madre
Por siempre confiar en mí, y darme su apoyo incondicional

- A mi Asesora M.A. Aracelly Mérida
Por todas y cada una de sus enseñanzas

- A mis revisores Lic. Cesar Paiz y M.A. Rosa idalia Aldana
Por sus consejos y amistad sincera

- Al Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Por todas las oportunidades brindadas dentro de la ECC

- A mis hermanos Joshuan y Siul
Por siempre confiar en mí

- A mis amigos en general
Por haber compartido conmigo en más de una ocasión

- A mi país
Por darme la oportunidad de ser quien soy, y darme una formación profesional

- Y a usted lector.

Gracias por siempre.

Índice

	Pág.
Resumen	i
Capítulo 1	
Anotaciones preliminares	1
1.1 Introducción	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	3
1.4 Descripción y delimitación del tema	3
1.5 Objetivos	3
1.5.1 Objetivo general	3
1.5.2 Objetivos específicos	4
Capítulo 2	
Anotaciones teóricas	5
2.1 Internet como nuevo 'canal de comunicación'	5
2.2 Web 2.0	6
2.3 El blog	7
2.4 Hipertexto e hipertextualidad	7
2.5 El periodismo <i>online</i>	7
2.5.1 Características del periodismo y del periodismo <i>online</i>	8
2.5.2 Ventajas y desventajas del periódico <i>online</i>	14
2.6 Periodista <i>online</i>	17
Capítulo 3:	
Experiencia durante la creación de un periódico <i>online</i> en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC	18
3.1 Breve antecedente del periódico <i>online</i> de la ECC	18
3.1.1 ¿Cómo surgió la idea?	18

3.1.2	La idea se concretiza	20
3.1.3	Creación del periódico	21
3.2	Contenido del periódico <i>online</i>	21
3.3	Edición a edición	22
3.2	WordPress la plataforma para el periódico <i>online</i>	22
3.2.1	Elegir un buen <i>hosting</i>	22
3.2.2	Tema y plantilla	23
3.5	Descripción del periódico <i>online</i> de la ECC	24
3.5.1	Cibergrafía registral	24
3.5.2	Recursos humanos	26
3.6	Páginas en lugar de secciones	26
3.7	Ventajas y desventajas de un periódico institucional en el blog WordPress	34
3.7.1	Ventajas	34
3.7.2	Desventajas	35
	Conclusiones	36
	Recomendaciones	37
	Referencias bibliográficas	38

Resumen

En la actualidad, el avance en las tecnologías de la información y la comunicación es constante, debido a ello, las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), siempre están a la vanguardia buscando la actualización para que los estudiantes tengan lo necesario y así pongan en práctica los conocimientos adquiridos.

Debido a lo anterior, gracias a la iniciativa del Director de la Escuela, Lic. Julio Sebastián, se involucró a un grupo de estudiantes para que, en conjunto, dieran vida a un periódico digital mediante el cual pudieran transmitir información relacionada con las actividades no solo de la Escuela sino de la Universidad en general. De igual forma, el periódico *online* serviría como plataforma para que los estudiantes practiquen estas nuevas formas de comunicación.

Por lo anotado con anterioridad, esta monografía describe la experiencia del autor durante la creación del periódico *online* de la ECC, desde el momento en que se pensó hasta que fue lanzado en la web. Es decir se menciona cada una de las etapas del proyecto, quiénes lo conforman, sus secciones y de qué tratan, así como su funcionamiento. De igual forma se consideran las características del periodismo digital que si bien tienen similitud con las técnicas del medio impreso no son exactamente las mismas.

También se menciona que en el periódico *online* participan además de los periodistas, los publicistas y locutores que así lo decidan, pues el apoyo es voluntario y no obligatorio.

La conclusión final, con base en la experiencia del autor, es que la necesidad de que continúe elaborándose el periódico digital institucional es latente para que sigan participando tanto los estudiantes como los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Capítulo 1

Anotaciones preliminares

1.1 Introducción

Con el pasar del tiempo la comunicación ha evolucionado en fondo y forma, los periódicos no podían quedar de lado y debieron integrarse. Es decir cambiar las impresiones en papel por las publicaciones en pantalla, que además de informar permiten a los lectores ser protagonistas y generadores de información.

En este trabajo de tesis se presenta la experiencia del autor durante la creación del periódico *online* de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual consta de tres capítulos. En el primero se describen los antecedentes, la justificación, descripción y delimitación del tema, así como los objetivos de esta monografía.

En el capítulo dos aparecen algunas anotaciones teóricas: Internet como nuevo canal de comunicación, web 2.0, blog, hipertexto, periodismo *online*, características, ventajas y desventajas del periodismo *online* y periodista *online*.

Mientras que en el capítulo tres se comparte, paso a paso, la experiencia vivida durante la creación del periódico *online* de la ECC. Al final se presentan las conclusiones y las recomendaciones pertinentes, así como las referencias bibliográficas.

1.2 Antecedentes

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quienes incursionaron primero en el tema digital fueron los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), de Periodismo, (1996), dirigidos por el Licenciado Ismael Avendaño. Publicaron información por Internet, por medio de la Agencia de Noticias de Guatemala (Notigua) y mediante el periódico en Línea que posteriormente desapareció.

Más adelante, durante el 2002, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), se dieron los primeros pasos con el propósito de hacer funcionar un sistema digital de Red, por medio de fibra óptica, para la creación de un laboratorio de Internet digital y por consiguiente de la página web de la mencionada casa de estudios. www.comunicacionusac.com.gt.

En el área de periodismo circuló, hasta el 2011, “El Tiempo”, un periódico informativo e impreso en el que los editores informaban a la población estudiantil acerca de actividades académicas de la ECC y respecto de temas varios que acontecían en el quehacer universitario. Además, este periódico formaba parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), de la carrera de Periodismo. Posterior a su publicación en forma impresa, se subía a la página web de la ECC como un “Link”, para que fuera consultado por el interesado, en formato PDF, (por sus siglas en inglés *Portable Document Format*).

En el 2013, “El Tiempo” cambió de nombre y de formato. Su elaboración estaba a cargo de la Comisión de extensión, dirigida por el Lic. Domingo Chiapas.

