

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

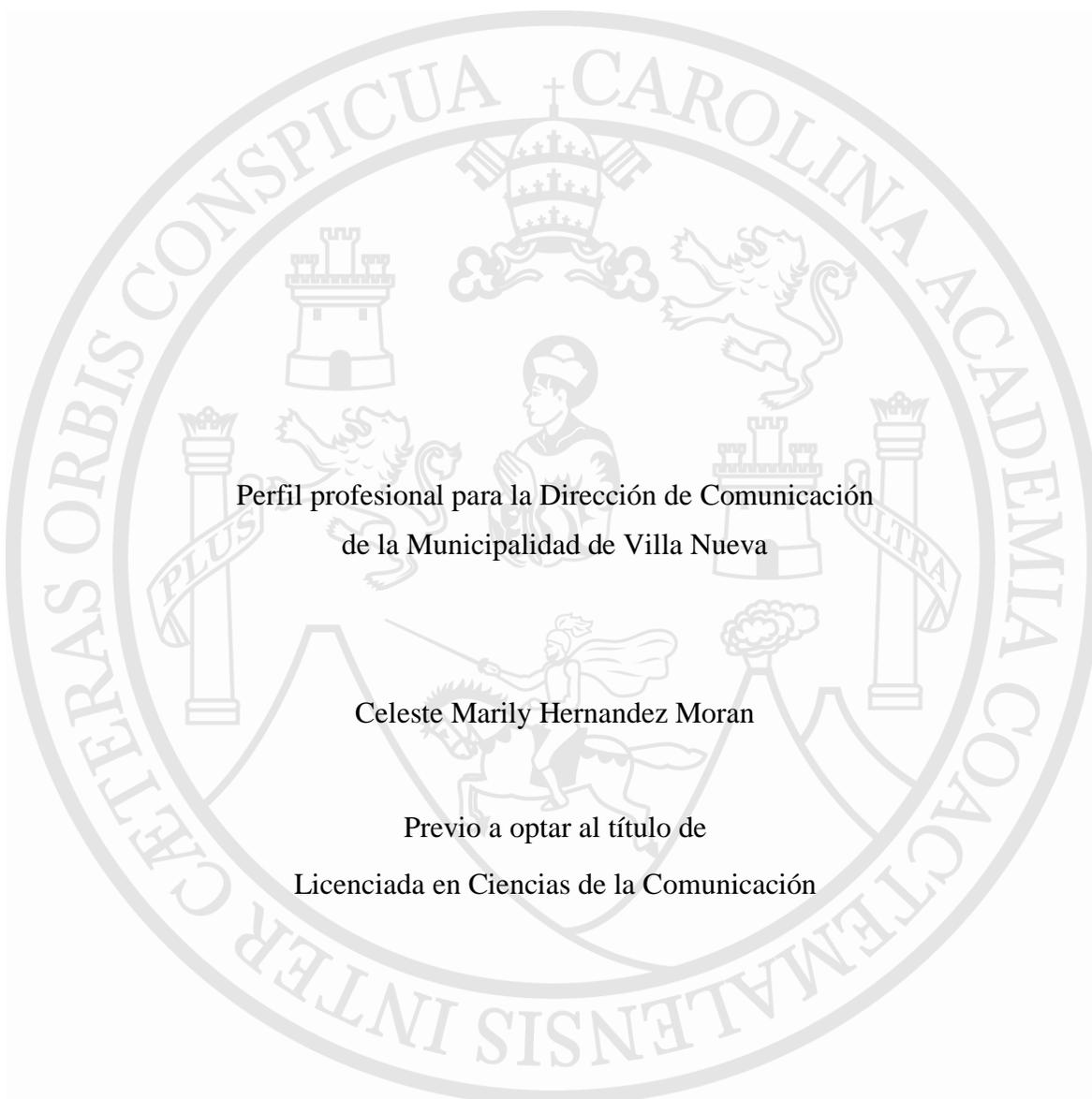


Celeste Marily Hernandez Moran

Guatemala, mayo de 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Perfil profesional para la Dirección de Comunicación
de la Municipalidad de Villa Nueva

Celeste Marily Hernandez Moran

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

Asesora: Licenciada Ana Elizabeth Fresse Turcios

Guatemala, mayo de 2018

**Universidad De San Carlos De Guatemala
Escuela De Ciencias De La Comunicación**

Director

**M Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Consejo Directivo**

Representantes Docentes

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

Representantes Estudiantiles

**Anaitè Machuca
Mario Barrientos**

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretario

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

**Licda. Ana Elizabeth Fresse Turcios
Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón
M.A. Hugo René Pérez Caal
M.A, Jorge Ignacio Paz Ramírez
M.A. Bayron Miguel García Morales
Lic. Edgar Augusto Martínez García**



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

124-17

Guatemala, 29 de septiembre de 2017
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 068-2017

Estudiante
Celeste Marily Hernández Moran
Carné 2497 41822 0101
Registro Académico 9818291
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: *EL PERFIL DEL COMUNICADOR EN UNA MUNICIPALIDAD*.

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

Licda. Ana Elizabeth Fresse Turcios	presidente(a)
Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón	revisor (a)
M.A. Hugo René Pérez Caal	revisor (a)

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



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



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

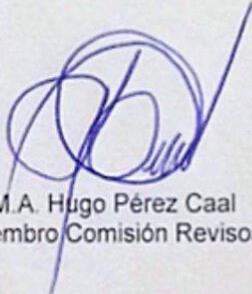
Guatemala, 17 de octubre de 2017

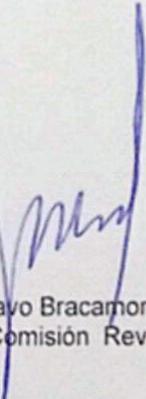
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

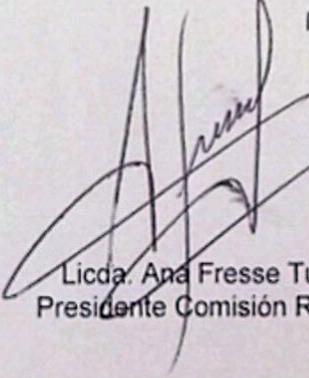
Atentamente informamos a ustedes que la estudiante Celeste Marily Hernández Moran, Registro académico 199818291, Carné 2497418220101. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su **TESIS** cuyo título es: **"El perfil profesional del comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva"**

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

"Id y enseñad a todos"


M.A. Hugo Pérez Caal
Miembro Comisión Revisora


Dr. Gustavo Bracamonte
Miembro Comisión Revisora


Licda. Ana Fresse Turcios
Presidente Comisión Revisora



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

124-17

Guatemala, 12 de febrero de 2018
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
CT-Akmg-No.012-18

Estudiante
Celeste Marily Hernández Moran
Carné 2497 41822 0101
Registro Académico 9818291
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "EL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA", siendo ellos:

- | | |
|-------------------------------------|---------------|
| Licda. Ana Elizabeth Fresse Turcios | presidente(a) |
| Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón | revisor (a) |
| M.A. Hugo René Pérez Caal | revisor (a) |
| M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez | examinador(a) |
| M.A. Bayron Miguel García Morales | examinador(a) |
| Lic. Edgar Augusto Martínez García | suplente |

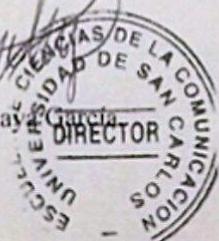
Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

c e: Comité Examinador
Archivo/expediente
AM/SVMG/AJr

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

Autorización Informe final de tesis por asesor derivado a recomendaciones del
Tribunal examinador

Guatemala, 16 de mayo 2018

Doctora Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de ciencias de la comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria, zona 12



Estimada Dra. Mérida:

Me dirijo a usted en referencia a las recomendaciones del Tribunal examinador, hechas durante el examen privado de licenciatura, el 2018, al informe final de tesis de título: Perfil Profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva del estudiante Celeste Marily Hernandez Moran , Registro académico 199818291 Carné 2497418220101 . Me complace informarle que la investigación contiene las correcciones pertinentes a mi entera satisfacción por lo que procede continuar con el trámite respectivo.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ana Fresse Turcios', written over a horizontal line.

Asesor
Licda. Ana Fresse Turcios



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

071-17



Guatemala, 17 de mayo de 2018
Orden de impresión/NR
CT-Akmg- No. 032-18

Licenciado (a)
Celeste Marily Hernández Moran
Carné 2497 41822 0101
Registro Académico 9818291
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a)

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: "PERFIL PROFESIONAL PARA LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA", se emite la orden de impresión.

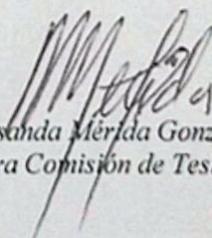
Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


Dra. Aracelly Kristanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo

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

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

Dedicatoria

A Dios:

“Esto que te doy mi vida es Señor, es mi amor también es mi dolor, es la ilusión, mis sueños, es mi gozo y mi llorar es mi canto y mi oración” **Cantos Salesianos**. Esto que te doy.

