



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Reconciliación”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

Propuesta de la validación para la creación del periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, durante el I semestre de 2019.

AUTORES:

Bra. Karla Vanessa Orozco Hernández

Bra. Euchery Dominga Rivera Vega

Br. José Luis Mendieta Espinoza

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, abril 2019

¡A la libertad por la Universidad!

DEDICATORIA

Dedicamos este seminario de graduación primeramente a Dios por permitirnos poder vivir esta experiencia única e inolvidable, a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua) por habernos formado y abierto sus puertas para prepararnos profesionalmente.

A todos los maestros que nos acompañaron en el proceso de aprendizaje durante los cinco años de carrera, por tenernos paciencia a la hora de instruirnos, por habernos iluminado con sus conocimientos y gracias a ellos podemos culminar esta etapa tan importante de nuestras vidas y poder seguir adelante.

A nuestro Tutor MSc. Milán Prado, que con esfuerzo, tiempo y dedicación nos brindó de su apoyo para guiarnos, por darnos de todos sus conocimientos adquiridos a lo largo de su trayectoria como profesional, siendo un motor que nos impulsó en nuestro desarrollo y formación profesional, por todo su apoyo incondicional que nos encaminó a culminar con éxito nuestro seminario de graduación.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios, por darnos la vida, la fuerza para poder seguir adelante en este arduo camino, por habernos guiado con su sabiduría y misericordia durante estos cinco años de nuestra carrera.

A nuestros padres que nos han entregado todo, su tiempo, dedicación, apoyo moral, económico, sus sueños y su vida, por todo el esfuerzo que hicieron para poder sacarnos adelante sin importar las dificultades que ellos tenían hasta desfallecer para que nosotros pudiéramos cumplir nuestras metas, por eso hoy les damos las gracias, porque sin ellos esto no hubiera sido posible.

A nuestros abuelos por darnos sus consejos para continuar y seguir adelante, apoyándonos para culminar esta etapa de nuestras vidas, que nos mantuvieron con una actitud positiva y perseverante.

A nuestro equipo de seminario y compañeros de clases por compartir durante estos cinco años de carrera momentos de tristeza y alegría, y por todo este tiempo valioso que convivimos juntos.

A nuestros maestros porque sin ellos y sin su apoyo y dedicación esto no hubiera sido posible, por sus enseñanzas que nos guiaron por el camino del aprendizaje, para poder alcanzar este peldaño en nuestras vidas profesionales. En especial a nuestros maestros Hazel Rueda, Freddy Quezada y Javier González Serrano, ya que gracias a ellos aprendimos la esencia de ser profesionales de la Comunicación y luchar por nuestras metas, por sus consejos que siempre tendremos guardado en nuestra mente y corazón, por eso les agradecemos su apoyo y conocimientos que nos otorgaron.

De igual manera agradecemos a nuestro tutor MSc. Milán Prado, por habernos dedicado parte de su tiempo y de esa manera pudiéramos culminar con éxito este seminario de graduación. Por último, queremos decirles lo siguiente; "Manténganse alerta; permanezcan firmes en la fe; sean valientes y fuertes. Amen (1 Corintios 16:13) ".

Contenido

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. ANTECEDENTES.....	3
III. JUSTIFICACIÓN.....	5
IV. OBJETIVOS	6
Objetivo General:.....	6
Objetivos Específicos:	6
V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
VI. MARCO TEÓRICO.....	9
6.1. Comunicación.....	9
6.1.1 Definición de los medios de comunicación	10
6.1.2. Concepto y definiciones del periódico	11
6.1.3. Características y estructura	12
6.2. Redacción Periodística.....	14
6.2.1. Expectativas	15
6.3. Desarrollo de habilidades y conocimientos.....	16
6.3.1. Habilidades y destrezas.....	16
7. Definiciones y conceptos del periódico digital.	17
7.1. Origen del periódico digital.....	17
7.2. Funciones del periódico digital	17
7.2.1. El periódico digital como proceso de aprendizaje	18
7.3. Tipos de medios digitales para elaborar un periódico.....	19
7.3.1. Blogs digitales.....	19
7.3.2. Redes sociales	20
7.3.3. Páginas web	20
7.3.4. Características del periódico digital	21
8. Diseño del periódico digital	22
8.1. Diseño multimedia	22

8.2.	Línea editorial	22
8.3.	Estructura del periódico digital	23
8.3.1.	Contenido y Segmentos	23
8.3.2.	Formato para la elaboración del periódico	24
8.3.3.	Secciones en un periódico.....	25
VII.	DISEÑO METODOLÓGICO	26
	Diseño de la Investigación	26
	Técnicas para la recolección de información.....	27
	Tratamiento de la información	28
	Población y muestra.....	28
	Población.....	28
	Muestra	28
	Operacionalización de las variables	29
	Técnicas de análisis y procesamiento de datos	29
VIII.	Análisis e interpretación de los resultados.....	30
IX.	CONCLUSIÓN	47
X.	RECOMENDACIONES	49
XI.	Bibliografías	51
XII.	Propuesta del Periódico.....	54
	Logotipo del Periódico Digital Universitario	54
XIII.	ANEXOS	58

I. INTRODUCCIÓN

El presente tema de investigación propone el diseño de un Periódico Universitario Digital con el único fin de fortalecer el aprendizaje de los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el I semestre de 2019, ya que es fundamental para que los alumnos puedan desarrollar habilidades y destrezas en sus prácticas profesionales en las áreas de redacción, diseño y prensa escrita y así reforzar sus conocimientos.

Por lo que se plantea esta alternativa como parte de una influencia social entre otros factores, que en su conjunto forman una serie de aspectos eficaces para que puedan lograr graduarse con los conocimientos requeridos en esta parte de la comunicación y que este campo laboral exige.

Es importante destacar que el periódico digital es un medio de comunicación que nace del periódico impreso debido a sus objetivos y a sus contenidos, y que cada vez va dando paso a la originalidad, a través de los avances tecnológicos y a la necesidad de querer informarse mediante un aula o página virtual, por lo que de aquí parte dicha propuesta.

El Periódico Universitario Digital ofrece un sistema de información de tiempo real y actualizable (temas de actualidad); una de sus características es la de brindar noticias reales acontecidas en el entorno de la universidad UNAN-Managua, de manera que haya un espacio de interacción sobre un periódico transparente y veraz, para lograr lo antes mencionado se aplicaron los instrumentos necesarios que profundizaron más sobre las opciones de diseño con los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo del turno matutino y vespertino.

Si bien es cierto, el proyecto está enfocado en proponer un periódico virtual desde la perspectiva investigativa, dirigido prioritariamente a los estudiantes antes mencionados, este no intenta ser competencia de los periódicos tradicionales ya existentes en nuestro país, sino, más bien busca brindar una alternativa distinta que cumpla con los requerimientos de un lenguaje digital, de utilización de herramientas virtuales y de interacción, las cuales son necesarias para la creación de una propuesta de dicho periódico.

Por lo que esta investigación se fundamentó en los análisis y propósitos a mediano y largo plazo, siendo así presenta resultados con sus correspondientes recomendaciones al proyecto titulado “Propuesta de la creación del periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua”.

Asimismo, se podrá encontrar detalladamente todos los resultados obtenidos con relación a cada uno de los objetivos específicos planteados en esta investigación. Cabe mencionar que “El Periódico Universitario Digital” es una de las grandes necesidades dentro de cualquier institución universitaria que imparta la carrera de Comunicación. Por lo que en este informe se logrará encontrar paso a paso las etapas propuestas para la elaboración de este medio digital.

II. ANTECEDENTES

Realizando una búsqueda exhaustiva de bibliografías, a nivel internacional se encontró la siguiente tesis de grado: Díaz, L (2010), “Propuesta para la creación seguimiento; Medio virtual enfocado en periodismo de investigación en la ciudad de Santa Marta” Colombia, Santa Marta. En esta investigación trata de la propuesta de un periódico que consta de dos particularidades: primero, que además de las herramientas inherentes al periodismo digital, el proyecto contempla la aplicación de técnicas investigativas para la práctica del periodismo y, segundo, que está dirigido principalmente al público de la ciudad de Santa Marta, como una forma alterna y distinta que cumpla con los requerimientos de un lenguaje digital, de utilización de herramientas virtuales y de interacción, las cuales son necesarias para la creación de una propuesta de un periódico virtual.

Otra de la referencia a nivel internacional es la de Montoya, S (2010) “Diseño y ejecución de la propuesta de creación del periódico institucional del colegio canadiense” Canadá. En este trabajo se ve reflejado la idea de proyectar el Colegio Canadiense en lo social como una institución de grandes ideas, como una organización de calidad y de formación integral, que además cuida el medio ambiente con su compromiso con el reciclaje, imprimiendo el periódico en papel reutilizable. Así mismo pretendió también recaudar fondos para el periódico por medio de la venta de papel reciclable y en parte buscar que sea sostenible en el tiempo.

Cómo última referencia a nivel internacional está la investigación de Rost, A (2006), “Propuestas para un Periódico Digital Interactivo” Argentina. Esta propuesta surge tras una investigación teórica y empírica sobre el concepto de interactividad y las posibilidades interactivas de selección y comunicación de cuatro sitios de noticias entre 2001 y 2004 realizadas para la tesis doctoral titulada La interactividad en el periódico digital. En líneas generales, allí se advierte que, si bien los periódicos digitales analizados han ido mejorando en ciertos aspectos las alternativas de selección y comunicación para sus usuarios, están lejos todavía de explotar todas las posibilidades interactivas del entorno digital.

A nivel nacional se encontró rasgos de la tesis de grado de la Universidad Centroamérica, UCA, de Solórzano, R (2012), “Cibermedios periodísticos de Nicaragua en 2012:

hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y cibergéneros. Esta tesis habla sobre los primeros pasos del ciberperiodismo, cuyos primeros medios se destacan Notifox el cual fue uno de los medios en línea pioneros en Nicaragua por la distribución de contenido periodístico con un formato digital desde 1992. A partir de estas fechas nacen cibermedios como; Barricada.com.ni (1996), Laprensa.com.ni (1996), Canal2.com.ni (1996), Latribuna.com.ni (1997), Elnuevodiario.com.ni (1998), Confidencial.com.ni (1998), Nuevaya.com.ni (2001), Radio-Corporación.com (2003), Radionicaragua.com.ni (2003) y Envió.org.ni (2003). De ahí siguieron surgiendo otros medios tradicionales que pasaron a ser parte de cibermedios.

Y en lo que respecta a nivel local (Universitario) se encontró el periódico digital de la Universidad Politécnica de Nicaragua, UPOLI, con la creación del periódico en línea “El Acontecer”, creado con la intención de que fuera divulgado el pensamiento universitario. Este mantiene el principio de libertad de información sin preferencias ni discriminaciones políticas, religiosas, sociales, académicas, étnicas o de género. Además parte de su visión es ser el periódico de excelencia académica en la comunidad universitaria nicaragüense, en lo formativo e informativo.

III. JUSTIFICACIÓN

Esta temática se abordó con el fin de proponer el diseño de un periódico universitario digital que fortalezca y desarrolle el aprendizaje de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, de manera que se pueda crear un espacio para que ellos desarrollen habilidades y destrezas en áreas como redacción, diseño e investigación, a la vez se pretende investigar las expectativas y opiniones de los estudiantes de comunicación en relación al diseño de un periódico universitario digital, así como describir los elementos fundamentales para la elaboración del mismo, de tal manera que se pueda presentar la propuesta para que consiga ser ejecutada a futuro.

Teniendo en cuenta que el periódico es un instrumento que presenta un orden cronológico con cierto número de informaciones y comentarios sobre sucesos ocurridos, con visión de informar a la población y aportar al cambio social. Por lo que sería de suma importancia la creación de un nuevo medio digital para los estudiantes de dicha carrera, ya que, ayudaría en su formación como profesionales de la comunicación.

Por otro lado, este medio estaría aportando en lo social, a la comunidad universitaria, ya que, las personas externas estaría informándose continuamente sobre lo que pasa dentro de la institución, puesto que a través de este medio se darían a conocer todas las actividades, lanzamientos, concursos, feria o capacitaciones que se realiza esta alma mater.

También esta investigación se realizó con el fin de que sirva como referente y soporte a futuros trabajos investigativos, para profundizar más sobre el tema y para que se tome en cuenta la creación de esta propuesta del diseño de un periódico universitario para los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de futuras generaciones.

IV. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Presentar la propuesta de creación del periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

Objetivos Específicos:

- Identificar las expectativas de los estudiantes de comunicación en relación al diseño de un periódico universitario digital.
- Describir los elementos fundamentales para el diseño del periódico universitario digital.
- Crear un espacio donde los estudiantes de la carrera de Comunicación desarrollen sus habilidades en el periódico universitario digital.
- Presentar la propuesta de un periódico universitario digital, para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los periódicos digitales se enfrentan a un gran reto en esta nueva era, donde existen digitalizados los diferentes medios de comunicación como lo son: la radio, la televisión, los blogs informativos, entre otros, y que además se quieren posicionar en el internet, en una competencia dura donde el mejor adaptado sobrevive, los periódicos se han ido posicionando poco a poco y adaptándose a la globalización para obtener a un objetivo, que arriesga y apuesta a la proyección de nuevos límites y fronteras.

Con la aparición de las nuevas tecnologías los comunicadores han asumido roles y funciones que antes no ejercían, tales como; la corrección y ajustes de los textos, diagramación, acceso a las diferentes informaciones y monitoreo de la misma, el comunicador es el pilar para que cualquier medio de comunicación, ya que este hace posible que la información llegue a cualquier parte del mundo, solo con tener acceso a una red de internet.

Analizando los espacios interactivos con los que cuenta la UNAN-Managua para que estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo puedan ejercer la redacción periodística a la práctica, se encontró la falta de un periódico digital de prensa escrita únicamente de la carrera en el que los mismo puedan desenvolverse en las áreas ya antes mencionadas, a partir de aquí se da el problema de investigación, pues existe la necesidad de crear esos espacios de comunicación fundamentales para el perfil de los profesionales.

Por lo que fue necesario proponer la implementación de una plataforma digital informativa que esté acorde a los requerimientos de los estudiantes y de la comunidad educativa si se tiene en cuenta la importancia de la información y la comunicación en la actualidad para hacer dinámica la educación y la práctica de los estudiantes.

Teniendo en cuenta el problema surge la siguiente interrogante, la cual orientará la línea de investigación a seguir, así como el de fijar los límites que se deben de tomar:

¿Cuál es la importancia de la propuesta de la creación del periódico digital universitario?

Además se plantean las siguientes preguntas de sistematización de la problemática o fenómeno en estudio:

- ¿Cuáles son las expectativas de los estudiantes de comunicación en relación al diseño de un periódico digital?
- ¿Cómo podrán los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo fortalecer habilidades y destrezas en temas de redacción periodística?
- ¿Qué permitirá a los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo la creación de este espacio digital?
- ¿Cuáles serían los elementos fundamentales para crear el diseño del periódico universitario digital?

VI. MARCO TEÓRICO

6.1. Comunicación

Estudiar los fenómenos de la comunicación significa para quienes los exploran, no solo la apertura de un campo fascinante sino la dolorosa y dura tarea de desaprender mucho de lo aprendido. En efecto en su sentido más general la comunicación es tan antigua como la vida misma y para todos nosotros no es familiar, pues pertenece a lo más básicos de la experiencia humana.

En todo caso algunos autores, entre ellos Novoa, (1981. p.6) dice que “la comunicación es la base de la interacción humana, ósea de las relaciones de hombre a hombre, y que su objetivo básico es influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes determinantes y ser capaz de tomar decisiones”.

Consiguiente a lo anterior Novoa (1981), afirma que la comunicación además de ser la interacción realizada por el hombre, cuyo sistema puede ser verbal u oral, ya sea por símbolos o palabras, también es la interacción donde el hombre busca dar a conocer sus emociones, ideas, sentimientos, por tanto la comunicación no puede ser llevada por una sola persona, necesita por lo menos de dos o más personas para ser lograda.