De igual forma, durante el proceso de investigación, se ubicó la tesis “Propuesta para el funcionamiento del periódico digital institucional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, publicada por César Augusto Monroy Hernández, en el 2010, cuya temática está relacionada con este estudio.

En ese estudio se realizaron tres tipos de cuestionarios: uno dirigido a estudiantes del sexto semestre de periodismo, con el fin de determinar el nivel de conocimientos en manejo de equipo informático. Tanto los estudiantes, como los docentes y el Coordinador de EPS de periodismo, opinaron que estaban de acuerdo con el funcionamiento de un periódico *online* y que estaban dispuestos a colaborar en el mismo.

La conclusión final, y muy significativa para esta monografía, fue que era necesario que funcionara un periódico digital institucional para que participaran los estudiantes y los docentes de periodismo de los diferentes cursos que se imparten en la carrera técnica.

1.3 Justificación

Monroy Hernández (2010), mediante su tesis recomendó a las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación lo siguiente: a) El periódico *online* debe ser independiente de la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, pues es un medio de información institucional y no hay que confundirlo con un blog. b) Poner en práctica la propuesta presentada en su tesis. Recomendaciones que sirvieron como base para tomar la decisión de crear el periódico *online*, aunque con recursos humanos y tecnológicos con los que se cuenta en la actualidad.

Además, se consideró que la existencia del periódico *online* sería muy importante para que los estudiantes puedan poner en práctica los conocimientos que adquieren en las aulas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y para que los usuarios estén informados acerca de lo que acontece en su centro de estudios y respecto de otros temas de su interés.

1.4 Descripción y delimitación del tema

El presente estudio se circunscribe al periódico *online* de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual fue fundado en junio de 2013, con la colaboración de los estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Programa de Autoformación a Distancia (PAD), quienes participaron en forma voluntaria en su elaboración.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Describir la experiencia durante la creación de un periódico *online* en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.5.2 Objetivos específicos

- ✚ Exponer el procedimiento que se realizó para establecer los lineamientos de contenido periodístico y logístico del periódico *online* institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- ✚ Detallar los recursos humanos y tecnológicos, así como de contenido noticioso que se necesitaron para la puesta en marcha del periódico *online* institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC.

- ✚ Especificar las ventajas y desventajas de un periódico institucional en el blog WordPress.

Capítulo 2

Anotaciones teóricas

En este apartado se anotan definiciones acerca de Internet, periodismo *online*, blog y otros conceptos relacionados con el objeto de estudio.

2.1 Internet como nuevo 'canal de comunicación'

Según lo expone De Zárraga, José Luis, en el sitio www.argo.es/medios/ponencia.html: "Internet no es (primariamente) un nuevo 'medio de comunicación', sino un nuevo 'canal' mediante el cual puede transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes. Con Internet los 'medios de comunicación' tradicionales (fundamentalmente: prensa escrita, radio y televisión) no encuentran la competencia de un 'nuevo medio', sino que se les abre la posibilidad de disponer de un 'nuevo canal' para la difusión de las informaciones que cada uno de ellos producen en el lenguaje que les es propio; un canal secundario (como otros que ya existen: así, el CD-ROM para la prensa escrita, o el vídeo doméstico para la TV.). La prensa electrónica es prensa y la radio en línea es radio, aunque sobre un soporte y a través de un canal de distribución distinto.

Internet ofrece la posibilidad de que el contacto sea mucho más directo, puede argumentar o reforzar las ideas de manera instantánea e interactiva. La Internet que hoy se conoce se consume de forma activa, desde que se transformó en los años 90 ha revolucionado la forma de informar, comunicar y ha avanzado rápidamente para responder a las necesidades de los usuarios, resultando en un concepto la web 2.0.

2.2 Web 2.0

La web 2.0 se presenta como un nuevo concepto que desafía los antiguos paradigmas en relación con la dinámica de la comunicación virtual e implica la llegada de una nueva generación de servicios de Internet (foros, blogs, wikis y redes sociales) en los que el contenido es creado con la colaboración creativa de los usuarios. Es importante destacar que el término web 2.0 comenzó a utilizarse en el 2004, a partir de un escrito elaborado por Tim O' Reilly.

La web 2.0 se refiere a una tendencia donde el contenido de la red es elaborado por una comunidad de usuarios que comparten, transforman contenidos y socializan, por eso se dice que es una web social, pues genera el involucramiento más abierto de los participantes y usuarios en los procesos comunicativos de las instituciones, generando también una experiencia diferenciadora.

Esa transformación ha tenido diferentes consecuencias, pero la más importante es que el usuario de Internet ha pasado de ser un sujeto pasivo y aislado, a ser el protagonista. Dando inicio a una era de la democratización de la información, donde las personas con acceso a Internet participan activamente en la construcción de la realidad virtual. Participación que se construye por medio de plataformas abiertas y colaborativas como wikis, blogs, redes sociales y otras.

Una característica importante de la web 2.0 es que es más sencilla, con ella no se necesita tener grandes conocimientos tecnológicos para usar las principales plataformas *online*. El ejemplo más claro son las redes sociales, pensadas para ser usadas por un público masivo y diverso. Asimismo, estas plataformas son un importante vehículo para que cualquier persona o grupo de individuos puedan impulsar cambios que contribuyan con una sociedad más equilibrada y sostenible, construyendo estructuras organizacionales más abiertas, transparentes y colaborativas.

Entre las aplicaciones de la web 2.0 se encuentran los blogs.

2.3 Blog

Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila, cronológicamente, textos o artículos de uno o varios autores, primero aparece el más reciente, donde el autor tiene la libertad de publicar lo que desea. Utilizar y mantener un blog depende de su creador.

Las plataformas gratuitas más populares para crear blogs sin costo son Blogger (www.blogger.com) de Google Inc. y WordPress (www.wordpress.com).

2.4 Hipertexto e hipertextualidad

El hipertexto refleja la arquitectura de la WWW, permite pasar de página a página, acceder a los textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos. No es secuencial, ya que no responde a las claves tradicionales de la lectura, se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así, por medio de *links* o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí. Edo Bolos (2001).