A mi padre (+)

Francisco Javier Hernandez Beltrán “Quiero sentirte cercano a mí Señor, oír tu voz que me habla al corazón; sentirme libre desde tu libertad, ser signo vivo de la fraternidad” **Cantos Salesianos**, Vuelvo a ti.

A mi madre

Manuela de Jesús Morán “Esta mujer, cuando abraza se pierde y su voz, me rescata de cada dolor, me ilumina de azul todo el gris” **Alejandro Filio**, Esta mujer.

A Henry

“Digo que esta vida es llevadera sólo porque sientes tú lo que yo siento... Donde tú estás yo tengo el norte y no hay nada como tu amor como medio de transporte” **Jorge Drexler**, Transporte.

A Miah Mateo y María

“Poniendo la mano en el corazón quisiera decirte al compás de un son, que tú eres mi vida y no quiero a nadie más que a ti, que respiro el aire que respiras tú. No tienes remedio eres mi gran amor”. **Agustín Lara**, Amor de mis amores

Lourdes, Edith, Gerber, Iris y Guise

Detrás de ti empecé andar, por el camino que me ibas dejando y hoy, de mi niñez a mi juventud tengo recuerdos, que no se han borrado, los llevo conmigo mi querido hermano.

Hoy estamos juntos y nada de aquello ha cambiado, por el mismo rumbo luchando por lo que amamos, le agradezco a Dios el poder seguir a cada paso contigo porque en mi niñez y en mi juventud aprendí a vivir siempre del lado mejor del camino, donde no hay espinas porque estás conmigo. **Lucía y Joaquín Galán**, Hermanos.

INDICE

Introducción	1
Capítulo 1	3
Marco Conceptual	3
1.1 Título del tema	3
1.2 Antecedentes	3
1.3 Justificación	5
1.4 Planteamiento del problema	6
1.5 Alcances y límites del tema	7
Capítulo 2	8
Marco Teórico	8
2.1 Definición de Perfil	8
2.2 Perfil Profesional	8
2.2.1 Estudios para determinar el perfil profesional	9
2.3 El Comunicador.....	9
2.3.1 Comunicador Social.....	10
2.3.2 Comunicador Organizacional	10
2.3.3 Comunicador Digital.....	11
2.4 Periodismo digital.....	11
2.5 Comunicación	12
2.5.1 Comunicación política	12
2.5.2 Comunicación estratégica	12
2.5.3 Comunicación municipal	13
2.6 Opinión pública	13
2.7 Relaciones públicas.....	14
2.8 Internet	14
2.8.1 Redes sociales.....	15
2.8.2 Facebook	15
2.8.3 Twitter	17
2.8.4 YouTube.....	17
2.9 Municipalidad de Villa Nueva	18
2.9.1 Organigrama de la Municipalidad de Villa Nueva	19
2.9.2 Unidades de servicio de la Municipalidad de Villa Nueva.....	20
2.9.3 Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.....	22
2.9.4 Organigrama de la Dirección de Comunicación Social.....	23
2.9.5. Funciones de la dirección de Comunicación Social	24
2.10 Departamento administrativo.....	24
2.11 Departamento de prensa	25
2.12 Canal Municipal.....	25

Capítulo 3	26
Marco Metodológico	26
3.1 Método de investigación	26
3.2 Tipo de investigación	26
3.2.1 Objetivos	26
3.2.2 Objetivos específicos.....	27
3.3 Técnica	27
3.4 Instrumento.....	27
3.5 Población.....	27
3.6 Muestra.....	28
3.7 Procedimiento	28
Capítulo 4.....	29
Descripción de los resultados	29
4.1 Funciones generales de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva	30
4.2 Guía de términos de referencia para la contratación de personal para la Dirección de comunicación de la comuna villanovana	31
Director.....	32
Sub director administrativo.....	33
Periodistas	34
Coordinador canal de televisión	35
Editor	36
Switcher	37
Camarógrafo - fotógrafo	38
Presentador - vocero.....	39
Productor de TV	40
Diseñador gráfico	41
4.3 Funciones del periodista de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva	42
4.4. Distribución de fuentes informativas	44
4.5 Proceso de la información municipal	45
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES.....	48
Bibliografía citada	49
E-books.....	53
Bibliografía consultada	54
E-grafías.....	55
Entrevista	57

Anexos.....	58
1.Cuestionario	58
2.Entrevista	60
3.Municipio de Villa Nueva.....	61
7. Descripción de rasgos profesionales de los integrantes de la Dirección de comunicación social de la Municipalidad de Villa Nueva.....	65

Resumen

Título: Perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.

Autor: Celeste Marily Hernandez Morán

Universidad: San Carlos de Guatemala.

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Problema investigado: De acuerdo con las características declarativas actitudinales y procedimentales de los comunicadores ¿Cuál es el perfil profesional para la dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva?

Instrumentos utilizados: Cuestionario y entrevista.

Procedimiento para obtener datos e información:

Con el fin de obtener los datos y la información necesaria para realizar esta investigación se utilizó el método deductivo que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Cuyo objetivo es construir un proyecto integrador que aporte conocimientos acerca de cuál es el Perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.

Para desarrollar este estudio se realizó una investigación de campo descriptiva cualitativa, que corresponde a un tipo de diseño que, de acuerdo con Sabino (2005) se basa en estimaciones obtenidas directamente de la realidad que consiste en entrevistas y cuestionarios a los integrantes del equipo de la Dirección de Comunicación: periodistas, diseñadores, directores camarógrafos, fotógrafos, editores, y productores de la comuna.

Para el manejo de los datos se utilizó el enfoque cualitativo, que describe y responde las preguntas de investigación, basado en la recolección de datos sin medición numérica mediante cuestionarios, descripciones y las observaciones.

También se realizó una investigación bibliográfica y documental en las bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y Flavio Herrera, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, e internet.

Resultados y conclusiones

Para establecer el perfil profesional para La Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, en el presente trabajo se especifican las funciones que se realizan en dicha dirección, describiendo las actividades propias de un departamento de comunicación.

Asimismo se nombran las características actitudinales procedimentales y declarativas que debe poseer el comunicador que se desempeñe en alguno de estos puestos de trabajo dando como resultado una guía de términos de referencia para futuras contrataciones de personal.

Desde 2012, una nueva administración edil asumió las riendas del municipio de Villa Nueva promoviendo la creación de diversos perfiles en redes sociales lo que hasta la fecha ha permitido un acercamiento directo, estrecho y activo con el vecino brindando información soluciones y respuestas a las constantes consultas que por dichos medios se realizan.

A partir de ese momento se amplía el Perfil Profesional del Comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva, dando como resultado un inventario de los rasgos profesionales más completo que incluye en la tecnología en su función comunicacional.

Un comunicador profesional para esta municipalidad debe tener conocimientos profesionales en carrera afín a Ciencias de la Comunicación, experiencia en medios, habilidad en manejo de office y dispositivos móviles, así como alta capacidad de redacción, dicción, síntesis y manejo de comunidades virtuales organizacionales.

Las habilidades actitudinales son fundamentales en el ejercicio de la profesión siendo las relaciones humanas, asertividad, respeto y pro actividad las características comunes que definen al comunicador de oficina mencionada.

La homogeneidad en el grupo ha hecho de estos comunicadores un buen grupo consolidado y se ha evidenciado las áreas de oportunidad de crecimiento para obtener mejores resultados. El trabajo en equipo es fundamental para el funcionamiento eficiente y eficaz de una oficina de esta naturaleza.

Introducción

El conjunto de capacidades y competencias que identifican a una persona en el ámbito laboral define su Perfil Profesional, lo que deja de manifiesto su formación para desempeñarse responsablemente en un trabajo.

En el presente documento se establece el Perfil Profesional de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, se especifican sus funciones, describen actividades y se nombran en una guía, los términos de referencia para la contratación de personal en esta Dirección.

En esta investigación se evidencia el ejercicio periodístico del equipo de comunicadores de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva y las áreas profesionales de cada uno de sus integrantes cuyo desempeño funciona de acuerdo a la estrategia de comunicación establecida poniendo en práctica sus competencias declarativas, actitudinales y procedimentales en un mundo tecnológico, que amplía las funciones comunicacionales y las moderniza.

Para obtener este resultado se realizó una investigación de campo descriptiva y cualitativa con estimaciones obtenidas a través de la experiencia, con el fin de definir el perfil profesional actual para la Dirección en mención.

En este trabajo se aplicó la técnica de investigación bibliográfica, un cuestionario estructurado dirigido a los integrantes de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva y una entrevista estructurada a la directora general.