Si buscamos una única definición de comunicación, no la vamos a encontrar, pues posiblemente cada uno de nosotros tenga una propia, sin embargo, hay definiciones que son las más utilizadas. Díez, S (2006. p.7) define la comunicación como “La capacidad que tiene todo ser animado de relacionarse con su entorno. El intercambio de ideas o pensamientos entre dos o más personas”.

A través de esa definición Díez, S (2006) da a conocer que la comunicación viene a ser el proceso bilateral en el que interactúan y se interrelacionan las personas a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, en los que encontramos los siguientes tres factores que confluyen en toda relación humana:

- Una persona que habla (Emisor).

- Una persona que escucha (Receptor).
- Lo que dice la persona que habla y lo que dice la persona que escucha (Mensaje).

Estos tres factores se relacionan entre sí a través de tres operaciones:

- Emisión
- Transmisión
- Recepción

Otros autores como Buys y Beck (1986) definen el proceso de comunicación como el "conjunto de factores interrelacionados, de manera que, si fueras a quitar uno de ellos, el evento, la cosa o la relación dejarían de funcionar". Mientras que Clevenger y Mathews (1971) explican el proceso de la comunicación humana, como la transmisión de señales y la creación de significados.

6.1.1 Definición de los medios de comunicación

Hablar hoy sobre los medios de comunicación es relativamente fácil y cotidiano, ya que forman parte de nuestra inmediata realidad y quehacer diario. Opinar de los medios es algo más complejo, por la necesidad de referentes y la exigencia de unos mínimos principios culturales y sociales que lo justifiquen.

Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen. Es evidente que en la sociedad contemporánea los medios son importantes creadores y mediadores del conocimiento social.

La comprensión de los diferentes modos en que los medios representan la realidad, de las técnicas que utilizan y de las ideologías que impregnan sus representaciones debería ser una exigencia para todos los ciudadanos actuales y futuros de una sociedad democrática. Masterman citado en Aparici (1996. p. 36)

Analizar el proceso de comunicación implica adentrarse en el lenguaje que toma formas comunicativas diversas, tanto por la utilización de los significantes, como por lo que aportan sus significados. Es un proceso en el cual se transmite información y es uno de los elementos fundamentales para la enseñanza y la reflexión. Los conceptos centrales dentro de la educación audiovisual, por tanto, han de partir de una serie de premisas que fueron estructuradas por el inglés Masterman (1985), en las que habría que atenerse a los siguientes parámetros:

- Cómo están contruidos los medios audiovisuales y qué grado de representación tienen de la realidad.
- Qué influencia presentan en la cultura y qué referencia ideológica conllevan.
- Cuáles instituciones elaboran los mensajes de los medios.
- Qué forma y función presentan dichos mensajes.
- Cómo se abordan las audiencias, con qué fines y de qué manera se realizan estos procesos.

6.1.2. Concepto y definiciones del periódico

El periódico se puede decir que es uno de los medios de comunicación que tiene como objetivo informar acerca de los acontecimientos de relevancia y trascendencia, con noticias del ámbito local, nacional e internacional; además, orienta y determina ideas, actitudes y comportamientos individuales, grupales, y de clase social.

Gonzales, et al (2008, p.15) por su parte señala que “el periódico es una publicación de periodicidad variable (mensual, semanal, diaria) que difunde los acontecimientos más recientes entre el mayor número de personas posibles”.

Gonzales (2008) habla sobre las funciones que deben de cumplir no solo un periódico digital, sino que cualquier medio que transmita la información:

-Informar con sus noticias y crónicas, con sus imágenes y reportajes

- Crea opinión con los editoriales y colaboraciones especiales.
- Refleja la situación social local, nacional e internacional.
- Ejerce la crítica social, política y administrativa.
- Orienta la economía y el mercado.
- Entretiene con páginas especiales dedicadas a tal fin.

6.1.3. Características y estructura

La prensa escrita está diseñada para informar a grandes masas, en tanto que subsiste de la publicidad (pues su costo a la venta apenas cubre el costo de mano factura), lo que requiere de una estructura interna bien establecida. Gonzales (2008).

La estructura del periódico está dividida en dos aspectos, uno externo y otro interno.

Lo externo dentro de su estructura, se encuentra los elementos de identificación, ubicados en la primera plana del periódico, los cuales se describen a continuación:

- 1) Logotipo: es el diseño del nombre de una publicación, que se presenta a manera de distintivo por la forma original e invariable de letras, éste debe estar registrado ante la ley de propiedad intelectual, pues no podrá ser usado por ninguna otra empresa, aunque sea de un giro comercial diferente.
- 2) Lema: enuncia el objetivo general de la publicación, además busca llamar la atención general del público, y se puede encontrar siempre unido al logotipo (nombre) del diario.
- 3) Fechario: es la indicación del lugar de producción, día de aparición, año y tomo o volumen, se encuentra por lo regular en la parte superior del diario, dentro de un cintillo bajo el nombre del periódico.
- 4) Cintillo: anuncia la noticia de mayor importancia, se ubica por lo regular en la parte superior de la primera plana, antes del nombre del periódico, de forma visible y llamativa.

- 5) Cabeza principal: constituye la noticia más relevante del día, de lado a lado de la primera plana, es decir a “ocho columnas” en el tamaño clásico, y “cinco o seis columnas” en el tamaño tabloide.
- 6) Subcabeza: amplía lo expuesto en la cabeza principal.
- 7) Orejas: son inserciones de anuncios comerciales que se encuentran en los espacios laterales del logotipo.
- 8) Sumario: hace mención de los aspectos centrales de la información.
- 9) Foto o grabado: ilustran y hacen más atractiva la presentación.
- 10) Pie de foto: alude a lo presentado en la fotografía.
- 11) Directorio: es el espacio donde se mencionan los nombres del grupo responsable de la publicación en orden de responsabilidad.
- 12) Emblema: es el símbolo del periódico, se presenta con alguna figura; el emblema proyecta la idea de un objeto o bien de un elemento abstracto.

Lo interno: la estructura departamental y el personal de un periódico varían según su tamaño, sin embargo, todos se dividen en tres departamentos, a saber:

- 1) Comercialización: se encarga de vender el espacio para la publicidad, de la circulación del periódico y de los ingresos por medio de distintas promociones.
- 2) Producción: tal como lo dice su nombre, el departamento de producción se encarga de todo lo necesario para lograr que se imprima el periódico. Abarca desde la realización de los negativos de impresión, las placas para imprimir (linotipos), la impresión, el corte y el empaqueo para su distribución.
- 3) Editorial y de noticias: Es el departamento más complejo, ya que las páginas de editorial contienen opinión y las páginas de noticias contienen un reporte objetivo. Este departamento está compuesto por los siguientes puestos:

- Jefe de redacción. Éste vigila las operaciones diarias del departamento de noticias y coordina el trabajo de redacción.
- Jefe de información local: es quien supervisa las coberturas locales de los diarios y también envía a los reporteros especiales o generales a cubrir las notas.

6.2. Redacción Periodística

La redacción periodística hace referencia a la esencia del periodismo como profesión, es decir, a la destreza y al trabajo necesario para informar profesionalmente a través de los medios de comunicación.

García, (2007, p.189) dice que “la redacción periodística es una disciplina y conjuntos de conocimientos necesarios y propios del quehacer del periodista”. Y en cuanto a la redacción digital, el periodista debe enfocar su redacción hacia dos tipos de lectores, por un lado, a los lectores que hacen un escaneo y por otro a los aficionados a la lectura profunda. Por lo tanto, la información debe ser práctica tanto para los lectores que buscan la información rápida, pero sin desestimar los datos, argumentos y explicaciones que suele exigir el otro tipo de lector.

Por eso, la estructura del texto se debe organizar de tal modo que el lead contenga la información más importante de la nota, lo cual será provechoso para el lector que hace sólo escaneo; y luego complementar dicha información en el cuerpo de la nota, donde el periodista pueda explayarse sobre el asunto en cuestión, apuntando a todas las dudas que le pueden surgir al aficionado de la lectura profunda.

Las tecnologías de la información y la comunicación están presentes en todos los ámbitos de la vida diaria: en el trabajo y en el ocio, en las relaciones sociales, en la búsqueda de la información, en la estructura de los conocimientos y en los intereses y motivaciones de las personas Jiménez (2007).

Los periódicos en línea, blogs, páginas web, aulas virtuales son algunas de las herramientas web 2.0 que actualmente se trabajan en el aula y funcionan como herramientas que los acercan a su futura profesión. En este sentido es importante destacar que constituyen parte

de su proyección futura como profesionales del periodismo, lo cual les permitirá enfrentar con éxito su futura profesión. Para ello es esencial comprender la jerarquía, motivo, expectativas e intereses profesionales, la cual se explicará a continuación.

Para diversos autores la motivación no es un ente aislado en el individuo. Alla, (2011, p. 255) expresa que “los motivos no se encuentran aislados en la personalidad sino integrados en sistemas que en su expresión más compleja están mediatizados por la conciencia y la autorregulación. Esto tipifica de modo particular la motivación humana”.

Con respecto a lo anterior, quiere decir que en el estudio de la motivación humana es necesario determinar estos sistemas y la jerarquía en la cual se encuentran los motivos. Sin lugar a dudas en la concepción de este autor, y con el cual concuerdan una gran cantidad de autores, la motivación profesional es uno de esos motivos esenciales en la vida del sujeto puesto que lo orienta hacia el ejercicio de una futura profesión. En estos motivos se encuentran todos aquellos que regulan su actuación para el logro de los objetivos planteados como futuros profesionales de manera consciente.

6.2.1. Expectativas

Para que los estudiantes de periodismo puedan crear expectativas sobre su participación en medios digitales es necesario tener en cuenta tres aspectos fundamentales reconocidos en la literatura.

1. Conocimiento profundo del sujeto acerca del periodismo como profesión y los contenidos de su actuación.
2. Vínculo afectivo positivo con la profesión de periodista.
3. Elaboración personal por parte del sujeto, del contenido del periodismo como profesión, es decir, que el contenido del periodismo como profesión es expresado por el sujeto a partir de sus juicios y reflexiones propias.

Los alumnos, por su parte, dejan de ser sujetos pasivos, pues pasan a tener un protagonismo y una responsabilidad importantes en la definición y consecución de sus metas educativas

en el periódico digital; en la búsqueda y valoración de las fuentes de información. El proceso de aprendizaje pasa, por tanto, a ser más individualizado, interactivo y apasionante.

6.3. Desarrollo de habilidades y conocimientos

Hay que destacar que el periodismo digital es hoy una de las ramas del periodismo de mayor auge y a la cual se le están dedicando ingentes esfuerzos tecnológicos e informativos en todos los países del mundo. Ello lo convierte en uno de los contenidos de enseñanza más importante para los estudiantes de periodismo. Esto lo ratifica Jaramillo, (2003, p. 10) cuando plantea: “La elaboración de periódicos digitales ofrece a docentes de diversas áreas la posibilidad de integrar los temas de sus asignaturas con el uso de las TIC”.

6.3.1. Habilidades y destrezas

Es importante mencionar que cualquier persona puede desarrollar habilidades y destrezas de acuerdo a su aprendizaje y capacidades durante cada etapa de su vida, por lo que podríamos definirla como todas aquellas aptitudes innatas, talento, o capacidad que tienen las personas para llevar a cabo y por supuesto con éxito, cualquier actividad, trabajo u oficio. Incluso aquellos que observan algún problema motriz o discapacidad intelectual, entre otros, se distinguen por algún tipo de aptitud.

Corcino, (2003) afirma que la habilidad de las personas son todas aquellas aptitudes innatas, talentos, destrezas o capacidades que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio. Casi todos los seres humanos, incluso aquellos que observa algún problema o discapacidad intelectual, entre otros se distinguen por algún tipo de aptitud.

En cuanto a la palabra destreza Corcino, (2003) dice que esta se construye por substantivación del adjetivo diestro. Una persona diestra en el sentido estricto de la palabra es una persona cuyo dominio reside en el uso de la mano derecha. O que la persona manipula los objetos con gran habilidad.

7. Definiciones y conceptos del periódico digital.

7.1. Origen del periódico digital

La prensa empieza a tener cambios radicales a causa de las nuevas tecnologías, ha comenzado un proceso de adaptación de lo escrito a lo digital, expandiéndose rápidamente por la plataforma digital más grande del mundo como es el internet, el periódico digital se ha convertido en una realidad que muchos ni se imaginaban, ganando terreno y posicionándose en la web.

Jiménez, et al (2007) “El periódico digital y los nuevos medios multimedia son ante todo, al igual que los medios tradicionales, el soporte para un conjunto de noticias. Un conjunto, en este caso, de noticias multimedia que se ofrecen en un soporte que tiene características diferenciales claras sobre los medios tradicionales” (p. 92).

El periódico digital surge a finales del siglo XX debido a una necesidad de obtener mayores lectores e incursionar hacia nuevos horizontes, además de tener una mayor proyección en este mundo globalizado, adaptándose a un público exigente que consume las diferentes plataformas virtuales desde la pantalla de un ordenador, desde una tableta electrónica o un Smartphone.

7.2. Funciones del periódico digital

El periódico digital debe de cumplir funciones que la prensa de papel no cumple. Debido a que la prensa escrita no aborda todas las problemáticas que suceden al nivel mundial, el periódico digital en cambio ha venido revolucionando rompiendo los paradigmas y esquemas ya establecidos, captando la atención de los lectores, persuadiéndolos de tal manera que se sumerjan en el cuerpo de la noticia.

El periódico en el internet debe de presentarse de forma atractiva ante los ojos de los espectadores, debe de presentar la información desde otros enfoques sin volver a la monotonía, debe de ser dinámica, espontánea, rediseñar e innovar, permitir la interactividad de los lectores con el medio digital para que se desarrolle una retroalimentación entre ambas partes. Carrera, (2008, p.178) afirma: “El periodismo en internet es más dinámico, es una fotografía no estática de la actualidad”.

El periódico digital debe de cumplir algunos parámetros en función de las diferentes plataformas web las cuales son las siguientes:

- **Informar:** Debe de presentar información actual y de interés para la sociedad, comunicar de los acontecimientos que ocurren en tiempo real desde cualquier parte del mundo, crear contenidos multimedia para la sustentación y reafirmación de la información para lograr una mayor captación y atracción de lectores.
- **Interpretar y analizar:** lograr intervenciones de lectores y especialistas en la materia para que retroalimenten los diversos tipos de informaciones que se brindan en el periódico digital de tal manera que ellos puedan expresarse y estar en interacción con periodista que se oculta detrás de la noticia para conseguir alguna respuesta o explicación de su parte.
- **Diseño:** crear y diseñar la imagen de un periódico digital es una de las esencias del medio ya que debe de caracterizarse por ser atractivo y que llame la atención fácilmente de los lectores, la implementación de recursos digitales de fácil uso y que conecten con las diferentes noticias y funciones de la plataforma digital en la cual se encuentre ubicada.
- **Multimedialidad:** desde la interactividad que tiene la plataforma web con el periódico digital se puede optar por la incorporación de recursos visuales y de sonidos como son los diferentes formatos de textos, video, audio, gráficos, fotografías, animaciones, infografías entre otras.
- **Hipertextualidad:** acceder a distintos tipos de informaciones de manera multidireccional y que permita de manera paralela la navegación entre los distintos contenidos a través de URL o enlaces en relación con el texto o la noticia de interés.

7.2.1. El periódico digital como proceso de aprendizaje

En el estudiante de periodismo estas herramientas cobran vital importancia puesto que constituyen la base del periodismo actual donde los periódicos, al igual que las organizaciones empresariales, luchan por un posicionamiento digital. Un periodista o un

estudiante del mismo que no conozca estos recursos o no sea capaz de utilizarlos dejarán de ser competente.

Fernández, (2013) dice que lo primero que hay que considerar es que el alumno sepa cuál es el rubro que más le gusta y empaparse de la cultura de la institución o empresa a la cual quiere pertenecer, puesto que la elección adecuada es el primer paso en el desarrollo de la carrera profesional que la persona desea en el futuro.