La hipertextualidad, según lo indica Orihuela, (2002), es el nuevo modelo de la comunicación digital que permite “*la distribución de la información en unidades discretas (nodos) y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces)*”.

2.5 El periodismo online

Es el periodismo en red; este nuevo tipo de periodismo *rompe con la comunicación lineal y unidireccional* e implica una serie de cambios fundamentales respecto de las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, TV. o trasladado a la red). Quim Gil (1999).

El periodismo *online* es un producto interactivo y multimedia, integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido. “A diferencia del periódico

de papel, el digital no se ve obligado a esperar a la siguiente edición para poner a disposición de los lectores las últimas noticias o los aspectos más novedosos de esas informaciones”. Martínez Vega (1998: p.20).

2.5.1 Características del periodismo y del periódico *online*

Producto *online*

El producto llega por medio de *bytes* en una pantalla electrónica y no sobre el papel. Se transmite por redes telemáticas. Los costos se reducen grandemente en relación con las ediciones impresas. Esta es una ventaja considerable, sobre todo para aquellos que no cuentan con capital suficiente para iniciar un negocio. Es accesible en cualquier circunstancia, siempre y cuando se cuente con un ordenador y una línea telefónica. Los avances tecnológicos permiten que los periódicos puedan recibirse en cuadernos de papel electrónico. Llegarán las noticias de última hora a medida que se vayan produciendo y las fotos estáticas de la prensa escrita están dejando paso a imágenes animadas.

Instantáneo

El acceso es instantáneo. La información se obtiene de manera más inmediata, pues se consulta casi en tiempo real, con lo que la distancia respecto de la inmediatez de acceso a la información se acorta.

Actualizable

Renueva el contenido conforme se vaya generando la noticia y la información de interés. Debido a ello esta característica puede considerarse como fundamental. Lo importante es que la información cumpla con todos los requisitos periodísticos de la comprobación y de la veracidad de los hechos. En la mayoría de los periódicos actuales, que viajan en las redes telemáticas, la actualización de la información es una constante.

Por lo general, en la página principal aparece un recuadro que contiene las principales informaciones que han acontecido durante el día. En Guatemala puede mencionarse el Diario Prensa Libre (www.prensalibre.com) que renueva

constantemente su contenido y sus imágenes, ya que actualiza su información nacional, local e internacional de manera continua.

Accesibilidad

Es posible contar con el periódico en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando se tenga un ordenador, un módem y una línea telefónica.

Interactividad

La interactividad es uno de los componentes destacados en el modelo bilateral que genera Internet, donde los roles son perfectamente intercambiables. La interactividad se cristaliza en sistemas de *feedback* o retroalimentación más dinámicos, inmediatos y globales. Se presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se encuentran en el mismo plano. La ventaja de la interactividad es que permite al lector ser algo más que un receptor pasivo y actuar por sí mismo en el producto.

Personalización

Como lo explica Orihuela (2002), las nuevas tecnologías en el mercado de las comunicaciones consiguieron en los últimos años segmentar sus ofertas “pasando del modelo *broadcasting* al *narrowcasting*. La red ha permitido un grado más en esta evolución: del *narrowcasting* al *point-casting*. Diferentes herramientas *online* permiten orientar la comunicación según el público objetivo a diferentes individuos, respondiendo a demandas específicas de acuerdo con las necesidades de cada usuario. Se trata de una modalidad interactiva también en la medida en que el periódico responde a lo que pide cada interesado. Sin embargo, son interacciones que más que buscar la formación de una cibercomunidad integrada alrededor del periódico, pretenden un contacto personalizado para que el lector tenga los servicios informativos que requiera individualmente en cada momento.

Existen tres modalidades básicas de personalización:

- ☰ **Noticias por correo electrónico:** El periódico envía al usuario todas las mañanas, por *e-mail*, un resumen de las noticias que publica en su edición digital.

- ☰ **Noticias personalizadas:** Es similar al anterior, pero el resumen de noticias corresponde solo a las secciones y suplementos que el usuario ha seleccionado previamente, según sus intereses informativos. El lector elige los temas de su preferencia en una página-registro, por lo que las noticias que recibirá se ajustan a esas pautas aumentando el nivel de pertinencia. Modalidad que al parecer se está imponiendo sobre la anterior. Por ejemplo, www.prensalibre.com la utiliza.

- ☰ **Alertas:** Este es un servicio, el usuario puede recibir en su cuenta de correo electrónico o celular un recordatorio de noticias y eventos provenientes del medio impreso, espectáculos y también de una agenda personal de apuntes que permite llevar un registro propio de eventos, tareas y contactos. Puede seleccionarse el tipo de evento que quiere recordarse y programar el momento en que se desea recibir los avisos. Este servicio busca fidelizar al usuario y personalizar la relación con el periódico.

De esta forma el lector-usuario desempeña un papel activo en la selección y priorización de contenidos, y se evita la saturación de mensajes sin interés para él. No obstante, cabe preguntarse si esta personalización de los contenidos no conduce a un excesivo ensimismamiento de las audiencias en sus propias áreas de interés.

Es un producto más individualizado, un producto que no indique un solo camino a seguir, sino que propone una serie de senderos por los que cada lector, en función de todas sus características propias, elija la mejor vía. “Un público masivo para un nuevo producto no masivo, sino individualizado”. Armañanzas; Díaz Noci, y Meso, (1996: p.127).

☰ Recursos multimedia

El periódico *online* tiene la posibilidad de proporcionar información con toda variedad de recursos: texto, fotografía, audio, vídeo, infografías animadas y dibujos interactivos. Esta expresión multimedia de la información, integrada por medio de distintos enlaces hipertextuales, simula (más directamente) la percepción multidimensional que tienen los individuos en la experiencia directa de los acontecimientos.

Actualidad múltiple

De acuerdo con Gomis, (2000), la actualidad es el presente social de referencia para los individuos. Los medios contribuyen decisivamente con construir ese presente social.