La Dirección de Comunicación Social de dicha Municipalidad está integrada por: director, sub director, coordinador del canal de televisión, así como tres comunicadores con otras funciones alternas (redes sociales, relaciones públicas y periodismo de semblanzas). Ellos para cumplir su labor se complementan con dos camarógrafos-fotógrafos, diseñadora gráfica y cinco colaboradores del canal de televisión.

El presente trabajo constituye una guía de términos de referencia para los responsables de realizar contrataciones de personal para los distintos puestos de la Dirección de Comunicación de la comuna y puede ser utilizado por otras instituciones que deseen implementar este modelo comunicacional.

Este documento puede ser utilizado por estudiantes, periodistas y población en general, para que conozcan el perfil que debe tener un profesional de la comunicación y orientar su preparación para optar a una oportunidad laboral.

Como resultado se obtiene el actual Perfil Profesional Para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva incluyendo un aporte importante como lo es la guía de términos de referencia para contrataciones en esta Dirección.

Villa Nueva es un municipio vulnerable en muchos aspectos y con una alta tasa poblacional se ha procurado desde la Municipalidad una activa comunicación a través de las redes sociales para conocer, expresar e involucrar a los vecinos en las actividades y servicios que impulsa la comuna y atender sus solicitudes y demandas.

A continuación, se amplía este estudio que, como se mencionó, servirá de referencia para la integración de otras oficinas de prensa, pues la muestra que se comparte es adaptable a otras necesidades comunicativas tanto en instituciones públicas como privadas.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Título del tema

Perfil Profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.

1.2 Antecedentes

Con el avance de la tecnología el comunicador ha transformado su ejercicio periodístico y comunicativo, la tarea no se realiza únicamente desde una sala de redacción o una oficina de relaciones públicas. El éxito de la comunicación siempre ha sido la inmediatez, de hecho la radio permitía que la información llegara desde el lugar de los hechos al público; posteriormente, los medios televisados le daban imagen al acontecimiento y la prensa escrita la profundizaba.

En la actualidad, la información logra viajar velozmente y de forma globalizada a través de las redes sociales y de los dispositivos electrónicos de fácil consecución y que la mayoría de comunicadores posee. De esta manera, la competencia entre medios tradicionales y digitales por informar rápidamente es cada día más cruenta.

Debido al avance de la tecnología, en la Municipalidad de Villa Nueva se ha implementado el uso de las redes sociales como medio informativo para los vecinos dando respuesta a la necesidad de hacer llegar de manera inmediata, veraz y eficaz la información de las acciones de la Comuna en todas sus áreas.

En 2012 una nueva administración llegó a la Municipalidad de Villa Nueva, encabezada por Edwin Felipe Escobar Hill como alcalde, quien impulsó el uso de las redes sociales en respuesta a la necesidad de informar a los vecinos. A partir de entonces se crearon los perfiles municipales en las plataformas de Facebook, *Twitter*, *Youtube* e *Instagram* y se modernizó la página Web institucional.

Una vez creados los perfiles de Facebook y *Twitter* se empezó a publicar informativos digitales de interés colectivo, la mayoría de vecinos, a pesar de tener una condición económica inestable, cuenta con un teléfono inteligente que propicia esta comunicación; además, el municipio posee accesos a internet inalámbrico, situación que permite informar e interactuar por medio de las redes, dando seguimiento y respuesta inmediata a los diferentes comentarios.

El plan de trabajo y la estrategia de comunicación empleada desde entonces ha impactado en las funciones del comunicador social de esta comuna, por lo cual sus atribuciones de reportero-redactor y fotógrafo se han ampliado y actualmente también se desempeña como responsable de la comunicación en línea, participa en la producción y publicación de contenidos para las distintas plataformas en redes sociales.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen tesis que desarrollan temas de perfiles profesionales, redes sociales, periodismo y comunicación digital, a continuación se citan algunos trabajos:

Poroj (2014) con el tema “Uso de Facebook y *Twitter* en el proceso de preparación y producción del telenoticiero Guatevisión” describe en su monografía la herramienta valiosa en que se han convertido las redes sociales para la divulgación de información noticiosa en nuestro país. Narra cómo se realiza la producción periodística y el uso de las redes sociales.

Por su parte, Román (2010) investigó el tema “La página Web de la Municipalidad de Villa Nueva, herramienta de comunicación institucional y servicio” En su investigación se puede identificar la evolución de la comunicación que se ha dado en dicha comuna.

Pellecer (1998) desarrolló el trabajo “El perfil del comunicador organizacional” quien define en su investigación: las características del perfil del periodista y comunicador digital.

García (2008) con el tema “Perfil del locutor deportivo” enfatiza los valores y actitudes del comunicador en cualquier ámbito, entre los que podemos mencionar compromiso, responsabilidad, servicio a los demás, orgullo por la profesión, cultura nacional, fomento y adaptación al cambio y al desarrollo social.

“Experiencia en el manejo de marcas y publicidad digital en Facebook” esta consolida la experiencia en este trabajo con la teoría de esta investigación de Zaldaña (2015)

Es importante hacer referencia al trabajo de Ballina (2008) con “La evolución del internet como medio de comunicación masivo”. El autor concluye que el internet es la herramienta básica para el posicionamiento y uso de las redes sociales, lo cual ha permitido ampliar los conceptos básicos comunicacionales y se reconoce la evolución del comunicador debido al desarrollo de la tecnología.

Aunque en todos los trabajos profesionales se tratan temas afines a la presente investigación, ninguno de ellos refleja el estudio sobre el perfil profesional del comunicador en una Municipalidad; sin embargo, todos aportan elementos que identifican los rasgos profesionales de un comunicador en la entidad pública actual.

Este trabajo aporta una guía términos de referencia que incluye características del comunicador que utiliza las herramientas tecnológicas a su alcance en distintas plataformas virtuales para comunicar de manera efectiva en acontecer municipal a los vecinos de Villa Nueva.

1.3 Justificación

El presente trabajo se desarrolló con el objetivo de establecer el perfil profesional de cada puesto del personal que integra la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, el cual debe responder a las necesidades de comunicación que dicha entidad para dar a conocer a la población sus servicios y su obra.

Dicha Dirección está integrada por 16 personas, quienes tienen asignadas atribuciones las cuales responden según los requerimientos de sus cargos, sin embargo no existe plasmado un inventario específico de responsabilidades de cada uno, mediante una guía de términos de referencia.

La Dirección cumple con los objetivos de informar a los vecinos y al pueblo de Guatemala de manera eficaz, el no tener un perfil definido de los 16 cargos puede alterar el proceso comunicativo de dicha Municipalidad en una nueva administración edil o, ante un posible cambio del director del departamento.

Además, el proceso comunicacional, como se ha percibido hasta hace unos años, se ha ampliado, hecho que ha exigido a los nuevos comunicadores involucrarse en conocimientos teóricos y prácticos al mundo de la evolución tecnológica.

Las redes sociales, hoy día forman parte de la cotidianidad, la mayoría de personas, desde adolescentes hasta adultos, cuenta con perfiles, siendo las más utilizadas Facebook y *Twitter*, de esta cuenta surge la necesidad que el comunicador de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva innove en la creación de contenidos informativos adecuados para que estos, además de ser socializados por medios de comunicación tradicionales, sean también publicados en redes sociales para que los vecinos por este medio, conozcan del acontecer municipal.

La mayoría de entidades públicas y privadas tienen presencia en redes sociales para lograr un acercamiento con la población; por esta razón, es de suma importancia contar con un equipo de comunicadores que tengan la habilidad y capacidad de crear contenidos textuales y multimedia con capacidad de representar una comunidad en línea, generar *tuits*, entre otras atribuciones para satisfacer las demandas comunicacionales actuales.

Por esta razón, se consideró importante la creación de un inventario de rasgos y características actitudinales, declarativas y procedimentales, profesionales del comunicador en la Municipalidad de Villa Nueva, que si bien realiza estas funciones no existe un perfil definido.

1.4 Planteamiento del problema

Los comunicadores de la Dirección de Comunicación de Villa Nueva tienen establecidas funciones que les permiten realizar su trabajo logrando los objetivos mediante estrategias comunicacionales con la población, informar de la gestión municipal e invitar a los vecinos a utilizar los servicios que la comuna brinda.

Sin embargo, se estableció que no existe una guía que describa los términos de referencia de cada uno de los 16 cargos con los que cuenta dicha Dirección. El problema de esta situación radica que, ante el cambio de una administración edil, del director del departamento o del personal que la integra, podría perderse el objetivo de cada puesto y por lo tanto el fin primordial del departamento que es el de mantener informado a los vecinos para generar una buena imagen de la administración.

La comunicación es eminentemente estratégica; por lo tanto, el trabajo de los colaboradores debe ser integral e interrelacionarse entre sí, debido a que debe responder a las exigencias y necesidades de la Dirección.

Dichas exigencias van dirigidas a mantener informados a los vecinos y al mismo tiempo, conocer las opiniones y necesidades de éstos, para generar opinión favorable. Además, esta retroalimentación permite encauzar las políticas municipales.