7.3. Tipos de medios digitales para elaborar un periódico

Para la creación y elaboración de un periódico digital existen un sinnúmero de herramientas de utilidad las cuales van desde un blog informativo digital, redes sociales y las diferentes páginas o plataformas web para informar y generar contenidos de interés, gracias al avance de las nuevas tecnologías esto ha sido posible.

De tal manera se abordarán algunas de las maneras para la realización de dicho medio digital.

7.3.1. Blogs digitales

Actualmente existen numerosas páginas en el internet las cuales facilitan la creación de dichos blogs para publicar variedades de contenidos acorde a las necesidades de cada creador y que se adapten a los diversos públicos que las visitan ya sean de ámbitos sociales, económicos, políticos, religiosos, moda, salud, educación, farándula, deportes, naturaleza, cine entre otros. Por lo que Bruguera, (2007), afirma que un blog no es más que una página web en que el sistema de edición y publicación se ha simplificado a tal punto que el usuario no necesita de un conocimiento en específico del medio electrónico para aportar contenidos de manera rápida, eficaz y permanente desde un punto de conexión de internet. Cualquiera persona que tenga acceso a un Smartphone o computadora con acceso a internet puede crear ya sea un blog personal o de negocios.

Entre las principales páginas que destacan para la realización de un blog están: WordPress, Blogger, Wix, Medium, Tumblr, Overblog, Obolog, Weebly, Site123, Jimdo y SimpleSite.

Los blogs se han vuelto una herramienta indispensable para cualquier persona o empresa, debido a su funcionalidad de proyectar y afianzar una imagen y de la misma manera buscar una posición privilegiada en la web, la creación de un medio digital como es el periódico en un blog facilitaría el acceso de la información deseada, brindando comodidad y confianza.

7.3.2. Redes sociales

Las redes sociales en la actualidad es una de las herramientas más demandadas y utilizadas por las personas al nivel mundial, según el informe anual de HootSuite, We Are Social (2019) en la actualidad las personas utilizan las diferentes redes sociales para comunicarse, a nivel mundial casi la mitad de la población del mundo interactúa desde los diferentes dispositivos móviles. Herrera, (2012, p. 123) “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”.

Asimismo, las redes sociales es uno de los medios digitales de mayor influencia en el mundo, siendo uno de los gigantes de la comunicación, teniendo dentro de los distintos medios como es: La Televisión, La Radio y El Periódico, las redes sociales más influyentes destacan por su popularidad y su atractivo diseño, entre las que destacan: Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube, Snapchat, Skype, Twitter, entre otras.

Las redes sociales se han convertido en el medio de comunicación digital más viable para la creación de un periódico digital debido a su gran popularidad y alcance en todo el mundo, han demostrado tener el control de los acontecimientos que ocurren día a día, las redes sociales han sido participes de diferentes hechos y siendo un agente de cambio en la sociedad

7.3.3. Páginas web

Las páginas web es un sistema hecho de hipertexto que funciona sobre la plataforma digital como es el internet. Para la utilización de estos hipertextos se utilizan los diferentes navegadores que existen en la actualidad para tener una mejor navegación en el mundo digital de la web, de la misma forma este proceso nos es de gran ayuda en la búsqueda de textos e investigaciones, al respecto Delgado, (2018) dice que la World Wide Web,

generalmente conocida como la Web, es un sistema de documentos de hipertexto vinculados accesibles por Internet. Usando un programa conocido como navegador Web se pueden ver páginas que pueden contener textos, imágenes, medios continuos como video o música y casi cualquier elemento multimedia de hoy en día.

Las páginas web es una gran telaraña de búsqueda que conecta con las distintas plataformas virtuales alrededor del mundo, es una red inmensa de información de manera encriptada y decodificada por códigos URL, además de facilitar la creación de los distintos periódicos y blogs digitales facilitando el uso de sus diferentes funciones y brindando información en tiempo real.

7.3.4. Características del periódico digital

Rost, (2006) desde la implementación del periódico digital se le ha conocido y catalogado con distintos nombres en diferentes lugares del mundo entre los cuales están: periódico electrónico, informativo electrónico multimedia interactivo, servicio informativo online, prensa online, diario digital, sitio de noticias online, periódico, sitio web de noticias, diario online, cibermedios, ciberperiódico entre otros nombres.

Las características que se destacan entre un periódico escrito y uno digital es la comodidad del usuario que desde un Smartphone o computadora se puede acceder a cualquier noticia de relevancia solo con tener acceso a internet y seguir las noticias en tiempo real. En pocas palabras estar en el lugar de los hechos sin estar en él y la interacción con el periódico digital desde su plataforma web.

Entre las características que sobresalen en un periódico digital podemos encontrar las siguientes:

- Foros y Encuestas: en esto se concentran las posibilidades de que los lectores debatan, abordando los diferentes temas de interés en la sociedad.
- Chats: es un sitio de interacción para que los lectores interactúen entre ellos dando sus opiniones y punto de vista de los hechos y acontecimientos de la sociedad y el mundo.

- Entrevistas en línea
- El lector es parte de la noticia, el escribe, redacta y comparte, aspecto que no se podía hacer en el periódico escrito.
- Asociación de noticias y contenidos con otras plataformas digitales.
- Conexión multimedia entre textos, sonido, vídeo, etc.

8. Diseño del periódico digital

8.1. Diseño multimedia

Multimedia es un término muy utilizado desde comienzos de los 90, y está relacionado con: Informática, Telecomunicaciones, Edición de Documentos, Electrónica de Consumo, Entretenimiento (Cine y Televisión).

Según esta definición tan general, una televisión o un periódico serían dispositivos multimedia, Tecnologías para los Sistemas Multimedia, (2004, p.3). “es la integración en un sistema informático de texto, gráficos, imágenes, vídeo, animaciones, sonido y cualquier otro medio que pueda ser tratado digitalmente”.

El soporte habitual para este tipo de medios es de tipo electrónico y, a menudo, un sistema informático se encarga de generar la presentación de esa información en la forma y secuencia correcta. No obstante, otras formas de comunicación con múltiples recursos expresivos pueden también recibir la calificación de multimedia. Sería el caso de representaciones teatrales, musicales, cinematográficas, de televisión, etc.

8.2. Línea editorial

Cuando una empresa crea un nuevo medio de comunicación además de lanzar al mercado un producto para obtener unos ingresos económicos, también está promoviendo una nueva oferta comunicativa en el mercado social de las ideas.

Hugo, (1996, p. 119) afirma: “No existe un modelo único de principios editoriales y esta generalidad corresponde y constituyen un conjunto de principios formulados explícitamente por la empresa y están destinados a inspirar la filosofía, el planteamiento y los objetivos generales del medio que promueven, así como orientar sus pautas de funcionamientos cotidianas”

Una redacción en los arbitrajes que hace frente a los temas de actualidad. La manera de jerarquizar, el ángulo, el punto de vista y el tono escogidos son varios elementos que contribuyen a definirla.

8.3. Estructura del periódico digital

El periodista emplea las fases estructuradas por las agencias como esquemas para interpretar actividades burocráticas. Las fases estructuradas son esquemas para la acción como también esquemas para la interpretación esquemas para actuar y para ver. Machado, (2000) menciona que las fases de estructuración de la noticia tienden, pues, a ser derivadas de las fases burocráticas, que son similares al modo de ordenamiento del sentido común, con dos importantes excepciones.

En primer lugar, las delimitaciones específicas de las estructuras burocráticas en fases no son arbitrarias, sino que burocráticamente suministradas y reforzadas. Es decir los eventos son formalmente fijados y especificados dentro del proceso normal de operación de las agencias. En segundo lugar, las propiedades de las estructuras de las fases del sentido común están siempre presentes en fases estructuradas burocráticamente, pero a diferencia del sentido común, tales propiedades son burocráticamente producidas.

8.3.1. Contenido y Segmentos

Aquí se propone conocer cómo se constituyen estas audiencias por medio del análisis de sus participaciones en los periódicos digitales: en cuáles temas participan, con cuáles tonos, qué sentido dan a estas prácticas y qué posiciones expresan acerca de las agendas mediáticas; es decir, qué hacen las audiencias en los periódicos digitales. Castillo, (2014) Se analiza cómo son las participaciones de las audiencias en estos medios. Se identifica que

predomina un uso elemental de los espacios abiertos para los usuarios; también destaca la práctica de comentar la información noticiosa, así como la combinación de los usos de periódicos digitales y de plataformas de redes sociales de Internet. Se revisan los conceptos de interactividad y participación en el periodismo digital. Asimismo, se propone que en estos medios se presenta una modalidad participativa de audiencias activas.

Para Soong, (1997) dice que típicamente, un periódico se encuentra dividido internamente en varias secciones que pueden incluir noticias locales, noticias internacionales, negocios y economía, deportes, política, medio ambiente, clasificados, entrevistas, columnas de opinión, cartas de los lectores, entretenimiento, arte y cultura, entre otros.

8.3.2. Formato para la elaboración del periódico

Diariamente ofrece más de un centenar de informaciones distintas, pero no todas tienen la misma importancia, trascendencia ni el mismo interés para los lectores. En la Redacción, el director, los responsables de las áreas y los redactores clasifican las noticias dependiendo de su importancia. Esta tarea se hace diariamente con cada una de las noticias que componen el periódico. Este trabajo se llama jerarquización.

- Jerarquía para dar más o menos importancia a una información se emplea una serie de técnica y normas:
- Aperturas de sección, las primeras páginas de cada una de las partes del diario se ocupan de la noticia del día de esa área.
- Secuencia de contenidos a partir de la apertura de sección se dispone el resto de contenidos de mayor a menor importancia.
- Páginas dentro de cada página, si va más de una noticia, la más interesante se coloca en la parte superior, con el titular ocupando más espacio y con un tamaño mayor.
- Ilustraciones. Las fotografías, dibujos o gráficos se utilizan para destacar las noticias principales y para aportar más información.
- Titulares. El tamaño de la letra en el titular de la noticia también determina la importancia. Columnas. La información se escribe en columnas, y dependiendo de la importancia de la noticia se publicará a una, dos, tres, cuatro o cinco columnas.

8.3.3. Secciones en un periódico

La primera página está compuesta por los siguientes elementos:

- Cabecera o Nombre del periódico: Se localiza en la parte más alta de la portada, identifica el nombre del periódico, aparece en ella la fecha, el precio y el número de la edición.
- Noticia Principal. Tiene el tamaño de letra más grande de la página, el mayor número de columnas y va acompañada de una fotografía. Y siempre lleva texto acompañándola.
- Noticia Secundaria. Va a menor número de columnas que la principal, una, dos o tres. El tamaño del titular es más pequeño y no lleva texto.
- Friso. Se encuentra en la parte de arriba, bajo la cabecera. Normalmente son tres noticias sin texto, y alguno con una pequeña foto.
- Índice. Indica la página de inicio de las secciones y destaca cada una de las áreas de cada sección.
- Llamadas a suplementos. Es excepcional, se usa para destacar los suplementos que acompañan al periódico ese día.
- Fotografía principal. Es una fotografía que a su vez es noticia y va acompañada de un pie de foto y de un pequeño titular.
- Publicidad. Se ubica normalmente en la parte inferior. Es el mejor espacio para el anunciante.

VII. DISEÑO METODOLÓGICO

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 86) una investigación no solo puede incluir un solo estudio según su alcance. En el caso de este trabajo, la parte esencial se centra en el nivel descriptivo pues busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, (estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo) o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis lo que sirve para mostrar con precisión los datos y dimensiones de un fenómeno, contexto o situación. Esto de acuerdo con el proceso investigativo de análisis en el mismo, pues se encaminó a la necesidad de crear un periódico digital para que los estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo, puedan desarrollar habilidades y destrezas en áreas de redacción y prensa escrita.

Teniendo en cuenta que el tipo de estudio es descriptivo y que detallaron todos los aspectos característicos de las variables de la investigación y con respecto a estos estudios descriptivos, Arias (2006, p. 19), señala que consisten en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubicaron en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere, finalmente. En cierta medida tiene un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa.

Diseño de la Investigación

Según el diseño metodológico el tipo de estudio es descriptivo y según el método de estudio observacional, (Piura, 2012). De acuerdo al tiempo de ocurrencia de los hechos y registro de la Información, el estudio es retrospectivo y según el período y secuencia del estudio es transversal (Canales, Alvarado y Pineda, 1996). De acuerdo a la clasificación de Hernández, Fernández y Baptista (2014) el tipo de estudio es MIXTO.

Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 120), nos hablan de diseño para referirse a lo que el investigador debe hacer para lograr los objetivos de estudio, dar respuestas a las interrogantes planteadas y verificar la certeza de las hipótesis formuladas. Por la modalidad y las características del estudio, el diseño de investigación es de campo, el instrumento de

recolección de datos tuvo su respaldo por el contacto directo del investigador con los sujetos involucrados en su ambiente natural, las instalaciones de la UNAN Managua, con el fin de recopilar la información requerida sin alteración alguna de su contenido, para su posterior procesamiento y análisis. Para ello se seleccionó una muestra representativa y significativa que respalde el estudio, que proponga tomar el universo del total de estudiantes desde primer año hasta quinto de la carrera, en ambos turnos.

Arias (2006, p. 19), señala que una investigación de campo “consiste en la recolección de datos diferentes directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna”, es decir, “el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes”.

Técnicas para la recolección de información

La recolección de la información permitió profundizar en la necesidad antes planteada de crear un periódico digital, de tal manera que dicho análisis estuvo encaminado a un estudio relevante del fenómeno, para poder responder a las preguntas del planteamiento del problema. Pero, para eso fue necesario definir las técnicas apropiadas para obtener esa información que el estudio demandaba.

Para cada uno de los métodos y técnicas se elaboró un protocolo y se diseñaron los instrumentos respectivos. Se aplicaron encuestas con la intención de conocer los motivos que tienen los estudiantes durante el primer semestre 2019 que estaban cursando para analizar su opinión sobre la creación de la propuesta del periódico digital. Para la implementación de la misma, también, se elaboró un protocolo compuesto por un cuestionario estructurado mixto de preguntas cerradas a través de la tabla Likert.

De igual forma, se aplicaron dos protocolos de entrevista a expertos en temas de diseño y creación de periódicos digitales, el primer especialista es Benjamín Jarquín, Gerente de Mercadeo/Docente universitario/Especialista en Mercadeo y la segunda entrevistada es Consultora en Marketing Digital, Sara Avilés. Según Bracker (1998), “La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto.” (p.

6) A través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite.

De manera que por medio de estas técnicas se pudo identificar la principal necesidad de los estudiantes de tener un medio para realizar prácticas que mejoren el aprendizaje y conocimientos, y que encaminen su perfil como profesionales.

Tratamiento de la información

Para respaldar la recolección y procesamiento de datos, se hizo uso de diversos instrumentos tales como, el tratamiento estadístico, que justifica la presencia de enfoque cuantitativo de esta investigación con la aplicación de la encuesta. Al igual que la entrevista con enfoque cualitativo para describir los fenómenos de estudio.

Población y muestra

Población

“La población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” según Hernández, Fernández y Baptista (p. 174). La población para este estudio está conformada por los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y el turno vespertino.

De acuerdo con los datos proporcionados por la coordinación de comunicación de la UNAN-Managua hay un total de (310) estudiantes de la carrera de ambos turnos, por lo que esa fue nuestra población.

Muestra

Tipos de Muestreo NO Probabilístico; se basan en el muestreo teórico o dirigido a un fin por conveniencia de tipo decisional donde los investigadores utilizan su criterio para seleccionar los elementos de una muestra Munch Galindo (1996, p. 165 p).

De acuerdo a los datos proporcionados de la Coordinación de la carrera, se tomaron en cuenta a 10 estudiantes por cada año de primero a quinto, de ambos turnos, teniendo un

total de 100 estudiantes encuestados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, por lo que esa fue nuestra muestra.