El periódico digital presenta una actualidad que Rost, (2002), denomina *actualidad múltiple*, debido a que el medio ofrece, al mismo tiempo, un menú de contenidos con diferentes temporalidades internas. Los contenidos tienen diferentes tiempos de difusión. El lector accede a ese menú y de ahí puede seleccionar hechos que están siendo difundidos en tiempo real (*actualidad sincrónica*), hechos que se conocen a lo largo del día y que son renovados en forma constante o al día siguiente (*actualidad reciente*), hechos que tienen elementos que se prolongan en el tiempo y por lo tanto pueden permanecer entre los contenidos del medio (*actualidad prolongada*), otros que son siempre de interés para el público y están presentes en secciones especiales (*actualidad permanente*) y otros que ni siquiera tienen que ver con este presente social de referencia que es la actualidad, pero a los que puede accederse por medio de buscadores y ediciones anteriores (*la no actualidad*).

Cada una de estas actualidades tiene un ritmo de difusión particular, ocupa espacios diferenciados en el periódico digital y requiere un enfoque periodístico específico. Incluso a lo largo del día, el medio superpone contenidos con los mismos temas que, ubicados en distintas secciones, responden a diferentes ritmos de actualización. La actualidad en el periódico *online* no vibra al unísono como en otros medios sino que se expresa simultáneamente en múltiples canales temporales.

Para los lectores, esta *actualidad múltiple* implica la posibilidad de elegir el ritmo de difusión y el tiempo interno de las noticias, dentro, siempre, del menú de posibilidades que le brinde cada periódico *online* en particular. La exposición a esta actualidad no tiene condicionamientos horarios (más que los que marca el propio ritmo de difusión periodística) tampoco espaciales (siempre que se cuente con una computadora y una conexión a Internet).

Documentación

El periódico *online* es un medio que no tiene límites de espacio ni de tiempo, puede almacenar y enviar toda la información que sea capaz de recoger y procesar para el medio. Esto permite a los periódicos digitales proporcionar textos extensos y trascendentes que serían imposibles de albergar en un medio tradicional.

Según indican los autores Pérez Luque y Perea Foronda, (1997), la documentación permite:

- A. profundizar los contenidos.
- B. Contextualizar la información.
- C. Reutilizar material ya producido por la redacción, que de otra forma se mantendría ocioso en el archivo.
- D. Disponer de información de actualidad en bruto.

La propiedad de la documentación se basa, en definitiva, en que el flujo informativo no es totalmente *sustitutivo* como en los medios tradicionales, sino *acumulativo*. Quim Gil (1999). Los límites los pone, más que nadie, el lector. Porque la web tiene un espacio ilimitado, pero los lectores no tienen una atención ilimitada. Rich, (1999).

Gratuito

La mayoría de los servicios que proporcionan los periódicos en línea son gratuitos. Internet es información y si no se pone mucha, valga la redundancia, información, a un costo muy bajo e incluso gratuito, la gente no entrará en las páginas y no se venderá publicidad. La gratuidad de los periódicos *online* favorece la consulta del usuario.

Mundial

Siempre y cuando estén conectadas a Internet, llega a todas las partes del planeta. Su mercado es global.

2.5.2 Ventajas y desventajas del periódico *online*

VENTAJAS	DESVENTAJAS
-Se aloja en la web.	-Las fuentes no son completamente fiables debido a que cualquier usuario puede producir y difundir información, ocasionando, algunas veces, que esta (la información) cree confusión entre los lectores.
-Tiene la posibilidad de ofrecer amplia cobertura en temas especializados como las ciencias, la tecnología, la economía o las finanzas que, a su vez, presentan temas complejos que requieren ampliar la información para la audiencia.	-La información presenta errores ortográficos, de puntuación y hasta de semántica.
-El periódico <i>online</i> brinda la posibilidad de hacer enlaces que ayudan a la comprensión de los textos; ejemplo: enlaces a páginas de empresas, entidades y organismos que se mencionan en los artículos.	-Se pierde el sentido de la ética profesional del periodista.
-Los formatos en imágenes dan una ventaja competitiva respecto de los periódicos tradicionales, en la versión digital es posible insertar galerías de fotos.	-Exceso de publicidad y promoción de productos; se convierte en un llamado al consumo permanente.
-En un periódico en formato <i>online</i> puede enlazarse con otros artículos relacionados; esto resulta muy atractivo para el lector, ya que si le interesa el tema de alguna noticia,	-Lo que se publica no tiene ningún tipo de control o seguimiento por parte del Estado.

tiene la posibilidad de observar otras de corte similar.	
-En el periódico <i>online</i> se facilita la búsqueda retrospectiva de la información y la consulta en ediciones anteriores.	-Pone en duda la libertad de expresión, así como el de la información.
-La participación ciudadana resulta muy novedoso en el periódico <i>online</i> , en el medio tradicional solo había espacio para las cartas al director, en cambio con el uso de la tecnología se crean foros de discusión en los cuales los lectores pueden opinar.	-No hay control ni respeto para con la propiedad intelectual y menos para con los derechos de autor.
-El periódico <i>online</i> permite la realización de encuestas, mismas que suelen aparecer asociadas con ciertas noticias o temas de actualidad.	-Quienes no tengan una computadora o un teléfono móvil, así como Internet, quedan excluidos para participar en este nuevo periodismo.
-La información digital puede ser actualizada, modificada, editada, copiada y reutilizada.	-Al aparecer las fallas en la plataforma o soporte tecnológico impiden leer la noticia, información u opinión.
-La noticia puede ser recuperada con facilidad de manera selectiva y rápida.	-Existe ausencia de redactores, correctores y editores.
-La información puede distribuirse de manera virtual e instantánea.	-Necesidad de vencer la resistencia al cambio, tanto en los lectores como en los propios periodistas.
-No tiene fronteras	-El periódico en papel tiene un profundo arraigo en los lectores por lo que se les hace difícil cambiar sus hábitos para convertirse en cibernautas.