El mundo está envuelto en la revolución tecnológica que ha evolucionado la forma de comunicar, principalmente por la globalización, la velocidad y la interacción con un público con libertad de emitir opiniones. Por lo tanto, los integrantes del departamento deben contar con un perfil que llene los requisitos que exige la era moderna como lo es pleno conocimiento de las redes sociales, su manejo y utilización, y como es un ente político también debe tener este criterio y esta experiencia.

Por esta razón, se consideró importante la creación de un inventario de rasgos y características profesionales del comunicador para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, que si bien realiza estas funciones no existe un perfil definido.

El presente estudio pretende contribuir, mediante la descripción, explicación y especificación, establecer las funciones que realizan los comunicadores y crear así un perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, el mismo podrá replicarse en otras entidades de similares características. Para ello, se establece y responde a la siguiente pregunta

¿Cuál es el perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva?

1.5 Alcances y límites del tema

Objeto de estudio

Perfil profesional de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.

Ámbito geográfico

La investigación y estudio se realizó en la Municipalidad de Villa Nueva.

Ámbito institucional

Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva

Ámbito poblacional

Equipo de prensa de la Dirección de Comunicación Social de Villa Nueva y población que tiene acceso a internet fijo o móvil.

Ámbito temporal

La investigación se realizó durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo de 2017.

Límites

En este estudio no se considera a otras Direcciones dentro de la Municipalidad de Villa Nueva.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Definición de Perfil

Este término se utiliza para describir las características que identifican a un individuo u objeto al relacionarlo o compararlo con otros conjunto. Es el conjunto de características particulares que identifican a un individuo o grupo con intereses comunes.

Benito (1991, p.205) define el perfil como “El conjunto de características que describen a un individuo o a un grupo de ellos. Estas características suelen ser la personalidad, sexo, edad, nivel económico social, o sus actitudes hacia ciertos problemas, entre otros”.

2.2 Perfil Profesional

Es el conjunto de características y funciones que un profesional es capaz de realizar en un área específica para el buen ejercicio de sus funciones, una vez culminada su preparación académica e integrándose al ámbito laboral.

Gamboa (1993, p.87) dice: “El perfil profesional comprende el conjunto de capacidades que el estudiante debe desarrollar para desempeñarse en los roles profesionales en el área de la carrera escogida, así como los rasgos profesionales y sociales en cuanto a conocimientos, habilidades y destrezas requeridos en el mercado potencial de trabajo”.

De acuerdo a Mérida González (2008) [http://: aracellymeridawordpress.com](http://aracellymeridawordpress.com)) “El perfil representa lo característico y fundamental de una profesión y proviene de la fusión de los tres perfiles: personalidad, ocupacional y prospectivo”.

2.2.1 Estudios para determinar el perfil profesional

De acuerdo con Cerdá (como lo cita García 2008, P.8) se propone el estudio del inventario de rasgos profesionales. Este estudio se obtiene de la información acerca de las actividades que realizan los profesionales y de las características que poseen en el desempeño de sus funciones clasificándolas como actitudinales, procedimentales y declarativas.

- **Actitudinales**

Involucra las emociones, las cuatro dimensiones del ser humano: cuerpo, mente, corazón y espíritu y se refleja en su desempeño profesional, se refiere a los valores, sentimientos y pensamientos que el comunicador posee y que repercuten en el ejercicio de su labor.

- **Procedimentales**

Hace referencia a las habilidades y procedimientos motores necesarios para realizar la labor comunicacional en el manejo del equipo básico para llevar a cabo de forma eficaz su trabajo en lo relacionado a fotografía, video, producción, diseño, ortografía, habilidad en los teclados, habilidad en el manejo de dispositivos móviles entre otras.

- **Declarativas**

Se refiere al área intelectual, todo conocimiento y aprendizaje obtenido con la ciencia, la mente, está relacionado con el criterio y la cultura general.

La fusión de estas características determina el perfil profesional y los términos de referencia que debe poseer un comunicador, los cuales más adelante evidencian la particularidad de cada puesto de trabajo en la Comuna villanovana.

2.3 El Comunicador

Oviedo (cf 2016: web) los define como los “Profesionales de la comunicación que se involucran en la gestión de los medios de comunicación tradicionales y electrónicos y que trasladan la información socialmente significativa”.

Comunicador es la persona que comunica o sirve para comunicar. Es un adjetivo dicho de una persona con una actividad pública que se considera capacitada para sintonizar fácilmente con las masas (RAE 2017, web)

Para efectos del presente estudio se puede definir al comunicador como la persona capacitada para transmitir fácil y profesionalmente, a través de los medios tradicionales y digitales de comunicación, información a las masas con el fin de influir en la opinión pública.

2.3.1 Comunicador Social

De acuerdo con Grimsom (*cf.* 2013 web) “El comunicador social debe transmitir información con responsabilidad moral y ética”. Un comunicador social es alguien con sentido crítico, culto e investigativo que impacta en la sociedad y se proyecta como ejemplo beneficioso y de servicio para su comunidad.

“El comunicador social cumple con la función de realizar estudios para la creación y ampliación de condiciones favorables en la publicidad de manera original, eficaz y persuasiva. Planifica, organiza y coordina programa de relaciones públicas en empresas e instituciones” (García 2013: web)

Se puede concluir que el comunicador social es un profesional capaz de analizar y sintetizar en forma objetiva y ética la realidad de su comunidad para difundirla por medio de estrategias planificadas a través de los medios de comunicación.

El comunicador debe desempeñarse con responsabilidad social dado que sus funciones lo colocan como un influyente en su comunidad.

2.3.2 Comunicador Organizacional

Es el responsable de desarrollar estrategias de comunicación en una organización o entidad, sin perder de vista su misión, impactando de forma interna y externa a sus colaboradores y público en general. Su ejercicio comunicativo evidencia el alcance de las metas y objetivos de la entidad que representa.

El comunicador organizacional es quien da un balance entre la organización y su público para facilitar el alcance de sus objetivos contribuyendo al bienestar social y el desarrollo nacional. Pellecer (1998: 6)

La comunicación organizacional se encarga de agilizar el flujo de mensajes que se dan en una organización que influye en opiniones, actitudes y conductas de sus integrantes y ajenos, con el fin de que esta cumpla con sus objetivos (*cf.* Fernández 1991)

2.3.3 Comunicador Digital

Es un experto en comunicación que comunica, informa y posiciona marcas haciendo uso de dispositivos móviles o fijos en medios electrónicos a través de las distintas plataformas digitales, utilizando estrategias comunicacionales

“El comunicador digital es un especialista en el manejo informativo de las redes sociales con habilidades para redacción resumida, para captar imágenes impactantes y videos que resuman lo más importante del hecho para transmitir las noticias por medios digitales en diferentes plataformas, acompañado de una dosis elevada de ética.” Fresse (2017 junio 22)

El periodista y comunicador digital tiene conocimientos teóricos del periodismo y, además, es un usuario multitarea que sabe de tecnología, tiene criterio, conoce las fuentes adecuadas en línea para recopilar información y se mantiene constantemente actualizado. Es un profesional con una amplia experiencia en la gestión de contenidos, la administración de cuentas sociales y habilidad en el aprendizaje continuo. (Falla, 2011 web).

El comunicador digital debe poseer un equipo básico de trabajo que le permita capturar y seleccionar las mejores imágenes, consultar portales, blogs y referencias web. Este comunicador debe tener habilidad para manipular cámaras digitales y tener conocimiento de programas de edición para elaborar el material adecuado para comunicar de manera simultánea la información desde el momento que acontece.

El comunicador digital elabora desde el internet para un público digital en aumento constante. Actualmente es posible sintonizar emisoras, ver canales de televisión, películas, música, leer periódicos y comunicarse con otras personas y todo a través del internet.

2.4 Periodismo digital

Periodismo digital es un término nuevo para describir la actual tendencia del periodismo que se desarrolla en el internet para públicos digitales.

Salaverría (<http://www.maestrosdelweb>) define el periodismo digital como: “La especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos. Esta nueva área del periodismo tiene que ver directamente con el desarrollo de las nuevas tecnologías y muy especialmente desde finales del siglo XX”

Según el periodista (cf. Quim.1998: Web) “El verdadero periodismo digital sería el periodismo en red ya que rompe con la comunicación lineal y unidireccional ya que implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional”. El periodista digital es el creador y el encargado de consolidar procesos de comunicación multimedia, matrilínea e interactiva.

2.5 Comunicación

Es un proceso en dos vías en que los individuos interactúan y se relacionan por medio de signos, en el cual intervienen tres elementos un emisor un receptor y un mensaje.

“Es la capacidad que tiene el ser Humano de relacionarse con su entorno intercambiando ideas o pensamientos entre dos o más personas.

Es una manera de entrar en contacto con los demás, si ella no fueran posible las relaciones humanas.