Operacionalización de las variables

El proceso de operacionalización de las variables cualitativas y cuantitativas son procesos metodológicos que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico. La variable es definida como “una cualidad, propiedad o características de las personas o cosas en estudio” (De canales, et al., 1989, p. 88)

Técnicas de análisis y procesamiento de datos

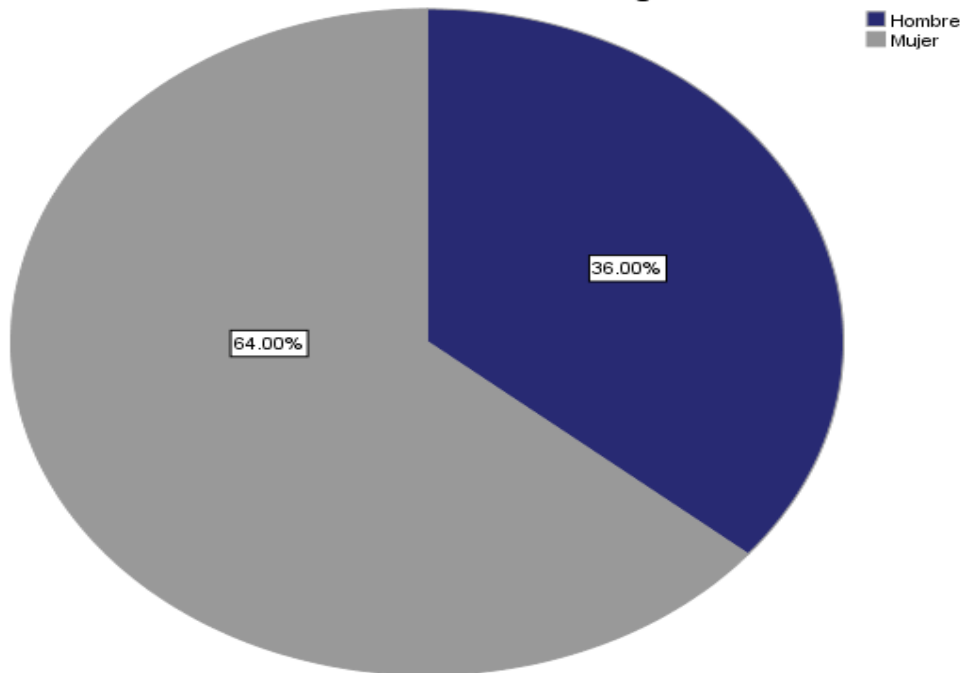
Una vez que se aplicaron los instrumentos de recolección de la información, fue necesario analizarlos y procesarlos para obtener los resultados que le dieron validez a la investigación, mismo que permitió interpretar, organizar y estructurar la información que arrojaron los resultados de los instrumentos.

En lo que respecta al plan de análisis de los datos cualitativos obtenidos a través de la encuesta a los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la presente investigación, se realizó de la siguiente manera:

Sistematización de la información: Se realizó la revisión de los datos que se recolectaran para un proceso de análisis sencillo encaminado al proceso de estudio de la información, donde se recopilaron las respuestas de los instrumentos para poder describirlos e interpretarlos de manera adecuada y segura.

VIII. Análisis e interpretación de los resultados

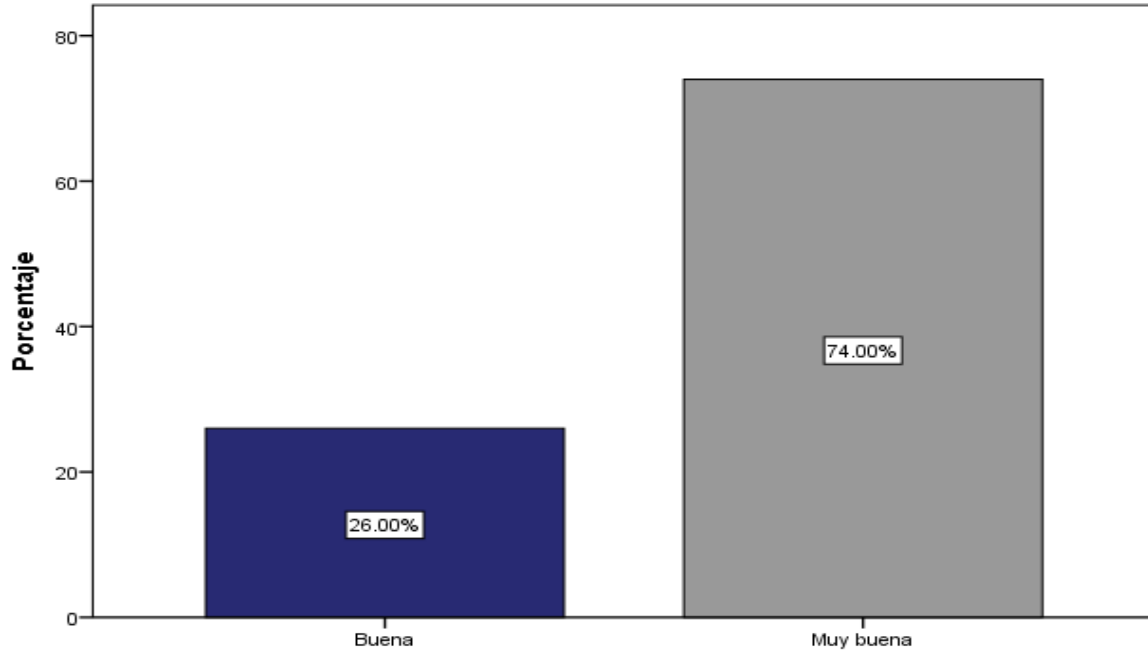
Sexo de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua



GRÁFICA No. 1: variable sociodemográfica sexo

Teniendo en cuenta que se encuestaron a 100 estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de todos los años y turnos, a través del proceso de tabulación de los datos se puede observar que el resultado en esta primera gráfica el número mayor de personas encuestadas es por parte del sexo femenino con 64% por lo que prevaleció más que el sexo masculino con un 36%, esto equivale al 100% de personas encuestada.

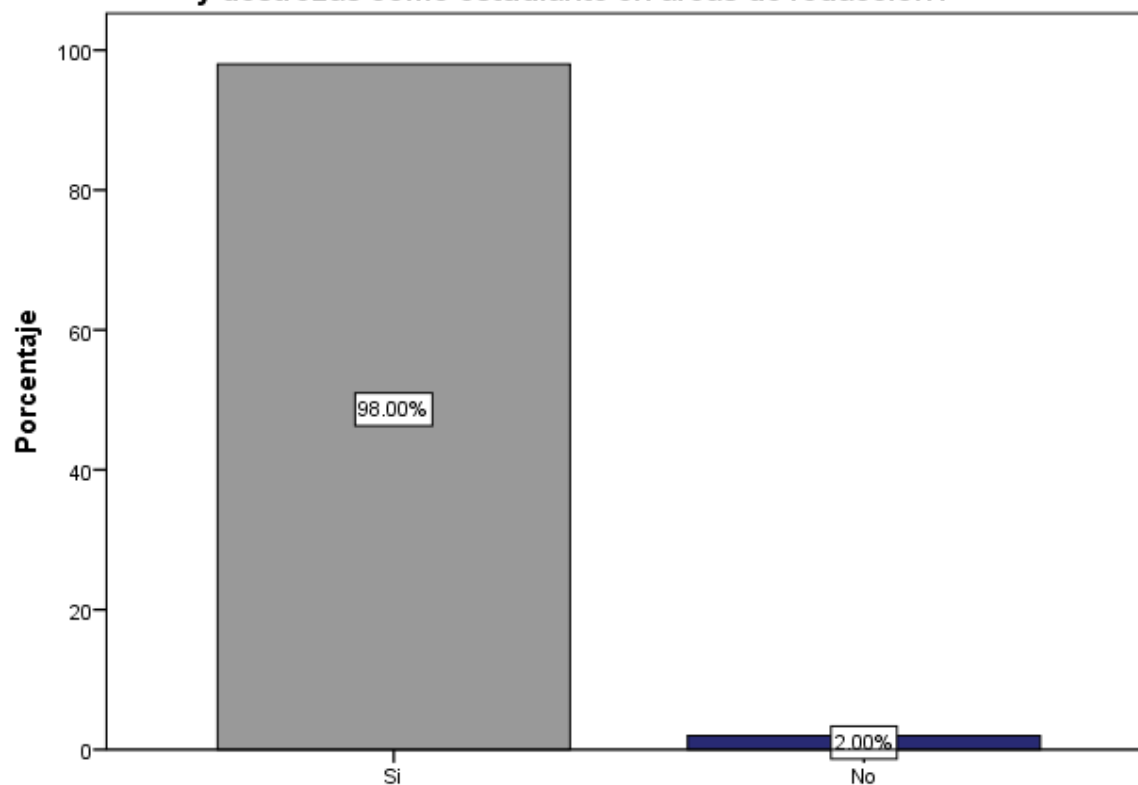
¿Qué le parece la propuesta de la creación de un periódico digital para fortalecer sus habilidades y destrezas en temas de redacción periodística?



GRÁFICA N°2

A través de esta gráfica No. 2 se identifica que el 74% de la población encuestada dijo que la propuesta de un periódico digital universitario era muy buena y el 26% restante seleccionó la otra opción buena. Cabe mencionar que también se les dio otras opciones como mala y pésima, sin embargo, no fueron seleccionadas, por lo que ratificamos lo importante y positivo que es para la carrera de Comunicación para el Desarrollo la creación de este nuevo medio digital, para fomentar el aprendizaje académico en diferentes áreas como lo expresa la Msc en marketing digital (Avilés, 2019) dijo que “Es positivo porque les permite potenciar las competencias de extracción de ideas concretas para que se difundan en mensajes sencillos de asimilar para la audiencia”. Y ya que tiene un gran poder de penetración masivo, y se debe de aprovechar de forma positiva.

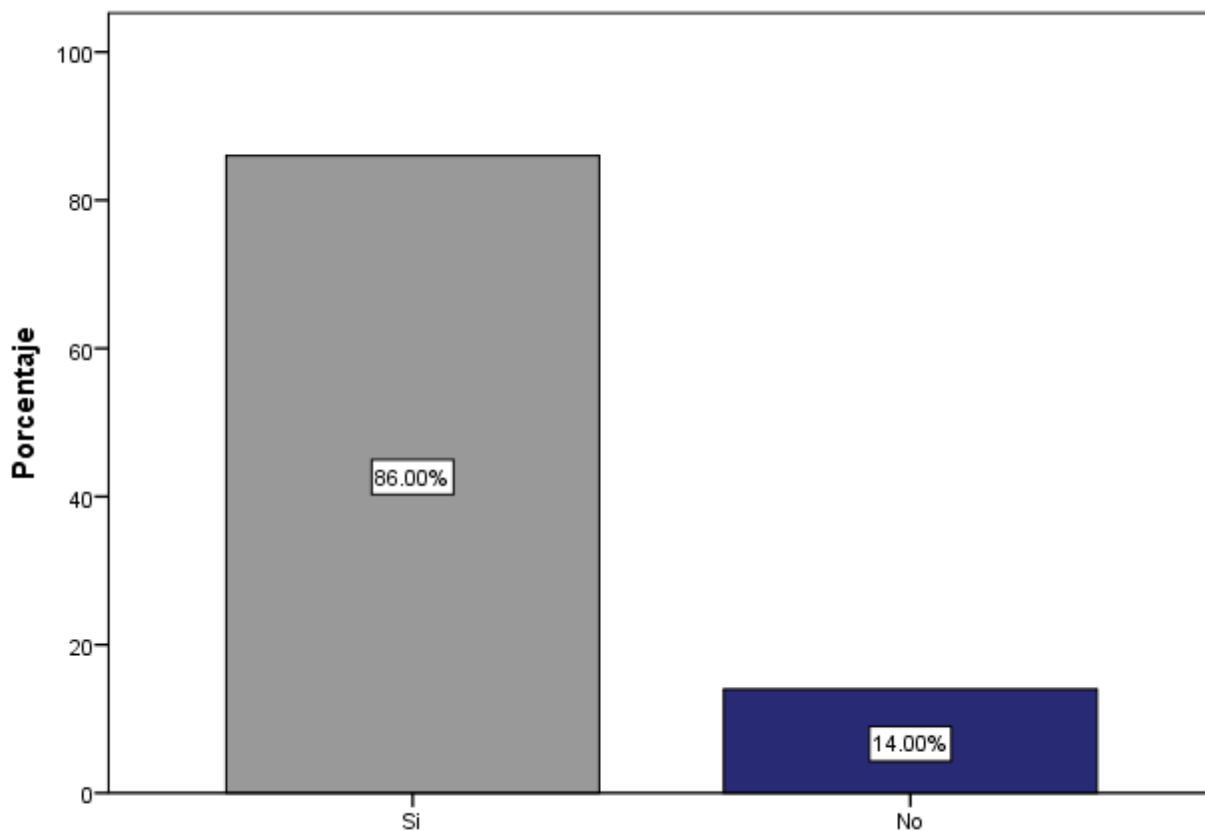
¿Cree que con la existencia de este periódico digital mejorarían sus habilidades y destrezas como estudiante en áreas de redacción?



GRÁFICA N°3

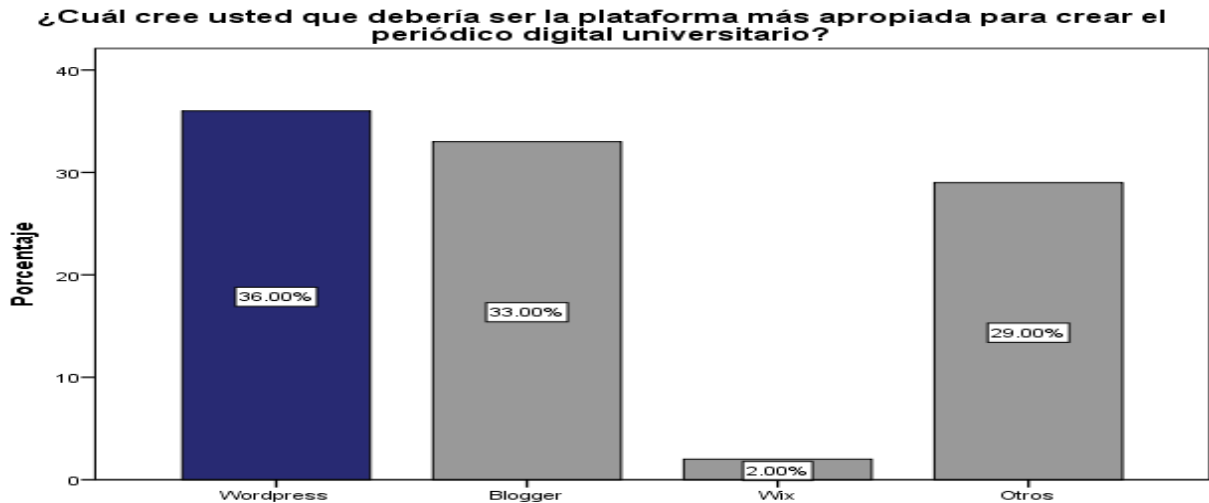
En esta gráfica N°3 se puede notar que un 98% de los estudiantes encuestados respondieron que Si, les parece que la creación de un periódico mejoraría sus habilidades y destrezas en áreas de redacción, y apenas el 2% restante dijo que No. Como vemos en el resultado hay un alto porcentaje que está de acuerdo que, si haya un medio de estos, ya que es un elemento integrador de la comunicación, indispensable y fundamental para el aprendizaje, a como lo dice (Rocha, 2002) un comunicador no puede ser competitivo sino tiene el manejo de la tecnología de la información, lo que implica el conocimiento de nuevos lenguajes y la habilidad de manejar nuevas herramientas tecnológicas. Por lo que un periódico digital sería un gran reto para cualquier estudiante de comunicación, más porque se trata de generar contenido donde se pone a prueba las habilidades de redactar, diseñar y crear notas de prensa escrita.