-Para el lector representa la oportunidad de acceder a información de cualquier lugar del mundo.	-Los periodistas deben adecuarse a los formatos y las herramientas que impone la red, trabajando la información de forma que pueda ser publicada en cualquier formato.
-Su presentación es virtual, contribuyendo con la sustentabilidad en el ambiente y conservación de los recursos naturales, porque no se utiliza papel.	-Los periodistas tienen que trabajar desde una perspectiva multimedia, atendiendo a elementos como el diseño de la interfaz y de la estructura de contenidos, así como la integración de textos, imágenes, sonidos, bases de datos, programas, etc.
-Se aprovecha de los equipos móviles para producir la noticia.	-El flujo informativo de un medio digital es acumulativo, por lo que el periodista debe preocuparse de que las noticias no se repitan con las actuales; es más, una de las principales inquietudes de los periodistas de un medio digital es saber qué hacer con el exceso de información a su alcance.
-El usuario escoge la lectura porque no se presenta por secciones.	
Permite la interactividad con el público por medio de comentarios, opiniones y críticas, entre otros.	
- La extensión en la escritura no está predeterminada como en la prensa, al contrario se suple con vídeos, enlaces de otros artículos.	
-El ciberperiodismo gana cada vez más campo dentro de la comunicación de masas.	

-Las actividades son extremadamente dinámicas.	
--	--

Elaboración propia con información de Vásquez (2012).

2.6 Periodista *online*

El periodista y comunicador *online* tiene conocimientos teóricos del periodismo y además es un usuario multitarea que sabe de tecnología, tiene criterio, conoce las fuentes adecuadas, en línea, para recopilar información y se mantiene constantemente actualizado. Es un profesional con amplia experiencia en la gestión de contenidos, la administración de cuentas sociales y habilidad en el aprendizaje continuo. La labor del periodista *online* no está situada en simplemente efectuar publicaciones digitales, ni elaboración de contenidos, su verdadero trabajo es la gestión de la información, es decir, el análisis y jerarquía de la misma, pues en la actualidad, gracias a Internet el problema no es la falta de información, sino saber distinguir, en el inmenso canal de contenidos, lo significativo de lo irrelevante.

Capítulo 3

Experiencia durante la creación de un periódico *online* en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC

La propuesta fue crear un medio de comunicación *online*, con un estilo dinámico y juvenil, que abordara con mayor profesionalismo los temas de la comunidad universitaria y su entorno, elaborado por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Un periódico *online* vincula a la institución con la comunidad y más allá, pues canaliza el potencial creativo de los futuros profesionales, al tiempo de relacionarlos directamente con los mecanismos de vanguardia en el orden de las comunicaciones y de estimularlos publicando y dando a conocer, al mundo, sus trabajos realizados.

De esa manera, la creación de un periódico *online* estudiantil en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, con un formato dinámico, práctico y económico, ofrece un conjunto de alternativas para facilitar los procesos de consulta, brinda respuestas concretas y confiables a los visitantes, acorta distancias y establece nexos con diferentes sectores de la sociedad.

3.1 Breve antecedente del periódico *online* de la ECC

3.1.1 ¿Cómo surgió la idea?

Debido a la problemática de que la institución no cuenta con las herramientas adecuadas para cubrir la necesidad constante de desarrollo que el estudiante de comunicación tiene durante su carrera, deben buscarse nuevas estrategias y en esta oportunidad se pensó en un periódico *online* teniendo en cuenta que en la web el costo es sumamente factible, pues es un recurso con el que, en la actualidad, cuentan tanto los docentes como la mayoría de los estudiantes de la Escuela.

El Director, Licenciado Julio Sebastián, en pos de buscar una solución, vinculó a un grupo de estudiantes con el curso “el periodista independiente” el cual fue

impartido, en un principio, en las instalaciones de la ECC para concluir con los talleres que se recibieron en el Instituto Guatemalteco Americano (IGA).

El curso en mención fue impartido por el periodista reconocido en el ámbito internacional y ganador del premio Emmy- Advanced Media Awards, Patricio G Espinoza, quien motivó a los participantes y dio a conocer las herramientas para promover el periodismo independiente utilizando la tecnología *online* como instrumento básico de trabajo, sin que el comunicador se desligue de su posible labor en un medio de comunicación.

Durante ese taller se maximizó una las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) con más tiempo en la web, el blog, y cómo este no pierde su permanencia como herramienta de comunicación y cómo un comunicador, que trabaje en un medio o no, pueda tener una carrera como periodista independiente, pues la necesidad de la información es constante y los comunicadores pueden aprovechar la oportunidad no solo de tener visitas o seguidores en redes sociales sino buscar posicionar la imagen del profesional en la web.

Durante los talleres se recomendó iniciar con un WordPress, debido a la sencillez y amigabilidad de la plataforma teniendo en cuenta las similitudes que este tiene con el blog de notas *offline* de Office conocido como "Word".

La idea nació gracias a que la actual administración tiene, dentro de sus objetivos, mejorar la imagen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación tanto en el ámbito interno como en el externo, por lo mismo ve la necesidad de buscar medios alternativos para promover los cambios que busca constantemente. En esta oportunidad se buscaba la comunicación con el estudiante, la cual se considera básica para cumplir con el plan de trabajo actual.

Cuando se habla de buscar medios de comunicación para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos, siempre existen limitantes de varios tipos, el primer inconveniente es el presupuesto que pudiera asignarse a una nueva

actividad comunicacional que buscaba informar, conocer e integrar a los estudiantes de la ECC con la institución.

Entre otras desventajas puede mencionarse la posible falta de credibilidad respecto de un medio de comunicación dirigido por estudiantes. Debido a ello, se buscó dar una solución que ayudara a mejorar la imagen de la ECC, de forma interna y externa, que tuviera la aprobación y el respaldo de la administración actual y así darle credibilidad al medio e integrar a los estudiantes.

A pesar de que se tenían los posibles objetivos del medio ya planteados aún no se conocía con seguridad qué herramientas utilizar. Por lo tanto, un grupo de estudiantes, buscando el respaldo del Director, Julio Sebastián, le comentaron la necesidad de un medio de práctica para reforzar sus conocimientos académicos a nivel técnico.

Contar con estudiantes que se están especializando en periodismo hizo pensar, en primera instancia en un periódico, pues se tenía la fuerza, el talento y la voluntad para hacerlo. No obstante, por no contar con un presupuesto específico se buscó una solución *online* para que el proyecto pudiera nacer.