Es un conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos o audiovisuales a uno o varios públicos”. (cf.Díez.2006: Web)

2.5.1 Comunicación política

Según Wolton (Zia, 2016:4) “La comunicación política es el espacio en el que periodistas políticos y opinión intercambian discursos”. Para Gerstle la comunicación política alcanza tres dimensiones:

- Pragmática para persuadir y dominar.
- Simbólica pasa por los rituales de consentimiento y conflicto.
- Estructural pasa por canales institucionales parlamento e instituciones públicas.

La comunicación política es comunicar, analizar producir y difundir a través de los medios de comunicación tradicionales y modernos los discursos y acciones de quienes participan en un proceso político con el fin de influir en los receptores.

2.5.2 Comunicación estratégica

Es la comunicación estructurada en la que se busca la cohesión de los objetivos visión y misión de una entidad para su desempeño organizacional de forma armoniosa y positiva con su entorno por medio de un plan y marketing para alcanzar los objetivos Garrido (2004:19)

Es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación agradable desde el punto de vista de sus intereses y objetivos.

2.5.3 Comunicación municipal

Es un proceso de la comunicación pública y política por medio de la cual las administraciones municipales se dirigen a la población para transmitir mensajes relacionaos con su administración.

Según Galán como lo cita Campillo Alhama (2010, p.45) La comunicación municipal “Es un proceso de comunicación pública, en el cual por medio de diversos procesos comunicativos y relacionales, las administraciones municipales se dirigen a la ciudadanía para transmitir todo tipo de mensajes relacionados con su gestión. Estos procesos se justifican desde la premisa fundamental de que el ciudadano, como epicentro de la acción de gobierno local, debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de ciudadano-administrado”

La comunicación municipal debe de ser entendida como comunicación pública en el cual el actor debe o necesita estar informado de los procesos internos de las diferentes direcciones en la construcción de ciudadanía. Por medio de estrategias comunicacionales se utilizan los canales de comunicación clásicos como son televisión, radio y prensa para difundir el mensaje. En la actualidad las administraciones utilizan también la capacidad de reproducción de información instantánea que dan las redes sociales.

La comunicación municipal tiene como base llevar al ciudadano a enrolarse en procesos locales que lo involucran, lo que le permitirá acceder con mejores conocimientos a los servicios públicos que ofrecen las alcaldías.

2.6. Opinión pública

Se entiende como la tendencia o manera de pensar individual o colectiva de la personas ante un acontecimiento en la mayoría de los casos está relacionada con la comunicación política cuya la percepción de esta no es necesariamente real.

Para (Muriel: 1980 P. 333) la opinión pública es la expresión de la comunidad o público en general que rodea una institución. También se refiere a la opinión individual o colectiva sobre un asunto público que pueda manifestarse o quedarse latente. Algunos autores mencionan que puede ser utilizado el término para

denominar una opinión colectiva que puede provocar efectos sobre las esferas de toma de decisiones en los diversos niveles de la sociedad.

2.7 Relaciones públicas

Es la técnica que se aplica para una entidad o empresa y su público para beneficiarse y adaptarse mutuamente, se apoya de ciencias como la estadística, antropología y sociología, semiología, psicología y sobre todo las ciencias de la comunicación

Las Relaciones Públicas son la función gerencial que evalúa las aptitudes e identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público ejecutando programas de acción y comunicación para ganar aceptación y entendimiento (Marston, 1981 pág. 6)

Las relaciones públicas han adoptado otras funciones como decir al grupo lo que otros piensan de él, ayudan al grupo a decir lo que tienen que hacer para obtener la buena voluntad de los demás; y planear los caminos y medios para ganarse la buena voluntad y llevar a cabo las actividades dedicadas a conseguirla (Valls 1986)

El término que se utiliza para referirse a juicios colectivos fuera de la esfera del gobierno que afecta la toma de decisiones políticas (Speir; 1957; Ginberg: 1950, Lazarsfeld 1986)

2.8 Internet

Internet es una red de telecomunicaciones, nacida en 1969 en los EE.UU, a la cual están conectadas centenares de millones de personas, organismos y empresas en todo el mundo, mayoritariamente en los países más desarrollados, cuyo rápido desarrollo está teniendo importantes efectos sociales, económicos y culturales, convirtiéndose de esta manera en uno de los medios más influyentes de la llamada Sociedad de la Información por excelencia.

Según cita en la investigación: “Evolución de la internet como medio masivo de comunicación” Ballina (2008 P.36) La internet fue conocida como ARPANET hasta 1974. Internet Access Provider: IAP, Proveedor de Acceso a Internet.

A partir de 1982 se hace referencia a Internet como: “Una serie de redes conectadas entre sí, específicamente aquellas que utilizan el protocolo TCP/IP”. Aqueche (2004, P.6).

“En un principio la internet fue esencialmente un foro científico (basado en el correo electrónico, la transferencia de ficheros y los foros de discusión o grupos de noticias,

aún no existía la Web). Sus usuarios eran personas con un alto conocimiento tecnológico y fácil acceso a los onerosos equipos Informáticos”. Carral, Juan (1998, P.50).

Para Castells (cf 2017: web) “La internet es como un medio de comunicación, interacción y organización social que interactúa con el conjunto de la sociedad.

Para los fines de esta investigación encontramos en la definición de Castells una postura más afín a lo que se plantea en este trabajo, internet “Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social”. Castells (cf 2017: web)

Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades con intereses en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.

2.8.1 Redes sociales

Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.

La Biblioteca de Comunicación, Expresión y Comunicación 2.0 (2012: p.783) indica que son “formas de interacción social que se caracterizan por el dinamismo de su comunicación. En ellas la comunicación entre personas, grupos o instituciones se produce en forma horizontal y dinámica”. Agrega “según la participación de la gente y la temática utilizadas existen redes sociales horizontales, que son donde hay usuarios de todo tipo. No proponen temas particulares ya que esos espacios son de participación libre. No hay jerarquías prefijadas”

Es decir, red social vertical o Profesional lo forman las denominadas “profesionales”. Las más usadas son, por orden de suscritos, notoriedad y uso: *Linkedin, Xing y Viadeo*.

2.8.2 Facebook

Facebook es considerada una de las redes sociales más importantes y populares de la actualidad, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numeroso contactos de la vida, expresar sus opiniones y estados de ánimo, subir y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos, entre otros.

Según el ensayo Creación y Producción en Diseño y Comunicación (cf 2011 web Facebook es uno de los sitios web más visitados del mundo y se declara como un servicio social que conecta a la gente con amigos, conocidos y otros. Su objetivo es facilitar a sus usuarios el mantenerse en contacto con sus conocidos, para así poder comunicarse con ellos cada vez que quieran hacerlo.

Las herramientas que ofrece Facebook para estar presentes son básicamente tres: perfiles, grupos de usuarios y páginas.

2.8.2.1 Perfiles

Son las piezas fundamentales y las más flexibles. Cada usuario crea el suyo propio con datos personales, fotografías, etc.

Posteriormente, puede unirse a una o varias redes, las cuales suelen representar áreas geográficas, universidades, empresas importantes, etc. Es posible personalizar cada perfil instalando aplicaciones con las más diversas funcionalidades y estableciendo el nivel de privacidad que se crea conveniente.

2.8.2.2 Páginas

Son la forma de presencia que el sitio recomienda para empresas, personajes famosos y otras organizaciones. Su lanzamiento se produjo en noviembre de 2007 y desde entonces muchas instituciones han optado por construir las suyas, con distintos niveles de éxito (Behrens, 2008). Su aspecto es similar al de un perfil, pero con funciones distintas.

2.8.2.3 Aplicaciones más frecuentes

Las aplicaciones pre instaladas en una página son:

- El muro. Está pensado para que los usuarios puedan escribir mensajes.
- Foros de discusión. Imprescindible para que los usuarios tengan dónde expresarse o conversar con la universidad y con otros usuarios. Se ha de supervisar su contenido para evitar conflictos, mensajes inapropiados y responder a las preguntas que realicen los usuarios.
- Compartir vídeos y fotografías. Permite tanto a la universidad como a los fans de la página publicar este tipo de materiales.
- Eventos. Útil para anunciar actividades organizadas por el centro e invitar a los contactos a participar en el evento, a los que pueden confirmar o no su asistencia.

- Notas. Ofrece la posibilidad de publicar noticias, textos, etc.

Puede actualizarse automáticamente con un canal de red social. Las páginas también tienen disponible un interfaz de administrador, un módulo de estadísticas y una herramienta para comunicar actualizaciones a los fans o seguidores

2.8.3 Twitter

Según la Biblioteca de Comunicación, Expresión y Comunicación 2.0 (2012: p.815), *Twitter*: “Es una herramienta de comunicación gratuita que integra tecnologías de las redes sociales, los blogs y la mensajería instantánea. Ofrece comunicación en tiempo real con otras personas a través de mensajes de texto que se denominan *tuits*.”