¿Realizaría prácticas de familiarización/profesionalización en este medio digital universitario?



GRÁFICA N°4

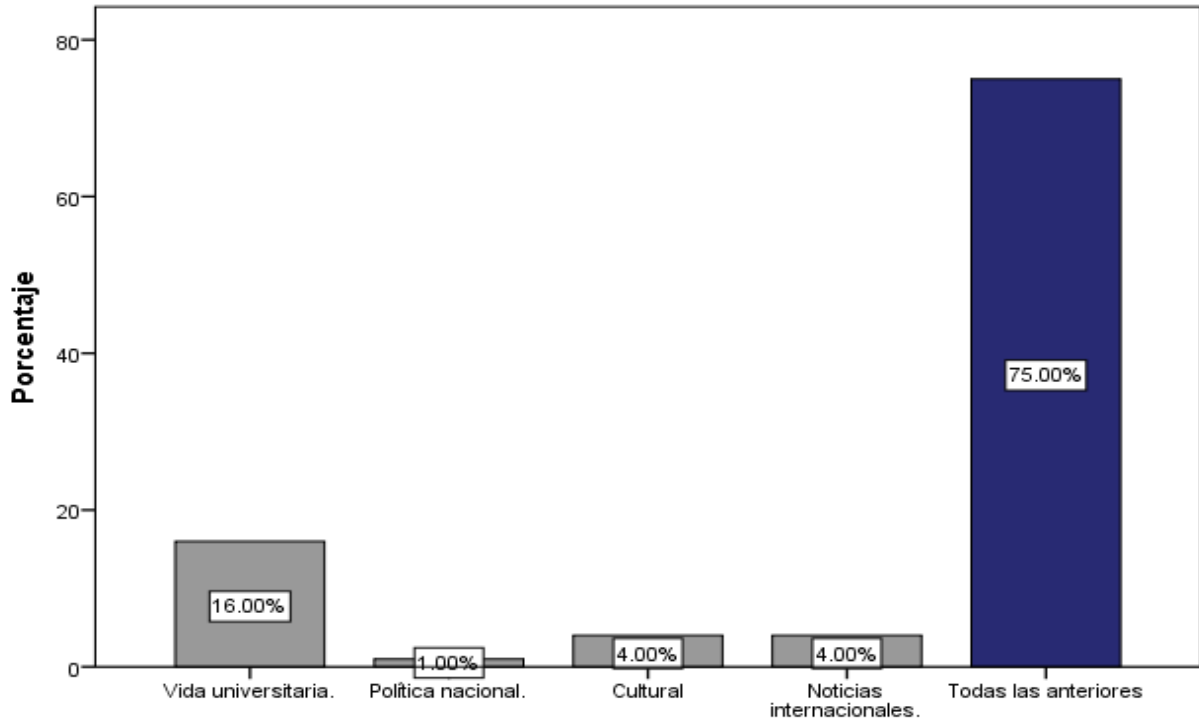
El 86% de estudiantes respondieron que si harían práctica en la creación de un medio digital como este, sin embargo, el 14% dijo que no, este último porcentaje lo relacionamos con el hecho de que hay estudiantes que no están interesados en especializarse en estas áreas, pues recordemos que la Comunicación es amplia en todos sus sentidos, por lo que habrá quienes prefieran hacer prácticas en otro tipos de medios como la Televisión, Radio o en instituciones como relacionista público, etc. Como lo plantea (Fernández, 2013) lo primero que hay que considerar es que el alumno sepa cuál es el rubro que más le gusta y empaparse de la cultura de la institución o empresa a la cual quiere pertenecer, puesto que la elección adecuada es el primer paso en el desarrollo de la carrera profesional que la persona desea en el futuro. Por tanto, quienes respondieron que Sí es porque les interesa el hecho de crear un perfil de comunicador apegado a estas áreas de redacción y prensa escrita.



GRÁFICA N°5

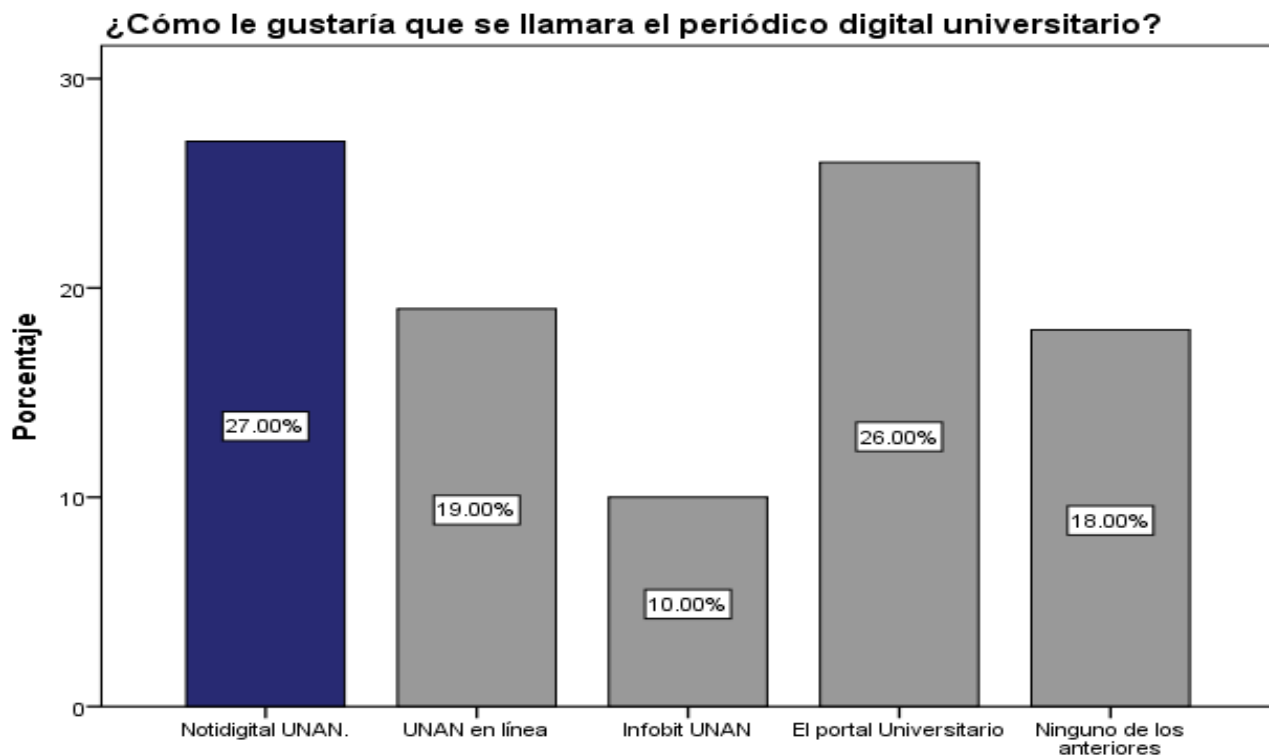
Como podemos observar el 36% de las personas encuestadas dijeron que la plataforma en que se debería de crear el periódico digital es WordPress, 33% dijo Blogger, el 2% Wix y un 29% dijo otros. Cabe mencionar que todas las plataformas seleccionadas son gratuitas y de fácil uso, igual que WordPress como lo confirma la entrevistada (Avilés, 2019) “WordPress, es un administrador de contenido de fácil uso y mantenimiento” esto se debe a que está mejor integrado con las redes sociales que otros sistemas de contenido, en todo caso es ideal para la creación del periódico digital no sólo por ser gratuito, sino porque es un software en código abierto que posee millones de usuarios y, por tanto, miles de desarrolladores que lo hacen cada vez más personalizable. Sin embargo, existen mejores plataformas que las que hemos mencionado, pero a veces tienen un costo para utilizarlas, por eso es considerable el hecho de que los estudiantes no concordaran con las opciones propuestas y prefieran otras plataformas. Además se puede trabajar con la TIC que está a disposición para los estudiantes de la UNAN-Managua.

¿Qué secciones cree usted que se podrían presentar en el periódico digital universitario?



GRÁFICA N°6

En la gráfica No. 6 se observa que el 16% escogió la sección Vida Universitaria, el 8% eligió las secciones de Cultura y Noticias internacionales, un 1% expreso que debe de ser incluido Política nacional y el porcentaje restante con un 75% expreso que todas las anteriores debido a que en todo periódico todas las secciones tienen relevancia, aunque más algunos que otros, las secciones deben de ser variadas. Por lo que el resultado confirma la teoría de (Soong, 1997) la cual nos dice que típicamente, un periódico se encuentra dividido internamente en varias secciones que pueden incluir noticias locales, noticias internacionales, negocios y economía, deportes, política, medio ambiente, clasificados, entrevistas, columnas de opinión, cartas de los lectores, entretenimiento, arte y cultura, entre otros. También lo ratifica uno de los entrevistados de esta investigación (Jarquín, 2019) “Los temas que se deben de incluir son los sociales deben de ser siempre un baluarte dentro de los universitarios al igual que los temas como tecnología, educación, cultura, noticias de los mismos universitarios, ya que son temas que posee mucho déficit en nuestro país”.



GRÁFICA N°7

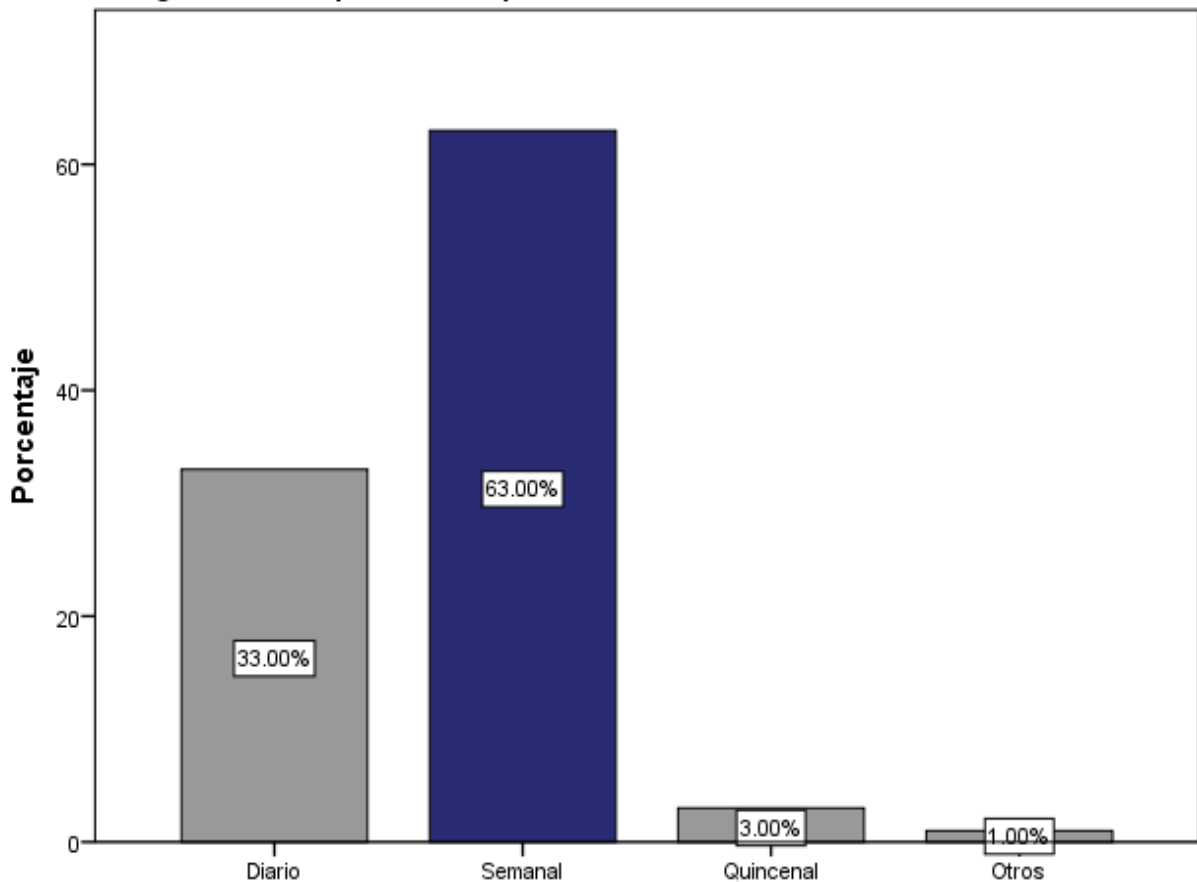
En esta gráfica se les brindó varias opciones de nombres para el periódico digital a los encuestados, cuyo resultado es del 27% dijo que dicho medio debía de llamarse Notidigital UNAN, un 19% UNAN en línea, el 10% Infobit UNAN, un 26% seleccionó El portal Universitario y el 18% dijo que ninguno de los anteriores por lo que recomendaron algunos nombres que les mostramos a continuación: (UNAN en el mundo, Noticias UNAN, Periodigital y UNAN-Managua informa). Sin embargo, es importante mencionar que el más alto porcentaje es Notidigital UNAN. Teniendo en cuenta que el tema de elegir un nombre para los medios de comunicación alternativos es de vital trascendencia en la venta de productos o servicios, pues pueden influir y lograr que dichos medios generen gran audiencia y ser reconocidos por parte de estos a través del nombre, (Jarquín, 2019).



GRÁFICA N°8

Como podemos observar en esta gráfica el 10% de los estudiantes encuestados estuvieron de acuerdo que se incluyera el segmento de educación, un 6% dijo que se debe de incluir literatura, un 2% que los segmentos son la parte esencial de todo medio de comunicación, y que en cada una de ellas se pueden incluir una gran variedad de artículos y materiales para generar contenido e información, Castillo, (2014) dice que para elegir los segmentos de un periódico se debe de analizar primero cómo son las participaciones de las audiencias en estos medios. Por ejemplo, en el segmento de educación se recogen todas las noticias referentes al mundo de la enseñanza (escuelas, universidades, pedagogía, etc.) Por otro lado, el segmento de Literatura recauda todas las historias basadas en figuras literarias, arte y música. En cuanto a moda, esta tiende a llamar más la atención a adolescentes y jóvenes, pues trata sobre farándula y espectáculos de actores reconocidos o figuras públicas. El segmento Cine es más de entretenimiento e informativo, interesado por personas que están pendientes de las carteleras para ir a ver una película, o también conocer una narración descriptiva de cualquier película en exhibición. Referente a esto, también se pueden incluir todos estos segmentos pues de eso se trata, que los lectores del periódico tengan una gama de opciones a leer y entretenerse.

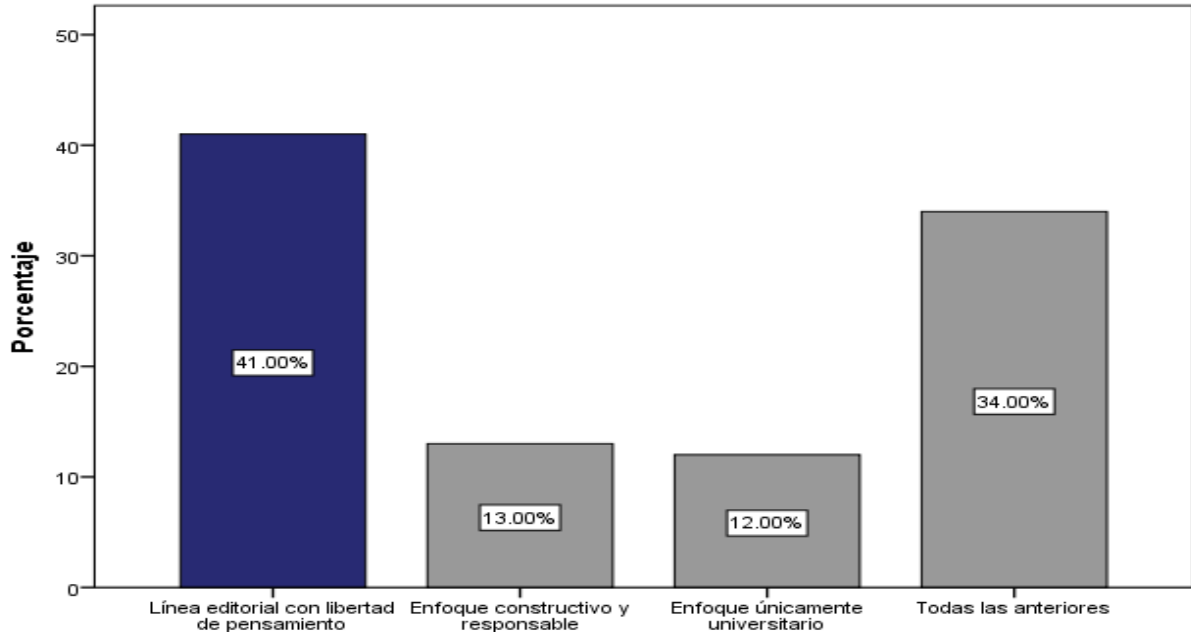
¿Cuál cree que sería la periodicidad del medio informativo?