3.1.2 La idea se concretiza

Como se mencionó con anterioridad la propuesta de crear un medio de comunicación *online*, elaborado por estudiantes de comunicación social, que abordara con mayor profesionalismo los temas de la comunidad universitaria y su entorno, culminó en la salida hacia la opinión pública de los trabajos producidos por los estudiantes en sus rutinas académicas mediante el periódico *online* de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC).

3.1.3 Creación del periódico

Lo más importante para echar a andar cualquier proyecto es el recurso humano, en el inicio no se contaba con el apoyo de un docente en especial que quisiera incluir el periódico *online* dentro de su programa, por lo mismo, el proyecto debía ser independiente a cualquier clase.

Se realizaron dos convocatorias a la comunidad de la ECC para que participara en el consejo editorial que hasta ese momento lo integraban el Director, Lic. Julio Sebastián, Allan López y Luis Pedro Villatoro. El medio que se utilizó para realizar la convocatoria fue el perfil personal del Director en la red social Facebook.

Se decidió hacerlo mediante esa red social debido a que la colaboración no era obligatoria para los estudiantes, pues el objetivo principal fue captar la atención de los profesionales que pudieran tener empatía no solo con el periodismo sino también en el ámbito personal, es decir que se buscaba lograr la integración de un grupo de profesionales interesados en un proyecto novedoso para la ECC.

Asimismo, se recibió a los compañeros de las tres áreas sin importar que fueran locutores, publicistas o periodistas, pues se pudo observar que todos podían aportar al proyecto sin importar la carrera a la que pertenecían.

Por el carácter voluntario de la participación, solo se requería que se acoplaran a las bases del periodismo *online* impartidas por Patricio Espinosa en el taller “Periodismo Independiente”, las cuales fueron adoptadas de forma sencilla y entusiasta por el nuevo consejo editorial integrado, en su mayoría, por estudiantes amantes del periodismo.

3.2 Contenido del periódico *online*

El periódico fue estructurado por secciones que fueron discutidas y analizadas por el consejo estudiantil editorial, teniendo en cuenta los objetivos plasmados por el Director de la ECC, buscando temáticas en tres diferentes ejes:

- ***Noticioso local:*** Informar acerca de hechos que involucren, de forma directa, al grupo objetivo.
- ***Comunicacional social:*** Promover temas que son necesarios para cualquier comunicador social y que, muchas veces, son olvidados o no profundizados en clases.

- **Tecnológico y entretenimiento:** Abordar temas actuales, buscando diversidad en el contenido, así como manteniendo la línea fresca y amigable que se espera tener.

3.3 Edición a edición

- El consejo editorial se reunía una vez a la semana (jueves o viernes) con el fin de discutir acerca de la edición que recién había sido publicada e iniciar la edición de la próxima semana. En esas reuniones se compartían las experiencias de cada uno de los redactores respecto de su trabajo en cada una de las diferentes secciones, en ocasiones existía rotación en los cargos y responsabilidades que tendrían según las fuentes, contactos u oportunidades de cubrir cierta nota.
- El proceso de elaborar cada edición se hacía a distancia, es decir que solo se planificaba y se discutía acerca de cosas trascendentales durante las reuniones; sin embargo, para trabajar la nueva edición, el equipo no siempre estaba al mismo tiempo en un mismo lugar físico, pues algunas veces las reuniones se hacían en línea.

3.4 WordPress, la plataforma para el periódico *online*

3.4.1 Elegir un buen *hosting*

En cuanto al *hosting*, este debe soportar el lenguaje de programación PHP (versión 5.2.4. o superior) y utilizar la base de datos MySQL (versión 5.0 o superior) que usa WordPress. En segundo lugar, es conveniente elegir uno que se adapte bien al tipo de proyecto que se quiere realizar.

Como se ha manifestado a lo largo de esta monografía, el proyecto fue crear un periódico digital que generara mucho tráfico y contuviera varios *plugins*, por lo que una memoria de 60-80MB sería insuficiente (se necesitaban unos 700MB); del mismo modo se requeriría un número de procesos superior a 10 (unos 20). En tercer lugar, era importante que el *hosting* admitiera varios dominios, con el fin de evitar imitaciones como la *ciberocupación* o el *phishing* por parte de otros

sitios. También había que asegurar una especie de “patente” en la web, de modo que el máximo número de dominios posibles condujeran al periódico en mención.

3.4.2 Tema y plantilla

Para la creación del periódico digital, fue fundamental elegir un tema y una plantilla que se adaptara, no solo al formato periodístico, sino también a la temática. Teniendo en cuenta que el periódico poseería información institucional, se fijó una temática simple, pero no aburrida, usando el blanco y el negro como colores básicos, pero con detalles (cabecera, separadores, titulares,) por ejemplo, en azul.

En el momento de establecer la plantilla, se eligió una portada que destacara las noticias de forma equitativa, mostrando las diferentes páginas del periódico de forma accesible y amigable. El periódico digital se compartía en la red social Facebook.

Se decidió hacer el periódico *online* en WordPress debido a que es una herramienta con el panel de administración más sencilla, con excelentes opciones de desarrollo y seguridad adicional. Además, esa plataforma representaba las siguientes ventajas:

- ☒ No hay necesidad de conocimientos de programación. Web autoadministrable. Añade noticias de forma sencilla.
- ☒ Diseño adaptable, pues se puede elegir entre distintos colores y fuentes de letra.
- ☒ Disponibilidad de diferentes modelos.
- ☒ Posibilidad de agregar publicidad en la publicación.
- ☒ Video tutoriales donde se puede aprender a personalizar la web.
- ☒ Soporte técnico gratuito para la web.

Adicionalmente, puede agregarse que es funcional, ya que posee más de 23,000 *plugins* disponibles.

Cuando se crea un periódico en un blog se tiene la posibilidad de frecuencia de publicación, puede ser un *post* por día o uno por semana, se usa multimedia

propia, no se limita al texto, se pueden utilizar fotografías y vídeos. Se anima también a los lectores a generar contenido, pues se les ofrece un espacio en el blog.

Ventajas de poseer el periódico en un blog:

- A. facilidad de uso de la plataforma.
- B. Alcance de la audiencia con independencia de su ubicación geográfica.
- C. Libertad para expresarse.
- D. Compartir conocimientos y poder expresarse claramente por escrito y así practicar la redacción.