Es una herramienta de comunicación gratuita e instantánea con otras personas, a través de mensajes de texto de 280 caracteres llamados *tuits* de lo contrario no puede ser publicada la información; sin embargo, no existe límites de *tuits* para enviar y publicar.

El *tuit* es cada mensaje de texto, fotografías, videos o enlaces, que se envían por medio de esa red social. El *retuit* es un reenvío de esos mensajes recibido. El “*hashtag*”, que se grafica con el signo # (Numeral) se usa para etiquetar un mensaje y hacer que pase a un listado determinado por la etiqueta.

La velocidad para enviar información “ha hecho de esta red social una herramienta imprescindible para periodistas y profesionales de la comunicación, ya que les permite estar al día de los sucesos que ocurren en el mundo y tener primicias informativas”. Actualmente tiene 560 millones de usuarios. (Biblioteca de Comunicación, Expresión y Comunicación 2.0 (2012: p.815))

2.8.4 YouTube

Portal del Internet que permite a sus usuarios subir y visualizar videos. Fue creado en febrero de 2005 por *Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim*, quienes se conocieron trabajando en PayPal. Un año más tarde, YouTube fue adquirido por Google en 1.650 millones de dólares. Julián Pérez Porto y Marpia (Merino 2010)

En sitio web dedicado a compartir vídeos. Fue creado 2005 y, en octubre de 2006, adquirido por Google Inc. a cambio de 1 650 millones de dólares: ahora opera como una de sus filiales. Es el sitio web de su tipo más utilizado en internet.

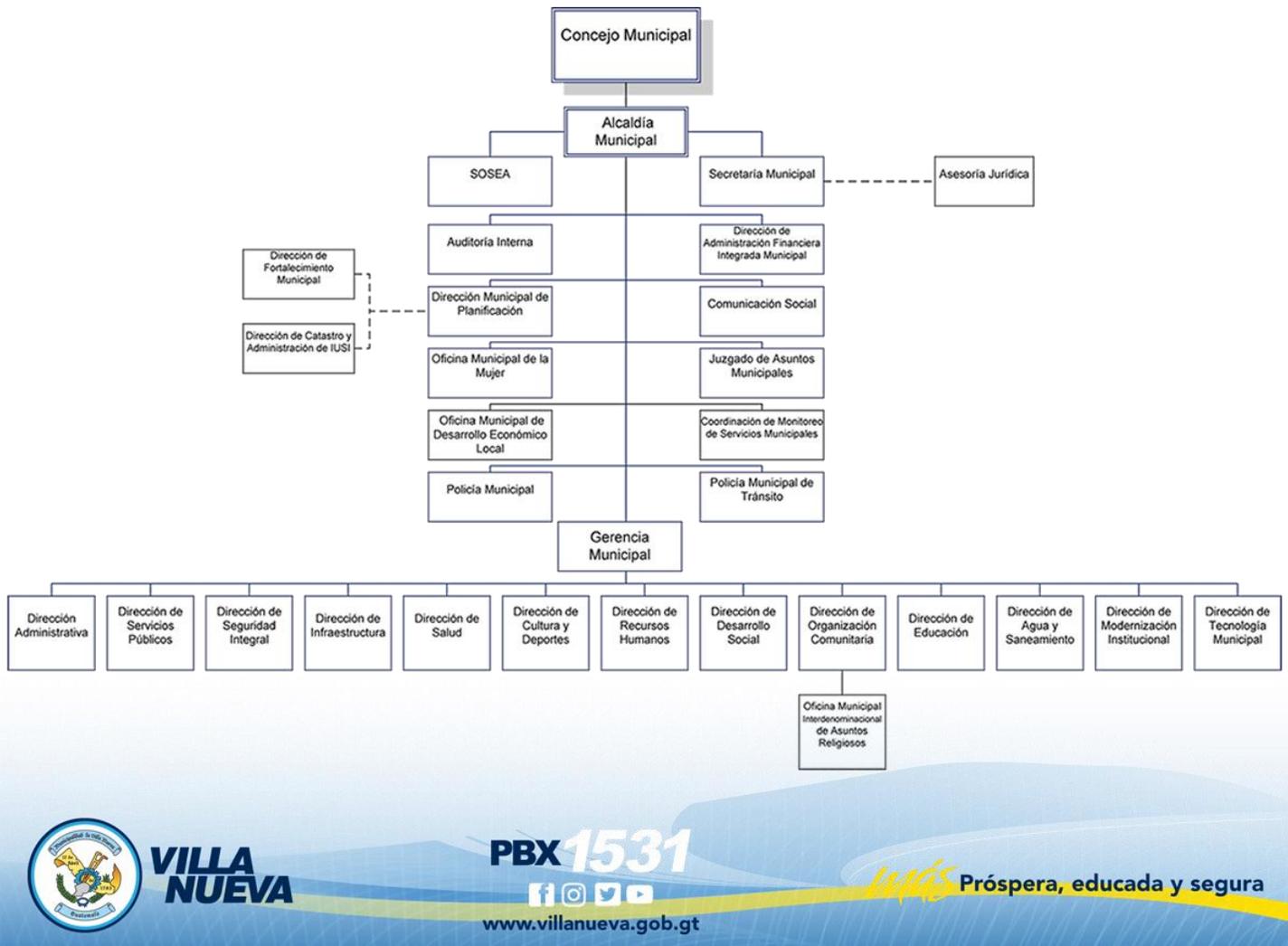
El 29 de agosto de 2017, YouTube dio a conocer algunos cambios en el diseño de su versión web y presentó un nuevo logotipo, que por primera vez separa el nombre del ícono.⁵

2.9 Municipalidad de Villa Nueva

Tiene como misión proporcionar los servicios que reúnan las exigencias que requieren los vecinos, logrando mantener o ganar la confianza de los habitantes hacia sus autoridades para alcanzar una Villa Nueva próspera, educada y segura. Su visión es establecer el punto de equilibrio exacto entre el ingreso y la inversión a hacerse en Villa Nueva para llevar a los vecinos el máximo bienestar y así elevar su nivel y calidad de vida y que el municipio sea próspero, educado y seguro. (cf. www.villanueva.gob.gt/:2017)

Para lograr este fin la Municipalidad está integrada por el Concejo Municipal, alcalde, directores, subdirectores y un gerente, que dictan las políticas de ejecución y funcionamiento para el resto del equipo. Responden a una organización para su funcionamiento.

2.9.1 Organigrama de la Municipalidad de Villa Nueva



Organigrama tomado del portal Web www.villanueva.gob

2.9.2 Unidades de servicio de la Municipalidad de Villa Nueva

Las unidades de servicio forman parte del equipo de atención integral al vecino siendo estas identificadas de la siguiente forma (*cf. www.villanueva.gob.gt/:2017*)

Concejo Municipal

El Concejo Municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales cuyos miembros son solidaria y mancomunadamente responsables por la toma circunscripción municipal. Es responsable de ejercer la autonomía del municipio, integrado por el alcalde, los síndicos y los concejales, todos electos directa y popularmente de conformidad con la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

El alcalde es el encargado de ejecutar y dar seguimiento a las políticas, planes, programas y proyectos autorizados por el Concejo Municipal.

Alcaldía municipal

El alcalde representa a la Municipalidad y al municipio; es el personero legal de la misma, sin perjuicio de la representación judicial que se le atribuye al síndico; es el jefe del órgano ejecutivo del gobierno municipal; miembro Departamental de Desarrollo respectivo y presidente del Concejo Desarrollo. En lo que le corresponde, es atribución y obligación del alcalde hacer cumplir las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y demás disposiciones del Concejo Municipal y al efecto, expedirá las órdenes e instrucciones necesarias, dictará las medidas de política y buen gobierno y ejercerá la potestad de acción directa y, en general, resolverá los asuntos del municipio que no estén atribuidos a otra autoridad.

Juzgado de Asuntos Municipales

Para la ejecución de sus ordenanzas, el cumplimiento de sus reglamentos, demás disposiciones y leyes ordinarias, la Municipalidad crea el Juzgado Municipales. El Juez de Asuntos Municipales es competente para conocer, resolver y ejecutar lo que juzgue de todos aquellos asuntos en que se afecten las buenas costumbres, el ornato y limpieza de las poblaciones, el medio ambiente, la salud, los servicios públicos municipales y los servicios públicos en general.

Dirección de Infraestructura

Dirección encargada de ejecutar los proyectos de obras, aprobados por el Concejo y/o Alcalde Municipal. Realiza construcciones remodelaciones, ampliaciones de infraestructura, infraestructura vial, pavimentaciones, adoquinamiento, bacheo y recapeos, introducción de sistemas de drenaje pluvial, introducción de sistemas de drenaje sanitario, soldaduras.