GRÁFICA N°9

En esta gráfica el resultado es de 33% de los alumnos dijeron que la periodicidad del medio debe de ser diario, el 63% dijo semanal y un 3% expresó que es mejor quincenal, mientras que el 1% selecciono otros. Por lo que el resultado más alto es de 63% esta cantidad coincide con los entrevistados de esta investigación, por ejemplo (Avilés, 2019) dice que el periódico sería mejor semanal, puesto que les daría espacio y tiempo a los estudiantes a prepararse para realizar contenidos del día a día en uno solo. De la misma manera (Jarquín, 2019) explica que lo ideal, según la cantidad de páginas o contenido para dar inicio sería un boletín semanal, ya que la investigación requiere tiempo y medios que necesitarían adquirir con el tiempo.

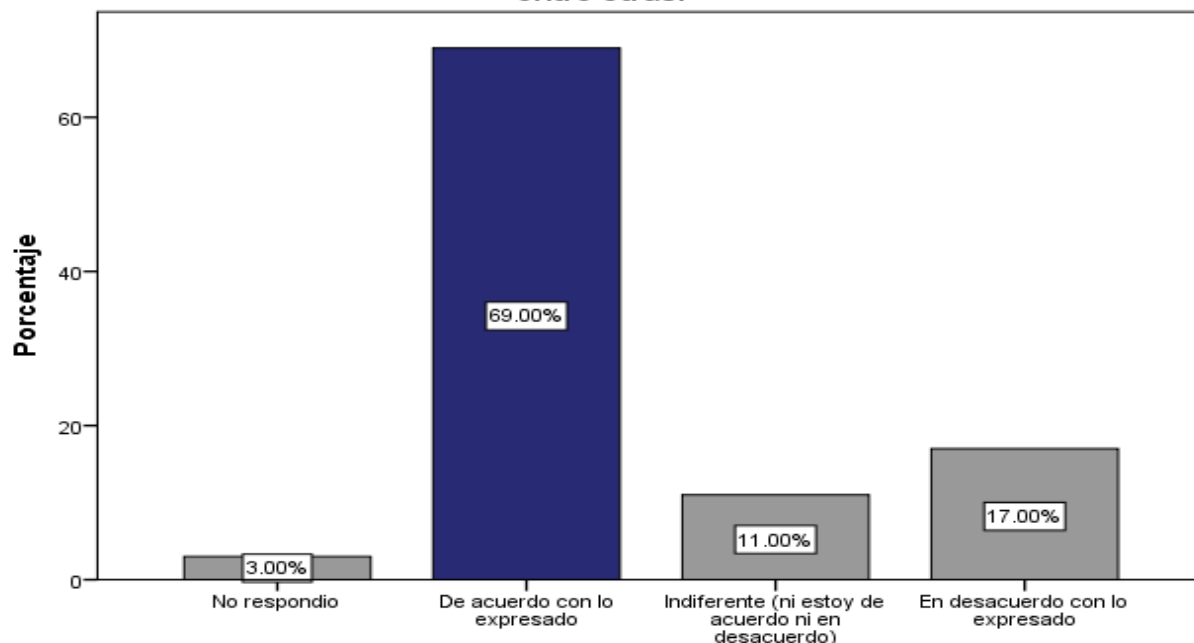
¿Con qué políticas de trabajo cree que podría desarrollarse el periódico digital?



GRÁFICA N°10

Como refleja en esta gráfica No. 10, el 41 % de los estudiantes dicen que las políticas de trabajo del periódico debería ser una línea editorial con libertad de pensamiento, un 13% señaló que debe ser con enfoque constructivo y responsable, el 12% dice que debe ser con enfoque únicamente universitario, y el 34% señaló todas las anteriores. Sin embargo, el porcentaje más alto y la política en la que se debe guiar el medio de comunicación son con libertad de pensamiento, bajo esta línea también Jarquín, (2019) señaló que el periódico debe de ir encaminada a una “línea editorial abierta en donde los estudiantes puedan aportar ideas en diferentes secciones del periódico y donde los estudiantes puedan desarrollarse con reglas de trabajo claras”. Por su parte, Hugo (1996. p. 119) afirma: “No existe un modelo único de principios editoriales y esta generalidad corresponde y constituyen un conjunto de principios formulados explícitamente por la empresa y están destinados a inspirar la filosofía, el planteamiento y los objetivos generales del medio que promueven, así como orientar sus pautas de funcionamientos cotidianas”. Es decir, la línea editorial depende de los creadores del medio como tal, sin embargo para establecerla deben de regirse por normas y reglas.

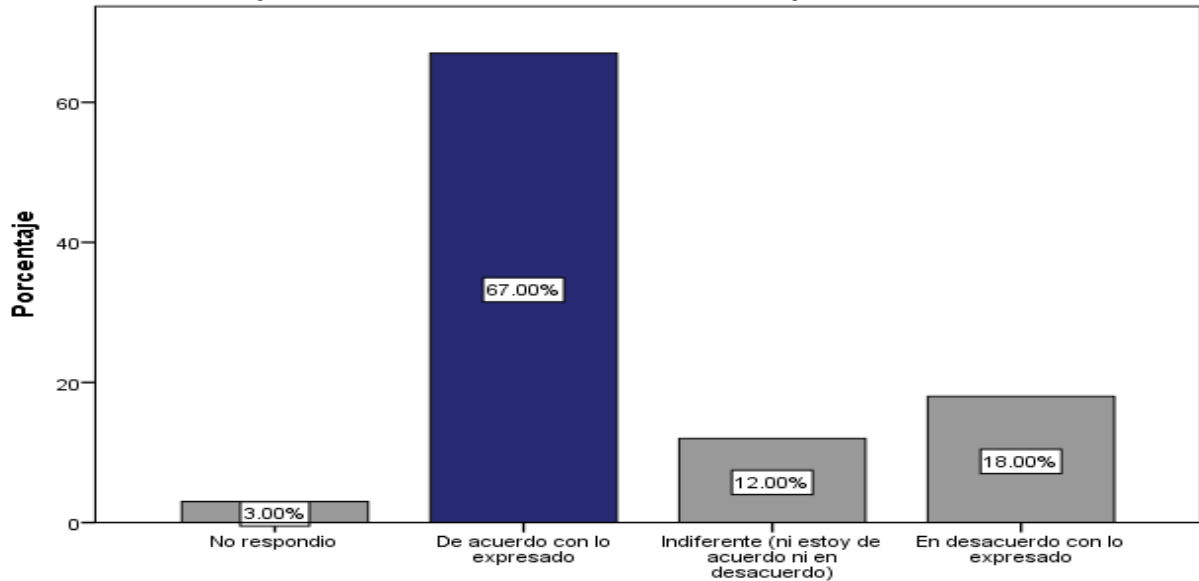
El periódico digital universitario permitiría que los estudiantes desarrollen, mediante trabajo cooperativo, habilidades en redacción, comunicación gráfica entre otras.



GRÁFICA N°11

La gráfica 11 arroja un resultado en que el 69% de los estudiantes respondieron estar de acuerdo con lo expresado de que a través del periódico se puede desarrollar más su potencial y habilidades, por otro lado, un 11% dijo ser indiferente ante lo expresado, el 17% dijo estar en desacuerdo y un 3% no respondió en la tabla. Sobre esto (Jiménez, 2007) dice que para el estudiante de periodismo estas herramientas cobran vital importancia puesto que constituyen la base del periodismo actual donde los periódicos, al igual que las organizaciones empresariales, luchan por un posicionamiento digital. Un periodista o un estudiante del mismo que no conozca estos recursos o no sea capaz de utilizarlos dejarán de ser competente en áreas de redacción y prensa digital.

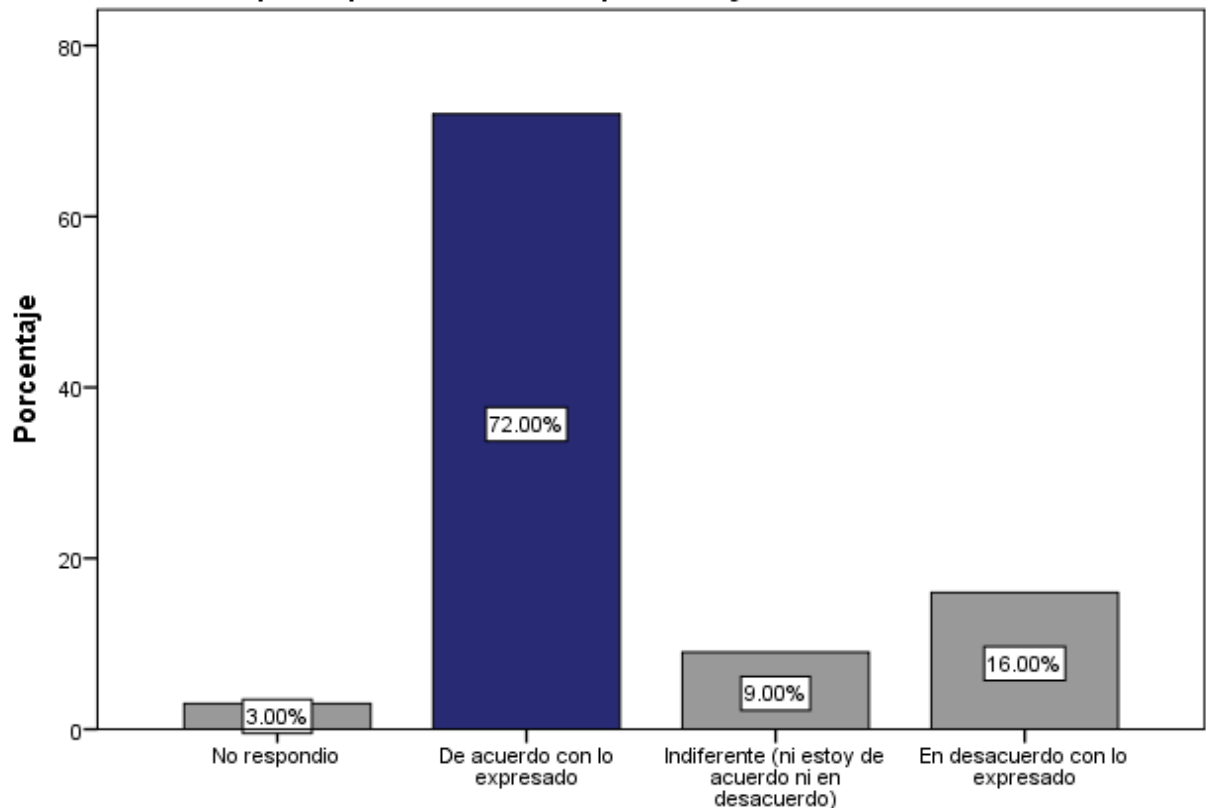
Usted considera que la creación de este periódico sería una motivación para especializarse en temas de redacción periodística.



GRÁFICA N°12

Se puede apreciar en esta gráfica que un 3% de la población encuestada no respondió a la interrogante, el 67% dijo estar de acuerdo, el 12% fue indiferente y el 18% dijo estar en desacuerdo. Uno de los autores citado en el marco teórico (Alla, 2011) expresa que “los motivos no se encuentran aislados en la personalidad sino integrados en sistemas que en su expresión más compleja están mediatizados por la conciencia y la autorregulación. Esto tipifica de modo particular la motivación humana”, eso quiere decir que la motivación profesional es esencial en la vida del sujeto puesto que lo orienta hacia el ejercicio de una futura profesión. En estos motivos se encuentran todas aquellas cosas que se presentan y donde el estudiante pueda ejercer dominio, ganas y energía, para que pueda motivarle. En pocas palabras, si el periódico para ellos resulta ser una vía de aprendizaje en ramas de la comunicación y están interesados en la creación del medio, los mantendrá motivados.

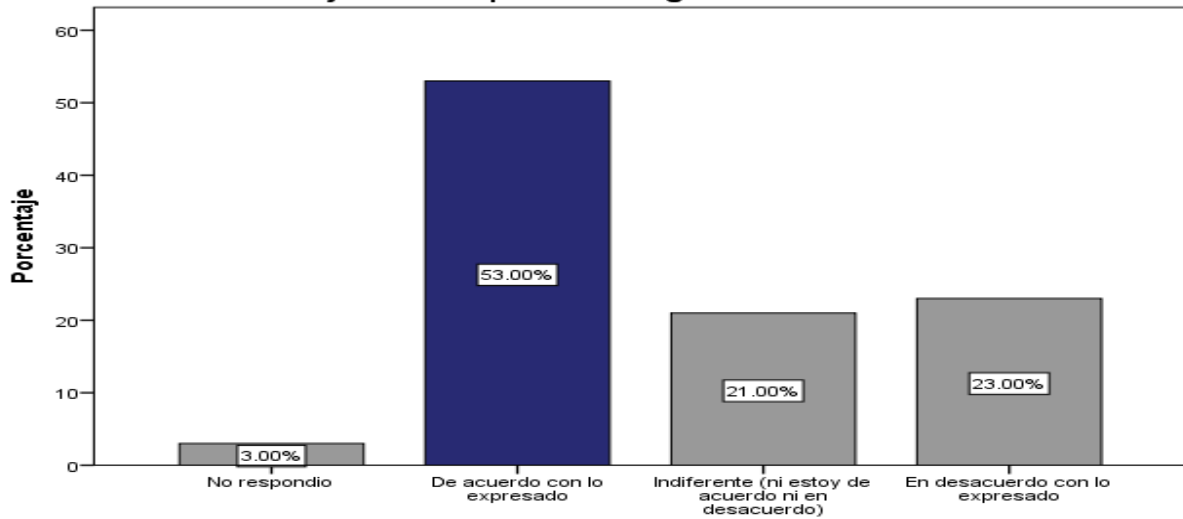
Cree que la universidad debería de implementar esta propuesta para que exista otro espacio para reforzar el aprendizaje de los estudiantes.



GRÁFICA N°13

La gráfica da como resultado que un 72% dice que está de acuerdo para que la universidad implemente el periódico digital como un espacio de aprendizaje, el 9% es indiferente, el 16% está en desacuerdo y un 3% no respondió. Aunque la universidad cuenta con la radio y televisión en línea, vemos la importancia representada en la mayor cantidad de personas que les gusta la idea de que se implemente esta propuesta, para que estudiantes puedan crear un perfil académico más profesional y que no vayan con esos vacíos en temas de redacción y prensa. Teniendo en cuenta según (Jarquín, 2019), dijo que si la universidad llegara a implementar este proyecto sería positivo, ya que de esta manera los estudiantes puedan tener una prueba de lo que es el mundo laboral y así enfocarse en el campo específico que más les gusta, que los encamine a un único perfil profesional teniendo en cuenta las responsabilidades que esto conlleva.