3.5 Descripción del periódico *online* de la ECC

3.5.1 Cibergrafía registral

Ficha de identidad	
Nombre	Periódico digital ECC.
Lugar	Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
Índole	Académico – Institucional.
Director	Lic. Julio Sebastián.
Periodicidad	Semanal.
Días de aparición	Nueva edición cada miércoles; sin embargo, en el sitio web podía consultarse las ediciones anteriores.
Forma de presentación	Digital.
Número de páginas	13.
Responsables de las páginas	Emprendedores y entretenimiento: Melody Stephanie del Cid Matías.

Ilustraciones	<p>Humor Gráfico: Johan Alexander Mejía de la Cruz.</p> <p>ECC: Mario Ernesto Boche Franco.</p> <p>Pasión por la comunicación: Ma. Del Rosario Alay Pérez.</p> <p>Jóvenes: Luis Roberto Ixcot.</p> <p>Medio ambiente: Marisol Reyes.</p> <p>Tecnología: Víctor Iván Del Cid Orellana, Jackeline Urías.</p> <p>Niñez: Damaris Godoy.</p> <p>USAC: Santos Jorge de León.</p> <p>Cultura: Marisol Reyes.</p> <p>Deportes: Omar Rosales.</p> <p>Fotografías de acuerdo con el artículo publicado y dibujos en el caso de la sección de humor gráfico.</p>
Naturaleza de las noticias	<ul style="list-style-type: none"> - Académicas. - Institucionales. -Comunicacionales.
Origen o procedencia de las noticias	<ul style="list-style-type: none"> - Consejo Editorial conformado por estudiantes.
Zona principal de difusión	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad <i>online</i>
Fecha de aparición	<p>18 de junio 2013.</p>

Lugares donde puede consultarse colecciones o números.	Periodicodigitalecc@wordpress.com
Quiénes lo publican	Consejo editorial estudiantil.

Fuente: Ficha adaptada de Mérida González, (2003).

3.5.2 Recursos humanos

El recurso humano del periódico de la ECC está conformado por estudiantes de las distintas carreras técnicas quienes producen y elaboran la noticia. Estas personas aparte de ser partícipes en la elaboración de la información, la enriquecen y hacen posible su aparición y existencia en la red.

Como se anotó con anterioridad, el Director del periódico *online* de la ECC es el Licenciado Julio Sebastián, con el acompañamiento del Periodista Alan López y el Publicista Luis Pedro Villatoro Meda, autor de esta monografía.

3.6 Páginas en lugar de secciones

El concepto de página deja de tener el sentido de un espacio físico limitado y se asimila al concepto de sección. Es decir, en el nuevo periódico *online* se denomina como página nacional, la página de deportes o la página de opinión. Se incluye la totalidad de las noticias de cada sección, condensada en una página electrónica con sus textos íntegros.

El periódico *online* de la ECC se estructuró en 13 páginas, a continuación se detalla cada una de ellas.

- A. **ECC:** Notas internas de la ECC con referencia a actividades, culturas, académicas y administrativas.



Fuente: Pantalla del *periodicodigitalecc@wordpress.com*. XIII edición, 11/9/2013.

- B. Universidad:** Recoge las actividades administrativas que ocurrían dentro de campo universitario.



Fuente: Pantalla del *periodicodigitalecc@wordpress.com*. VIII edición, 7/8/2013.

- C. **Cultura:** Recoge las noticias o eventos culturales (teatro, cine, música, TV., bellas artes, radio, libros). Además, describe acontecimientos relacionados con el campo de la comunicación, así como eventos dentro de la Universidad y nacionales.



Fuente: Pantalla del *periodicodigitalecc@wordpress.com*. VII edición, 7/7/2013.

En las páginas de noticias, como se observa, no existe la noticia de cinco columnas. La importancia de una noticia respecto de otra resalta en su colocación, si es en la primera, segunda, tercer pantalla o según las que tenga el periódico *online*. La noticia más relevante se presenta en la parte superior, por lo general ocupa todo el ancho de la pantalla o de la parte que le corresponde al contenido.

La página principal o *home page* es la puerta de entrada al servicio. Hay gran flexibilidad del formato. Los textos e imágenes se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación.

- D. Entretenimiento:** En esta página se dan a conocer las películas, eventos, obras y todo acerca de lo último en espectáculos.



Fuente: Pantalla del periodicodigitalecc@wordpress.com. X edición, 21/8/2013.

- E. Tecnología:** Esta sección muestra los avances tecnológicos en el ámbito general y a nivel del campo de la comunicación.



Fuente: Pantalla del periodicodigitalecc@wordpress.com. XIII edición, 11/9/2013.

- F. **Deportes:** Recoge información deportiva (campeonato inter aula de la ECC y el equipo de USAC)



Fuente: Pantalla del periodicodigitalecc@wordpress.com. V edición, 17/7/2013.

- G. **Portada:** Esta página publica las diferentes opiniones respecto de temas de actualidad. En esa sección aparecen colaboraciones periodísticas de los docentes de la ECC.



Fuente: Pantalla del periodicodigitalecc@wordpress.com. XV edición, 25/9/2013.

H. Medio ambiente: Notas acerca de educación ambiental.



Fuente: Pantalla del [periodicodigitalecc@wordpress.com](http://periodicodigitalecc.wordpress.com). XIII edición, 11/9/2013.

I. Emprendedores: Página que resalta el talento humano que sobresale de los grupos de estudiantes de la Escuela.



Fuente: Pantalla del [periodicodigitalecc@wordpress.com](http://periodicodigitalecc.wordpress.com). VI edición, 24/7/2013.

- J. Humor gráfico:** En esta sección se publica una caricatura relacionada con un tema libre acerca del acontecer nacional y estudiantil.



Fuente: Pantalla del [periodicodigitalecc@wordpress.com](http://periodicodigitalecc.wordpress.com). IX edición, 14/8/2013.

- K. Niñez:** Actualidad de la niñez en Guatemala, publicando notas desde el marco legal, social e índices de desarrollo en Guatemala.



Fuente: Pantalla de [periodicodigitalecc@wordpress.com](http://periodicodigitalecc.wordpress.com). XIV edición, 25/9/2013.