Policía Municipal

La Policía Municipal vela por el cumplimiento de los acuerdos, reglamentos, ordenanzas y resoluciones emitidas por el Concejo Municipal y el Alcalde. Es la encargada de velar por la seguridad e integridad de todos los bienes municipales. Respetando los criterios básicos de las costumbres y tradiciones propias de las comunidades del Municipio.

Dirección de Servicios Públicos

Dirección encargada de administrar, dirigir, coordinar y supervisar los cementerios, mercados, alumbrado público, transportes públicos, limpieza, jardinería y desechos sólidos.

Dirección de Educación

Coordina todas las actividades educativas que promueve la Municipalidad: Día del Niño, Elección de Niño Alcalde, Concejal y Síndico por un día. Coordina cursos cortos, vacacionales y universitarios. Apoya en la ejecución de actividades de educación.

Dirección Municipal de Planificación

Esta Dirección es la encargada de coordinar y consolidar los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del municipio de Villa Nueva. También es responsable de producir la información precisa y de calidad que se necesita para la adecuada gestión de las políticas públicas municipales.

Dirección de Agua y Saneamiento

Dependencia de la Municipalidad, que se encarga de administrar, coordinar, controlar la prestación del servicio de agua.

Dirección de Salud

Administra y planifica jornadas médicas y odontológicas, así como planificar capacitación técnica en salud dirigida a escuelas de enfermeras, comadronas y primeros auxilios y brinda atención clínica a vecinos del municipio.

Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Alcalde

Impulsa e implementa programas de carácter social que beneficien a los niños, niñas, adultos mayores, las familias y a la comunidad en general. Tiene como fin la focalización social, se trata de identificar a las familias de mayor pobreza y vulnerabilidad, y poder así asegurar sus derechos esenciales.

Organización Comunitaria

Dependencia que tiene a su cargo promover, fortalecer y dar seguimiento a las organizaciones comunitarias: Comités de Desarrollo Municipal (CDM) Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODE), Asociaciones de Vecinos. También la integran la Oficina Municipal Interdenominacional de Asuntos Religiosos y Oficina Municipal de Desarrollo Económico Local.

Dirección Municipal de la Mujer

Es la responsable de atender las necesidades específicas de las mujeres de Villa Nueva y de fomentar su liderazgo comunitario, participación económica, social y política.

Policía Municipal de Tránsito

La Policía Municipal de Tránsito tiene por objeto realizar funciones especializadas como autoridad de tránsito dentro del distrito municipal de Villa Nueva y en consecuencia le corresponderá a sus integrantes, dirigir y controlar el tránsito conforme a la ley y reglamentos de tránsito en la jurisdicción municipal de Villa Nueva.

Dirección de Seguridad Integral

Dirige y programas de seguridad y prevención con participación de vecinos a través Asociaciones, Consejos Comunitarios de desarrollo (COCODE) y otras formas de organización comunitaria en coordinación con dependencias municipales y estatales con la finalidad de forjar un nivel óptimo de seguridad dentro del municipio. Tiene a su cargo el Departamento de la Juventud.

Dirección de Cultura y Deportes

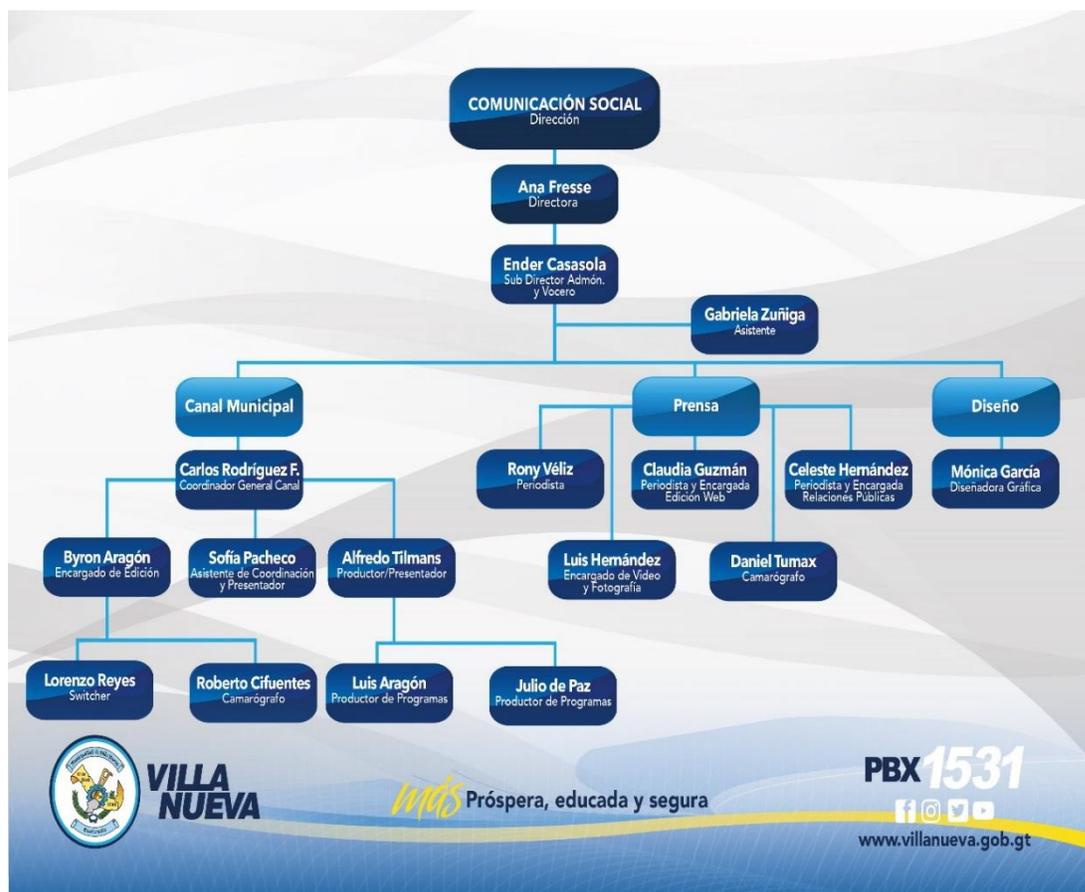
Esta Dirección es parte del brazo social de la Municipalidad, programa, administra, dirige, coordina, controla y organiza eventos municipales.

2.9.3 Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva

Es una dependencia que depende de la Alcaldía municipal que tiene como objeto fundamental informar a los vecinos del municipio y difundir, a través de los diferentes medios de comunicación, las noticias y acontecimientos relacionados con la Municipalidad de Villa Nueva; así como los servicios que presta. Extraído de la página oficial. (cf. www.villanueva.gob.gt/: 2018)

Esta Dirección da a conocer las obras políticas y de servicio para la población mediante la cobertura del que hacer municipal y los diferentes eventos organizados por la Municipalidad por medio de tres equipos periodísticos.

2.9.4 Organigrama de la Dirección de Comunicación Social



Organigrama tomado de los archivos internos de la Dirección de Comunicación Social

2.9.5. Funciones de la dirección de Comunicación Social

Una oficina de comunicación social desarrolla estrategias de comunicación que respalden a la entidad que representa para el logro de sus objetivos realizando las siguientes funciones: (cf. www.villanueva.gob.gt/:2017)

- La Dirección de Comunicación trabaja la comunicación estratégica mediante campañas alternas por los medios de comunicación tradicionales y digitales (Redes sociales, canal municipal, material multimedia e impreso)
- Socializa información a nivel local y nacional de los acontecimientos relevantes del municipio y su repercusión a nivel nacional, mediante comunicados, videos informativos, notas de voz, dirigidos a los medios tradicionales y medios digitales.
- Maneja de información a través de las redes sociales.
- Se previene y maneja crisis eventuales.
- Permanece en comunicación directa con redes de periodistas.
- Se trabajan las relaciones públicas para trascender en medios de comunicación a nivel nacional.
- La integración de equipos de trabajo periodístico para atender las necesidades de difusión del trabajo municipal.

2.10 Departamento administrativo

Es donde se realiza el conjunto de tareas profesionales necesarias para desarrollar y gestionar eficazmente la documentación que permite el funcionamiento de la unidad, así como divulgar en otros medios las acciones de la Comuna y sus servicios. La función administrativa se gestiona identifica, y evalúa los procesos para el buen funcionamiento de una entidad o departamento.

“Realizar una función bajo el mando de otro, la función administrativa se cristaliza mediante un proceso administrativo integrado por etapas y fases sucesivas a través de las cuales se analizan los procesos, entradas y salidas para poder ofrecer mejoras a la empresa y, por otro lado, a partir de números reales, ha de saber exponer dónde es posible reducir costes e invertir, no es sólo cuestión de llevar al día los documentos o de llevar bien las cuentas sino de tener una visión amplia de la empresa y mostrar puntos de mejora” (Luna, 2014: 32)

El Departamento Administración de una unidad de servicio es un conjunto de actividades cotidianas relacionadas con la planificación financiera, el mantenimiento de registros y la facturación, el personal, la distribución física y la logística.