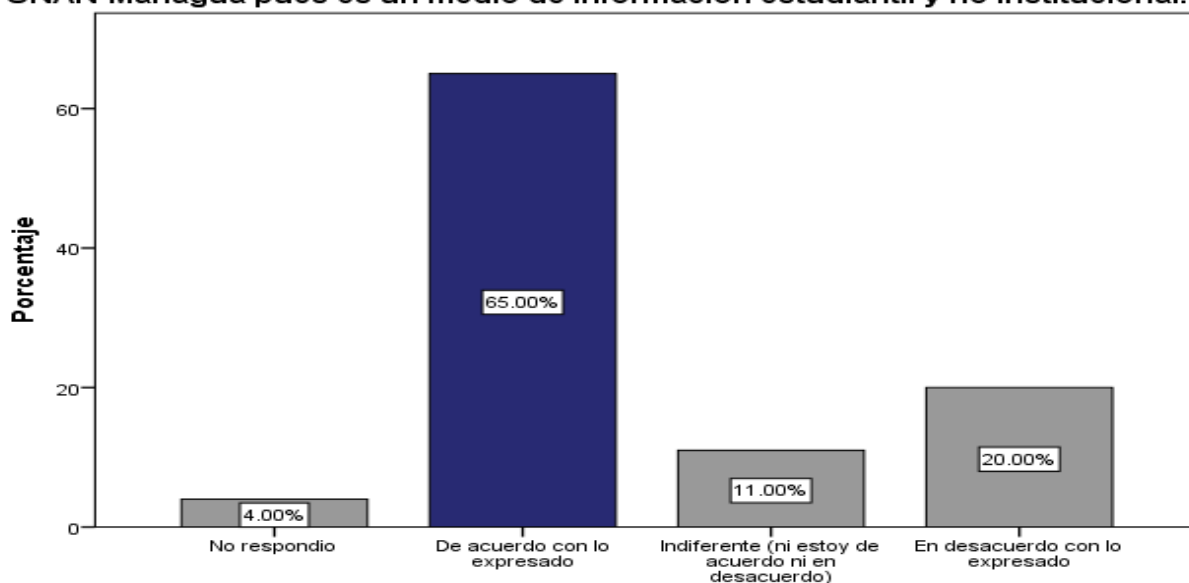
Estaría de acuerdo que fueran únicamente estudiantes quienes elaboraran y trabajaran en el periódico digital universitario.



GRÁFICA N°14

Como podemos ver los resultados arrojan que un 53% de los encuestados están de acuerdo que sean únicamente los estudiantes que elaboren y trabajen en medio, 3% no respondió, mientras que el 21% fue indiferente y el 23% estuvo en desacuerdo. Aunque prevaleció más el hecho de que sean únicamente los alumnos de la carrera quienes dirijan el periódico, la especialista entrevistada (Avilés, 2019) asegura se debe de crear un consejo editorial por cada carrera, y esto obviamente debe de ser dirigido por las autoridades de la universidad. Por otro lado (Jarquín, 2019) expresó que “lo más importante en todo proyecto debe de ser la claridad de ideas de lo que desean realizar, una planificación correcta de cada paso y una visión de lo que se desea alcanzar son claves, además de acompañamiento de docentes y especialistas con experiencia”. Por lo que sería viable, de acuerdo a los especialistas entrevistados que el periódico digital fuera administrado únicamente por profesionales de la carrera de Comunicación, Diseño Gráfico, Marketing Digital y docentes a fines a estas carreras.

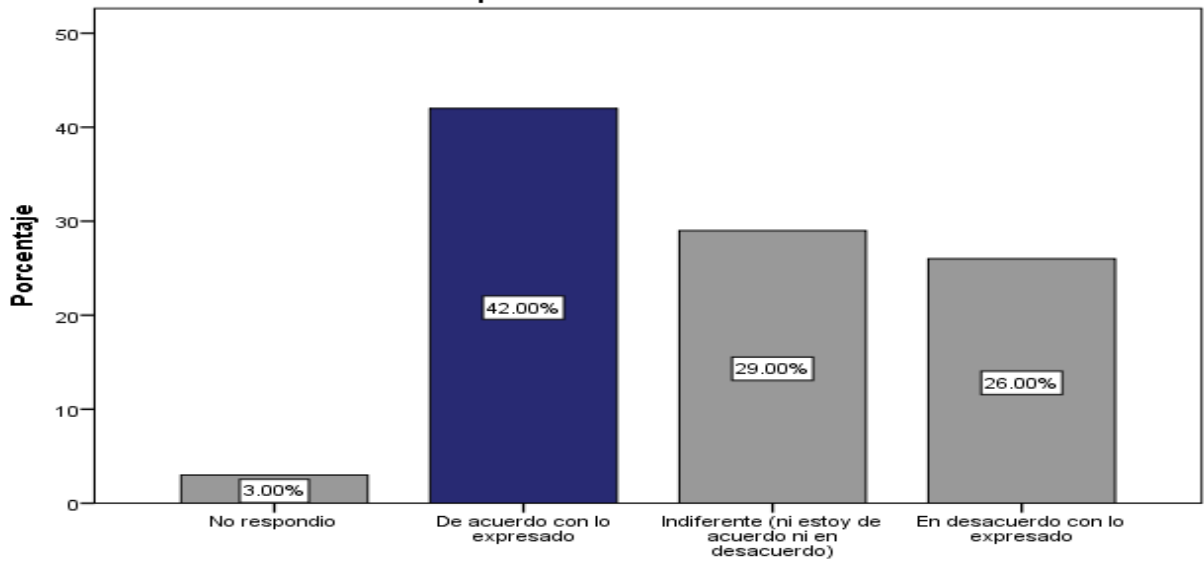
Cree que el periódico digital debe ser independiente de la página web de la UNAN-Managua pues es un medio de información estudiantil y no institucional.



GRÁFICA N°15

De acuerdo con esta grafica el 65% de los estudiantes cree que el periódico digital debe de ser independiente de la página web de la UNAN, 11% de los encuestados fueron indiferentes, 4% no respondió y el 20% dijo estar en desacuerdo. (Jarquín, 2019) dice que “se deben de tomar o trabajar las secciones que sean de interés para el desarrollo personal de cada uno, que puedan crecer en una línea propia pero que todos se puedan desarrollar juntos no unos más que otros, igualmente que se puedan capacitar para desarrollarlo con todo el compromiso posible”. Por lo que ratificamos que si el periódico es independiente de la página sería pertinente pues de esa manera se crearía una línea nueva y propia.

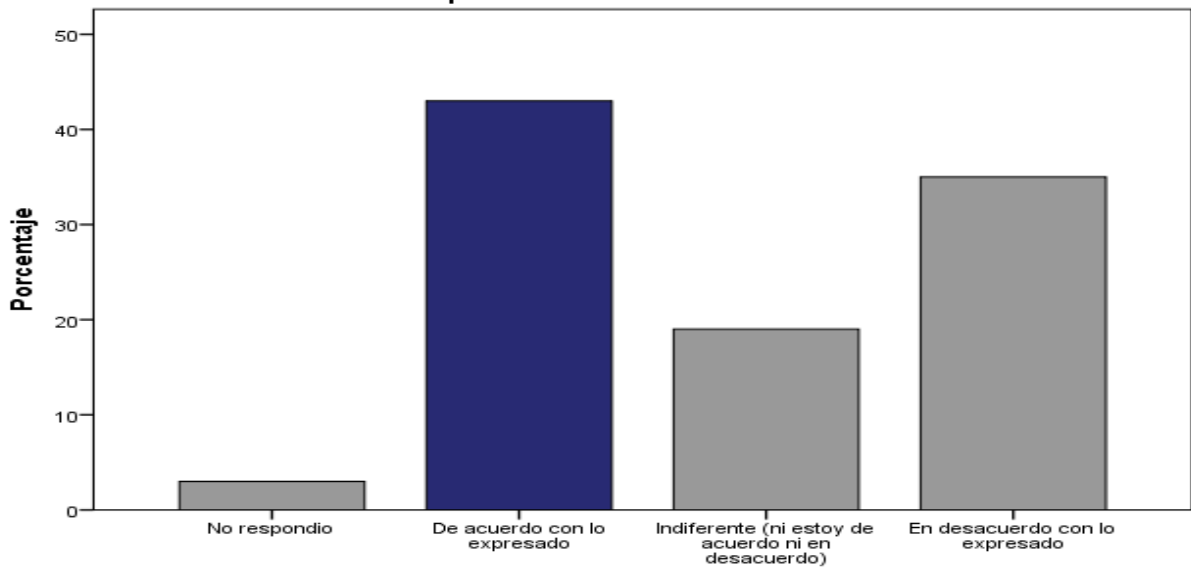
Cree usted que el tiempo que deben de involucrarse con el periódico digital sea hasta que terminen la carrera.



GRÁFICA N°16

En esta gráfica el resultado equivale a que el 42% de la población encuestada dijo que sólo los estudiantes activos deben de involucrarse en el periódico, otro porcentaje del 26% de los encuestados dijo estar en desacuerdo, mientras que un 29% fue indiferente, y un 3% no respondió.

Cree usted que el periódico digital debe estar involucrada solamente la carrera Comunicación para el Desarrollo u otras carreras.



GRÁFICA N°17

En esta gráfica se puede connotar que el 43% está de acuerdo que se incluyan a más carreras afines, un 19% fue indiferente, asimismo un 35% estuvo en desacuerdo y un 3% no respondió a la interrogante. Referente a estos resultados (Avilés, 2019) Aconsejo que en el periódico deben de haber un equipo de trabajo que esté formado por “Mercadólogos, diseñadores, programadores y comunicadores”. Por tanto es importante retomar la idea de que no solo los estudiantes sean los únicos involucrados en el periódico.

IX. CONCLUSIÓN

- ❖ Este trabajo investigativo está enfocado en proponer el diseño de un periódico digital, cuya idea tuvo gran aceptación entre los encuestados, puesto que la carrera de Comunicación no cuenta con un espacio de prensa escrita para que los estudiantes desarrollen sus habilidades y destrezas en redacción periodística, por lo sería muy útil para su formación académica.
- ❖ La propuesta de este diseño aportaría a cada estudiante la que conocemos como retroalimentación, enseñanza y práctica en el campo de la Prensa Escrita Digital, Ciberperiodismo, Multimedia, Diseño Gráfico, etc. Todo esto a través de las distintas herramientas digitales, tanto como audiovisuales y de edición para la publicación de videos y notas informativas sobre los eventos, programas, ferias o cualquier otra actividad que lleven a cabo docentes, estudiantes y autoridades de la UNAN-Managua.
- ❖ Además de aportar conocimientos a los estudiantes de la carrera de Comunicación, esta propuesta ayudaría a que otras carreras como Marketing Digital, Medicina, Historia, Antropología, entre otras, se vean involucradas para la realización de reportajes o artículos que lleguen a complementar en los segmentos del periódico.
- ❖ De igual forma, este periódico digital beneficiaría a toda la comunidad universitaria puesto que a través de él, las personas se mantendrían más informadas de las noticias que suceden alrededor del recinto y de las carreras involucradas.
- ❖ En cuanto a los elementos para el diseño del periódico universitario digital, vemos la necesidad de crear este espacio, teniendo en cuenta los resultados del protocolo de encuesta y entrevista. Para empezar, el medio se estaría creando a través de Wordpress, puesto que es una plataforma de rápido acceso y gratuita, las secciones estarían encaminadas bajo los segmentos de vida estudiantil (cultura, deporte, política, cine, literatura, moda, educación, entre otras). Además su periodicidad

sería semanal para recolectar la información y contenido que se van a publicar. Las políticas de trabajo estarían encaminadas a una línea editorial con libertad de pensamiento de los estudiantes.

- ❖ Por otro lado, el nombre que obtuvo mayor aceptación entre los encuestados fue Notidigital UNAN, sin embargo, las personas encuestadas dieron algunas recomendaciones para el nombre del periódico tales como; UNAN en el mundo, Noticias UNAN, UNAN-Managua informa y Periodigital. Y con respecto a la administración del periódico sería viable de acuerdo a los encuestados y entrevistados, que se realizara un consejo de directores para nombrar únicamente a especialistas y profesionales de la Comunicación, Diseño y Marketing o Docentes a fines a estas carreras.

- ❖ Finalmente para la presentación de esta propuesta se tomó en cuenta la opinión de los diferentes estudiantes de los distintos años tanto del turno matutino como vespertino, vinculado a sus destrezas y habilidades en temas de redacción periodísticas, para retroalimentar y pulir cada una de ellas, a través de este espacio en línea, con el objetivo de que ellos se sientan parte del proyecto y que se apropien del mismo, para que como estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo cumplan con el rol fundamental de informar y velar por el bienestar de toda la comunidad universitaria.

X. RECOMENDACIONES

- ❖ Estas recomendaciones son con el fin de fomentar, recrear y retroalimentar el conocimiento en redacción y prensa escrita de cada estudiante en el área académica, a través de la propuesta de la creación de un medio digital y todo lo desarrollado alrededor del mismo, por lo que se recomienda la ejecución de este periódico digital lo más pronto posible.
- ❖ Se recomienda tener encargados(as) de las carreras de Comunicación, Marketing, Diseño u otras carreras afines, pero con el dominio y especialización en la búsqueda de información, de igual forma, que realicen alternativas distintas que cumpla con los requerimientos de un lenguaje digital, de utilización de herramientas virtuales y de interacción, enseñándoles lo nuevo en tecnología, multimedia y el buen cumplimiento, de tal manera que puedan brindar acompañamiento a los estudiantes involucrados en el periódico. Además de ser la persona que dirija y administre el medio debe de fomentar un mejor ambiente de enseñanza hacia los estudiantes mejorando las vías de comunicación, además de motivar a los estudiantes con cursos que tengan que ver con proyectos audiovisuales, redacción y prensa escrita.
- ❖ De igual forma, se recomienda la realización de cursos, talleres o capacitaciones de prensa escrita, audiovisual y multimedia, para que a través de estos, se pueda conocer las expectativas de los estudiantes, inconformidades o bien las capacidades de los estudiantes, de tal manera que se pueda lograr la cercanía con este medio digital y así afinar su aprendizaje con las herramientas de comunicación y las nuevas tecnologías.
- ❖ Para la descripción de los elementos y llevar a cabo esta propuesta se debe de tomar en cuenta los distintos medios digitales de comunicación, además conocer cada uno de los segmentos los cuales se llevaran a cabo en él y la aceptación que tiene en los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, de la misma forma cumplir con cada una de sus necesidades y expectativas, teniendo en cuenta que todos estos

elementos fueron tomados en relación de las opiniones de cada uno de los estudiantes encuestados.

- ❖ Finalmente se recomienda una vez ejecutada la propuesta promover un sentido de pertenencia en los estudiantes de Comunicación para el desarrollo, a través de charlas motivadoras, para que ellos puedan acercarse al periódico digital.

XI. Bibliografías

- Alla, S, 2011 “Adictos a la comunicación: guía para periodistas y bloggers independientes”. Guatemala: Maestros del Web
- Andrés Ricardo Novoa, 1981 “Conceptos básicos sobre comunicación”. Costa Rica: CIDIA Turrialba.
- Aznar, H, 1996. “El compromiso ético de las empresas de comunicación la función de los principios editoriales, comunicación y Estudios Universitario” núm. 6, pág119-128.
- Benito, V., Ferrer, V., y Ferreres, V. (1995). “La formación universitaria a debate. Análisis de problemas y planteamiento de propuestas para la docencia y la formación del profesorado universitario” Barcelona, España: Publicaciones Universidad de Barcelona.
- Bruguera, E 2007. “*Los blogs*”. Barcelona: UOC.
- Corcino, M 2003. “Habilidades y destrezas de las personas”, México.
- Carrera, P 2008. “*Periodismo en la era de internet Claves para entender la situación actual de la información periodística en España*”. Barcelona: Ariel. S.A.
- Castillo, L 2014. “Interactividad y audiencias en los periódicos digitales”. México.
- Díez, S 2006 “Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa”. España: Editorial Vigo.
- Delgado, H. (24 de octubre de 2018). *akus.net Diseño Web*. Obtenido de akus.net Diseño Web: <https://disenowebakus.net/world-wide-web-www.php#comentarios>.
- Díaz, L 2010, “Propuesta para la creación seguimiento; Medio virtual enfocado en periodismo de investigación en la ciudad de Santa Marta” Colombia, Santa Marta.
- Espinoza, G (2004) *El Periodismo Regional: El caso del semanario "El Faro del Callao"*, Tesis Digital UNMSM.
- García, A. 2007, “Aproximaciones al Periodismo Digital”. Madrid: Dykinson.