- L. **Jóvenes:** Página dedicada a temas de interés juvenil, actuales y de trascendencia en esta época moderna. También se destaca a jóvenes intrépidos y reconocidos dentro del contexto nacional.



Fuente: Pantalla del [periodicodigitalecc@wordpress.com](http://periodicodigitalecc.wordpress.com). XIV edición, 25/9/2013.

- M. **Pasión por la comunicación:** En esta sección se dan a conocer noticias y avances en el campo de la comunicación. De igual forma se resaltan nuevas teorías, herramientas y tecnologías.



Fuente: Pantalla del [periodicodigitalecc@wordpress.com](http://periodicodigitalecc.wordpress.com). XIV edición, 25/9/2014.

Como se observó, la fotografía y el color son elementos destacados en el periódico *online*, además suman contenidos y la imagen fotográfica como materia visual.

3.7 Ventajas y desventajas de un periódico institucional en el blog WordPress

3.7.1 Ventajas

- ☒ Facilidad de uso de la plataforma.
- ☒ Alcance de la audiencia con independencia de su ubicación geográfica.
- ☒ Libertad para expresarse.
- ☒ Compartir conocimientos.
- ☒ La información no es un bien escaso, se procesa en información que sobreabunda.
- ☒ La pantalla de ordenador admite más texto que la página de papel.
- ☒ El periodista digital es el que se encarga de actualizar los contenidos.
- ☒ Internet es interactivo, todo el mundo puede contactar con todo el mundo.
- ☒ Es un excelente laboratorio para los estudiantes de la ECC, ya que pueden expresar sus necesidades en cuanto a lo académico y administrativo.
- ☒ Multiplicar los canales disponibles transmitiendo mayor cantidad de información y en menos tiempo.
- ☒ No hay límites en el volumen de información.
- ☒ El costo y acceso a la información ocasiona una democratización del acceso a los insumos informativos para los usuarios.
- ☒ Mejora la comunicación escrita tanto de quien escribe como del que lee.
- ☒ WordPress permite otra la ventaja, el uso de plantillas para hacer atractivo el texto, pues no hay necesidad de invertir tiempo o recursos en el diseño web del periódico o bien en su diagramación.

3.7.2 Desventajas

- ☒ Frustración, pues no siempre es fácil generar contenido relevante que incentive la lectura del blog.
- ☒ Tener poca habilidad para expresarse claramente por escrito cuando no se tiene mucha experiencia escribiendo.

Conclusiones

1. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el periódico *online* desempeña un papel preponderante debido a que es una valiosa herramienta en el proceso de enseñanza aprendizaje, pues propone una estructura organizativa donde el peso y la responsabilidad específica la llevan los estudiantes.
2. El recurso humano que elabora el periódico *online* de la ECC está conformado por estudiantes de las distintas carreras técnicas (Periodismo, Locución y Publicidad).
3. El equipo tecnológico utilizado para el periódico *online* fue proporcionado por la actual administración de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC, que constantemente busca mejorar la imagen de la institución.
4. Las ventajas y desventajas de colocar un periódico institucional en el WordPress son similares a las de un blog, por lo mismo se utilizó ese blog para organizar el contenido periodístico y logístico del periódico *online* de la ECC.
5. Los estudiantes de las diferentes carreras de la ECC manifestaron interés por participar en el proyecto del periódico *online* colaborando de forma voluntaria y positiva para reforzar su aprendizaje.

Recomendaciones

A la Dirección de la ECC

1. Mantener el proyecto del periódico institucional *online* de la ECC.
2. Solicitar a los coordinadores del área de periodismo y de EPS de periodismo que integren el proyecto como parte del consejo editorial.

A la Coordinación del departamento de periodismo

- 1 Involucrar a los docentes de periodismo para que tengan manejo respecto del tema de medios *online*.
- 2 Incorporar las responsabilidades del periódico digital a los programas de los cursos de periodismo.
- 3 Instruir a los estudiantes de la ECC en la producción de cibermedios, a lo largo de toda la carrera, para que puedan desarrollar nuevos medios alternativos y espacios de práctica.

Referencias bibliográficas

1. Armazañas, Emy, Díaz Noci Javier y Meso, Koldo. 1996. Periodismo electrónico. Barcelona, España: Ariel.
2. Gomis, Lorenzo. 2000. Teoría del periodismo. Barcelona, España: Paidós.
3. Martínez Vega, José Antonio. 1998. El periódico electrónico: un nuevo medio de comunicación para el tercer milenio. Madrid, España: Universidad Europea, Departamento de Publicaciones e intercambio científico.
4. Monroy Hernández, Cesar Augusto. 2010. Propuesta para el funcionamiento del periódico digital institucional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. la Escuela de Ciencias de la Comunicación. 77 p.
5. Orihuela, José Luis. 2006. La revolución de los blogs. Madrid, España: Editorial La Esfera de los libros.
6. Rost, Alejandro. 2002. La actualidad múltiple en el periódico digital. Ponencia presentada en el VII Ibercom. Congreso Iberoamericano de Comunicación realizado en noviembre de 2002. Portugal.
7. Vásquez, Adriano. 2012. Modalidad a distancia.

e- Grafías

1. Edo Bolos, Concha. 2001. El lenguaje periodístico en la red. Del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia. España: Universidad Complutense. Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 18 horas.
2. De Zarraga, José Luis. Internet como nuevo canal de comunicación. www.argo.es/medios/ponencia.html. Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 207 horas.
3. Gil, Quim. 1999. Diseñando el periodista digital. www.saladeprensa.org. Revista Sala de Prensa 11(2) noviembre. Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 19 horas.
4. Pérez Luque, María José y Perea Forondo, Maider. 1997. El actual periodismo *online*. www.hottopos.com Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 123 horas.
5. Rich, Carole. 1999. Newswriting for the web. <http://aol.com> Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 123 horas.
6. Producto Digital: <http://web.jet.es/inforpesca/concepto.html>. Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 18 horas.
7. www.wordpress.com. Fecha y hora de consulta. 20 de julio de 2014. 16 horas.
8. Comunicación digital y nuevos medios, herramientas de alto costo a bajo impacto. 2012. Bolivia: Asuntos del Sur (ADS).