- González, C 2011 “Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural” España.
- García, A 2017, “Aproximaciones al periodismo digital”. Madrid: Los autores.
- Gutiérrez, B et al 2010, “El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española Signo y Pensamiento”. Colombia.
- Guardia, N 2009, “Lenguaje y Comunicación Nisla Victoria Guardia”, San José, Cota Rica: Editorial Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, CECC/SICA.
- Gonzales, E 2008. “El periódico la lectura de la prensa escrita en el aula”. España: Solana e hijos artes gráficas, S.A.
- Herrera, H 2012. “Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social networks: a new diffusion tool”. *Reflexiones*, pág121-128.
- HootSuite, We Are Social. (30 de Enero de 2019). *We Are Social*. Obtenido de We Are Social: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.
- Jiménez, A et al (2007). “*Aproximaciones al periodismo digital*”. Madrid: editorial dykinson.
- Jaramillo, E 2003. “Periodismo Digital”. Quito: Quipus
- Jaramillo, E 2006. “Periodismo Digital”, un reto para América Latina. Quito: Quipus.
- Machado, Elías 2000. “La estructura de la noticia en las redes digitales. Universidad autónoma de Barcelona facultad de ciencias de la comunicación departamento de periodismo y ciencias de la comunicación doctorado en periodismo y ciencias de la comunicación”. Barcelona.
- Munch Galindo, L. (1996). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Editorial Trillas. Tercera Reimpresión.
- Montoya, S (2010). *Diseño y ejecución de la propuesta de creación del periódico institucional del colegio canadiense*”, Canadá.
- Rost, A (2006), “Propuestas para un Periódico Digital Interactivo” Argentina.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* (tesis doctoral) Universit Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.

- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Villalobos, F. (julio de 2001). “El saber tecnológico y la enseñanza en Comunicación Social: un modelo por armar. En: Diálogos de la Comunicación, Revista teórica de la Federación latinoamericana de Facultades de Comunicación Social” Lima, Perú.
- <https://comunidad.iebschool.com/claudiacmm/2014/06/18/creacion-de-un-periodico-digital-con-wordpress/>
- <https://www.emol.com/noticias/economia/2013/11/22/631212/diez-consejos-para-realizar-una-buena-practica-profesional.html>

XII. Propuesta del Periódico

Logotipo del Periódico Digital Universitario



54

Portada de la plataforma Web Wordpress





Mis sitios Lector Escribe

Preguntas frecuentes de estudiantes de primer ingreso de la UNAN-Managua

8 MARZO, 2019 · DEJA UN COMENTARIO · EDITAR

1. ¿Cuáles son los documentos que debo presentar para realizar prematrícula?

1. ¿Cuáles son los documentos que debo presentar para realizar prematrícula?

Certificado original de calificaciones de cuarto y quinto año (décimo y undécimo grado), para quienes estudian el bachillerato; certificado original de calificaciones de cuarto, quinto y sexto año (décimo, undécimo y duodécimo grado). Para quienes estudian magisterio o técnico medio; Dos fotografías originales tamaño carné de frente, idénticas y recientes; cédula de identidad (original y copia) para aspirantes mayores de 16 años y partida de nacimiento (original y copia) para aspirantes menores de 16 años.

Mis sitios Lector Escribe

Notidigital UNAN

8 MARZO, 2019 · DEJA UN COMENTARIO · EDITAR

Notidigital UNAN es una página universitaria dirigida sólo por estudiantes de la Carrera Comunicación para el Desarrollo para que puedan desarrollar un sinnúmero de destrezas y habilidades para su vida profesional y laboral.

Presupuesto para la Creación del Periódico digital Universitario Notidigital UNAN

Para poder llevar a cabo La propuesta de validación del periódico digital universitario se necesita de varios medios ya sean económicos y digitales, debido a que el periódico digital universitario carece de herramientas esenciales y de utilidad para poder llevar a cabo esta propuesta, por consiguiente se presenta un esquema de presupuesto para que este proyecto se pueda realizar de una manera viable y efectiva con el apoyo de la Coordinación de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo y el Departamento de Tecnología Educativa (TIC) de la Facultad de Educación e Idiomas para reforzar el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo.

- Se gestionara a la Coordinación de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo equipos como: Grabadoras, Cámaras fotográficas y de videos para que los estudiantes les den coberturas a las actividades que acontecen dentro del recinto universitario de la UNAN-Managua.
- Docentes que brinden de su tiempo para la preparación de los estudiantes en ámbitos como la redacción, edición de audio y video y manejo de plataformas digitales (Wordpress)
- Capacitación por parte del Departamento de Tecnología Educativa para que los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo adquieran habilidades y destrezas en el uso de las nuevas tecnologías.
- Acceso a computadoras con facilidad a internet y con los distintos programas de edición que existen actualmente: Adobe Photoshop, Adobe Ilustrador, Adobe Premiere, Adobe InDesign, Adobe Audition entre otros.
- Gestionar con Coordinación de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo una pequeña ayuda económica para que los estudiantes que realicen sus prácticas profesionales en el periódico digital universitario puedan movilizar de sus hogares hacia la universidad, asimismo brindarles de un bono alimenticio universitario.

Como la universidad no cuenta con los recursos necesarios para poder llevar a cabo tal proyecto, se hicieron una serie de recomendaciones para su implementación, de igual manera se gestionara a la Coordinación de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo para que se pueda llevar a cabo

XIII. ANEXOS



Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. “Comunicación para el Desarrollo”.

58

Estimado entrevistado el motivo de la presente encuesta es para facilitar la obtención de información relacionada a la propuesta de la creación de un periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, durante el I semestre de 2018.

No. De entrevista: ___ Fecha: ___/___/___

¿Considera usted positivo que mediante el periódico digital los estudiantes desarrollen con habilidades y destrezas en temas de redacción, comunicación gráfica, porque?

¿Qué contenidos deberían de incorporarse en un periódico digital universitario?

Desde su perspectiva, ¿qué cobertura noticiosa podría llevar el periódico digital universitario?

¿Qué plataformas recomendaría para realizar el periódico digital universitario? ¿Por qué?

¿Qué periodicidad cree que sería la mejor para trabajarla en el periódico?

¿Con qué políticas de trabajo cree que podría desarrollarse el periódico digital?

¿Con qué herramientas de trabajo cree que podría funcionar el periódico digital universitario?

¿Qué otras recomendaciones cree que sería de suma importancia para incluirlas en la propuesta de este periódico digital?

¿Siendo un periódico digital universitario dirigido a estudiantes que opciones propondría para que desarrollen sus destrezas profesionales?

Entrevista #1



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

UNAN-MANAGUA

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

“Comunicación para el Desarrollo”.

59

Estimado entrevistado el motivo de la presente encuesta es para facilitar la obtención de información relacionada a la propuesta de la creación de un periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, durante el I semestre de 2018.

No. De entrevista: ___ Fecha: ___/___/___

Sara Avilés

Consultora en Marketing digital para pymes y emprendedores.

¿Considera usted positivo que mediante el periódico digital los estudiantes desarrollen con habilidades y destrezas en temas de redacción, comunicación gráfica, porque?

Es positivo porque les permite potenciar las competencias de extracción de ideas concretas para que se difundan en mensajes sencillos de asimilar por la audiencia

¿Qué contenidos deberían de incorporarse en un periódico digital universitario?

Vida estudiantil

Sección: tecnología, noticias, actualidad

¿Desde su perspectiva, qué cobertura noticiosa podría llevar el periódico digital universitario?

Cubrir los acontecimientos relevantes dentro del ámbito universitario

¿Qué plataformas recomendaría para realizar el periódico digital universitario? ¿Por qué?

Wordpress, es un administrador de contenido de fácil uso y mantenimiento.

¿Qué periodicidad cree que sería la mejor para trabajarla en el periódico?

Semanal

¿Con qué políticas de trabajo cree que podría desarrollarse el periódico digital?

Desarrollo de un consejo editorial por cada carrera

¿Con qué herramientas de trabajo cree que podría funcionar el periódico digital universitario?

Computadoras, cámaras, celulares, diseñador gráfico y web, mercadeo digital

¿Qué otras recomendaciones cree que sería de suma importancia para incluirlas en la propuesta de este periódico digital?

Incluir material multimedia

¿Siendo un periódico digital universitario dirigido a estudiantes que opciones propondría para que desarrollen sus destrezas profesionales?

Que el equipo de trabajo esté formado por Mercadólogos, diseñadores, programadores, comunicadores.

Gracias por su entrevista.

Entrevista #2



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

UNAN-MANAGUA

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

“Comunicación para el Desarrollo”.

61

Estimado entrevistado el motivo de la presente encuesta es para facilitar la obtención de información relacionada a la propuesta de la creación de un periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, durante el I semestre de 2018.

No. De entrevista: ___ Fecha: ___/___/___

Benjamín Jarquín

Gerente de Mercadeo/Docente universitario/Especialista en Mercadeo

Licenciado en Diseño Gráfico, Posgrado en Gerencia de Mercadeo y campañas publicitarias, con Certificación profesional por la Universidad Internacional de la Florida, además de muchos otros estudios de Mercadeo Digital y publicidad con una amplia Trayectoria así también en asesorías a clientes nacionales e internacionales

¿Considera usted positivo que mediante el periódico digital los estudiantes desarrollen con habilidades y destrezas en temas de redacción, comunicación gráfica, porque?

Es positivo ya que de esta manera pueden tener una prueba de lo que el mundo laboral es y también pueden enfocarse en el campo específico dentro de su carrera que más les gusta o más expectativas poseen, además de dar inicio a su carrera profesional y las responsabilidades que esto conlleva creando un criterio propio

¿Qué contenidos deberían de incorporarse en un periódico digital universitario?

Los temas sociales deben de ser siempre un baluarte dentro de los universitarios ya que son pilares y futuro de las sociedades además de los temas como tecnología y educación ya que es un tema que aún posee mucho déficit en nuestro país, el emprendimiento, la investigación entre otros

¿Desde su perspectiva, qué cobertura noticiosa podría llevar el periódico digital universitario?

Es importante que sea una fuente de información diversa, Deportes, Tecnología, social

¿Qué plataformas recomendaría para realizar el periódico digital universitario? ¿Por qué?

Las tendencias en la actualidad como lo son una especie de noticiero por medio de redes sociales (Facebook, Youtube, Twitter), realización de Epub o publicaciones digitales en plataformas como Issuu (o web propia) las cuales te permiten tener una exposición mayor no solamente a nivel universitario sino que pueda servir como ejemplo para otros países.

¿Qué periodicidad cree que sería la mejor para trabajarla en el periódico?

Lo ideal según la cantidad de páginas o contenido para dar inicio sería un boletín semanal ya que la investigación requiere tiempo y medios que necesitarían adquirir con el tiempo

¿Con qué políticas de trabajo cree que podría desarrollarse el periódico digital?

Una Línea Editorial Abierta en donde los estudiantes puedan aportar ideas en diferentes secciones del periódico y donde los estudiantes puedan desarrollarse con reglas de trabajo claras.

¿Con qué herramientas de trabajo cree que podría funcionar el periódico digital universitario?

Las herramientas fundamentales en todo Periódico: Cámaras, Micrófonos, Conocimiento de Edición, Computadoras, etc.

¿Qué otras recomendaciones cree que sería de suma importancia para incluirlas en la propuesta de este periódico digital?

Lo más importante en todo proyecto debe de ser la claridad de ideas de lo que desean realizar, una planificación correcta de cada paso y una visión de lo que se desea alcanzar son claves, además de acompañamiento de docentes y especialistas con experiencia

¿Siendo un periódico digital universitario dirigido a estudiantes que opciones propondría para que desarrollen sus destrezas profesionales?

Tomar o trabajar secciones que sean de interés para el desarrollo personal de cada uno, que puedan crecer en una línea propia pero que todos se puedan desarrollar juntos no unos más que otros, igualmente que se puedan capacitar para desarrollarlo con todo el compromiso posible

Gracias por su entrevista.



Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

“Comunicación para el Desarrollo”.

Estimado estudiante el motivo de la presente encuesta es para facilitar la obtención de datos e información relacionada a la propuesta de la creación de un periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, durante el I semestre de 2018.

No. de encuesta: ___ Fecha: ___/___/___

I. DATOS GENERALES.

Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

(dg1). Sexo: 1) Hombre ___; 2) Mujer ___

II. ENCIERRE EN UN CIRCULO O MARQUE SOLO UNA DE LAS OPCIONES QUE SE DAN COMO RESPUESTAS A LAS SIGUIENTES INTERROGANTES.

1. ¿Qué le parece la propuesta de la creación de un periódico digital para fortalecer sus habilidades y destrezas en temas de redacción periodística?

- a) Buena
- b) Muy buena
- c) Mala
- d) Pésima

2. ¿Cree que con la existencia de este periódico digital mejorarían sus habilidades y destrezas como estudiante en áreas de redacción?

- a) Si
- b) No

3. ¿Realizaría prácticas de familiarización/profesionalización en este medio digital universitario?

- a) Si
- b) No

4. ¿Cuál cree usted que debería ser la plataforma más apropiada para crear el periódico digital universitario?

- a) Wordpress
- b) Blogger
- d) Wix
- e) Otros

5. ¿Qué secciones cree usted que se podrían presentar en el periódico digital universitario?:

- a) Vida universitaria.
- b) Política nacional.
- c) Cultural
- d) Noticias internacionales.
- e) Todas las anteriores

6. ¿Cómo le gustaría que se llamara el periódico digital universitario? Le proponemos los siguientes:

- a) Notidigital UNAN.
- b) UNAN en línea
- c) Infobit UNAN.
- d) El portal Universitario
- f) Ninguno de los anteriores. (Si selecciono esta última opción proponga una).

7. ¿Qué segmentos le gustaría que se abordaran en el periódico digital?

- a) cine.
- b) Literatura.
- c) Moda.
- d) Educación.
- e) Todas las anteriores.

8. ¿Cuál cree que sería la periodicidad del medio informativo?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Otros

9. ¿Con qué políticas de trabajo cree que podría desarrollarse el periódico digital?

- a) Línea editorial con libertad de pensamiento.
- b) Enfoque constructivo y responsable
- c) Enfoque únicamente universitario
- d) Todas las anteriores

III. Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

Las siguientes preguntas contienen respuestas previamente clasificadas en cinco categorías. Seleccione la categoría que usted considere más conveniente de los números del 3, 2, 1, Las preguntas están enfocadas para conocer la valoración que usted tiene para la propuesta del diseño de un periódico digital universitario.

3: En desacuerdo con lo expresado. 2: Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo), o no sé. 1: De acuerdo con lo expresado.

N°	Variables/Atributos	Puntajes		
		1	2	3
1	El periódico digital universitario permitiría que los estudiantes desarrollen, mediante trabajo cooperativo, habilidades en redacción, comunicación gráfica entre otras.			
2	Usted considera que la creación de este periódico sería una motivación para especializarse en temas de redacción periodística.			
3	Cree que la universidad debería de implementar esta propuesta para que exista otro espacio para reforzar el aprendizaje de los estudiantes.			
4	Estaría de acuerdo que fueran únicamente estudiantes quienes elaboraran y trabajaran en el periódico digital universitario.			
5	Cree que el periódico digital debe ser independiente de la página web de la UNAN-Managua pues es un medio de información estudiantil y no institucional.			
6	Cree usted que el tiempo que deben de involucrarse con el periódico digital sea hasta que terminen la carrera.			
7	Cree usted que el periódico digital debe estar involucrada solamente la carrera Comunicación para el Desarrollo u otras carreras.			