2.11 Departamento de prensa

Conocido también como Gabinete de prensa o asesoría de prensa gabinete de medios, gabinete de comunicación, gabinete de relaciones con los medios de comunicación, gabinete de relaciones públicas o gabinete de relaciones externas, entre otros, es un organismo encargado por una empresa para gestionar todas las solicitudes de información de los medios de comunicación, así como de realizar relaciones proactivas con éstos con el objetivo de difundir determinados mensajes.

Para (Maletzke 1976) - estudioso de la psicología de la comunicación social, en su análisis del comunicador en el campo de la comunicación social, anota :“Toda persona o grupo de personas que participen en la producción social, sea de modo creativo, configurador y selectivo controlado transmite un mensaje; el mensaje de acuerdo a su contenido, su forma la circunstancia de a quién se dirige, los medios con los cuales los difunda y su alcance depende por un lado del propio comunicador en cuanto a personalidad y por otro lado de sus relaciones

Sociales en general. “Quién redacta notas informativas, entrevistas y reportajes se llama reportero; al que elabora artículos, articulista; al que hace editoriales, editorialista; al que hace columnas, columnista y al que ejercita la crónica, cronista. Pero todos los que hacen del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, son periodistas (Leñero y Marín, 1986).

2.12 Canal Municipal

Un canal de televisión es un tipo de estación emisora que transmite audio y vídeo a receptores de televisión en una área concreta.

En Guatemala se conceden licencias por parte de una agencia gubernamental a cada canal de televisión para usar una parte determinada del espectro de radio (un canal) a través del cual se envían señales, por medio de señal abierta u operadores de cable.

Se denomina Canal Municipal cuando el público objetivo del medio es la población, considerada el centro de la gestión municipal: Es por quién y para quién se produce material audiovisual para difundir la acción municipal.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Método de investigación

Para realizar esta investigación se utilizó el método deductivo que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Cuyo objetivo es construir un proyecto integrador que aporte conocimientos acerca de cuál es el Perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.

3.2 Tipo de investigación

Para desarrollar este estudio se realizó una investigación de campo descriptiva cualitativa, que corresponde a un tipo de diseño que, de acuerdo con Sabino (2005) se basa en estimaciones obtenidas directamente de la realidad.

Dicha investigación de campo consiste en entrevistas y cuestionarios a los de Villa Nueva, periodistas, diseñadores, directores camarógrafos, fotógrafos, integrantes del equipo de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad editores, y productores.

Para el manejo de los datos se utilizó el enfoque cualitativo, que describe y responde las preguntas de investigación, basado en la recolección de datos sin medición numérica mediante cuestionarios, (descripciones y las observaciones).

3.2.1 Objetivos

Objetivo general:

- Establecer el perfil profesional para la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.

3.2.2 Objetivos específicos

- Especificar las funciones que realiza el personal de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, de acuerdo con las exigencias actuales. .
- Nombrar mediante una guía los términos de referencia del Perfil Profesional Para la Dirección de Comunicación Social utilizando como referencia las características actitudinales, procedimentales y declarativas de sus integrantes.
- Describir las actividades de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.

3.3 Técnica

En este estudio se realizó una investigación bibliográfica con material de Internet, documentos, cuestionarios y entrevistas.

3.4 Instrumento

Se realizó un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas, además de una entrevista, herramienta periodística de vital importancia, con el propósito de obtener respuestas sobre el tema, problema o tópico de interés en los términos del lenguaje y la perspectiva del entrevistado. (Arfuch, 1995).

- En este caso se empleó la entrevista estructurada para obtener datos e información más exacta por parte de la directora de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.

3.5 Población

- 16 integrantes de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.

3.6 Muestra

16 comunicadores, incluida la directora, con la intención de determinar el perfil de los comunicadores que integran la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, quienes ejercen una función tradicional, además de la ser comunicadores digitales

3.7 Procedimiento

Para realizar esta investigación en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a cada uno de los integrantes de la oficina, lo que permitió recabar datos que completan el perfil del comunicador.

Se entrevistó a la directora para conocer la percepción del equipo de trabajo del personal de la Dirección de Comunicación Social de acuerdo con lo que menciona Cerdá (como lo cita García 2008, P.8) quien menciona el inventario de rasgos profesionales que incluye las áreas: cognoscitiva, afectiva y psicomotriz

Además se realizaron las consultas bibliográficas respectivas y diálogos cotidianos con el equipo de comunicadores durante la planificación de actividades, lo cual reflejó el trabajo de campo y la función comunicacional de cada uno, así como del equipo integrado, dando como resultado una guía de términos de referencia para la establecer el perfil profesional de la dirección de la Municipalidad de Villa Nueva.

Capítulo 4

Descripción de los resultados

Para desarrollar este trabajo se indagó en las actividades que se realizan en la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, en el proceso para el desempeño de las funciones de cada uno de sus integrantes y la descripción de las actividades que se realizan en la mencionada dirección.

En las elecciones de 2012, la nueva administración edil asumió las riendas del municipio de Villa Nueva promoviendo la creación de diversos perfiles en redes sociales lo que hasta la fecha ha permitido un acercamiento directo, estrecho y activo con el vecino brindando información soluciones y respuestas a las constantes consultas que por dichos medios se realizan.

A partir de ese momento se amplía en la definición del Perfil Profesional del Comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva, lo que dio por resultado un inventario de los rasgos profesionales más amplio, al que éste ha respondido exitosamente para cumplir con su función comunicacional.

Para integrar este perfil se tomó en cuenta el papel que desempeña cada uno de los integrantes de la Dirección de Comunicación de esta Comuna, partiendo del día a día del ejercicio periodístico.

Mediante un cuestionario, la observación, discusiones y la experiencia se pudo realizar una descripción de las habilidades profesionales de cada comunicador integrando los rasgos declarativos, procedimentales y actitudinales de cada uno, encontrándose una similitud en todas las áreas, mismas que fueron tomadas para crear el perfil.

Un comunicador profesional para esta municipalidad debe tener conocimientos profesionales en carrera afín a la comunicación, experiencia en medios masivos, habilidad en manejo de office y dispositivos móviles, así como alta capacidad de redacción, dicción, síntesis y manejo de comunidades virtuales organizacionales.

Las habilidades actitudinales son fundamentales en el ejercicio de la profesión siendo las relaciones humanas, asertividad, respeto y pro actividad las características comunes que definen al comunicador de oficina mencionada.

La homogeneidad en el grupo ha hecho de estos comunicadores un buen grupo consolidado y se ha evidenciado las áreas de oportunidad de crecimiento para obtener mejores resultados, por ejemplo el proveerles del equipo técnico adecuado, (dispositivos electrónicos adecuados, acceso a Internet) y la sinergia para aprovechar al máximo los recursos utilizados en el buen ejercicio de sus funciones.

4.1 Funciones generales de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva

La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva depende de la Alcaldía Municipal, tiene como objeto informar a los vecinos acerca de los servicios que brinda la Comuna.

Para su adecuado funcionamiento la Municipalidad de Villa Nueva cuenta con 20 direcciones y con el fin de dar a conocer el trabajo de cada una, la Dirección de Comunicación Social ha organizado equipos de reporteros quienes tienen asignadas un determinado número de direcciones como su fuente primaria de información, además de brindar coberturas a los eventos que éstas organizan.

Son tres los periodistas que cubren las direcciones y dos camarógrafos-fotógrafos quienes se alternan para integrar los equipos. Cada uno tiene designadas fuentes específicas, por lo cual cada uno atiende entre cinco y seis fuentes de información. (No se da cobertura a las direcciones administrativas)

Esta información es procesada en boletines de prensa, *tuits* y videos, para luego ser difundida por el resto de redes sociales como la página Web, Facebook y material multimedia. El siguiente paso, será trasladar el material a los periodistas que cubren la fuente de la Municipalidad de Villa Nueva, para así llegar a la población general.

El acontecer de la noticia y su divulgación inmediata han provocado que los reporteros dejen atrás la sala de redacción y las oficinas de relaciones públicas. En la actualidad las redes sociales permiten la divulgación de la información de manera instantánea compartiéndola tanto visualmente como digitalmente desde el lugar de los hechos, informando de manera simultánea con el acontecer virilizándola desde el momento que surge.

El avance de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TICs) ha provocado que el papel del comunicador se amplíe respondiendo a las demandas tecnológicas de la época

En la actualidad el comunicador elabora y comunica al momento que surge la noticia desde el lugar de los hechos, con el equipo básico: cámara de video, cámara de fotografía, computadoras portátiles y dispositivo móvil.

Al realizar las coberturas, el periodista también se convierte en camarógrafo fotógrafo y productor para lograr el contenido que se desea con las más fieles ilustraciones de lo que acontece.

Posteriormente, este material audiovisual es seleccionado y almacenado como un banco informativo de actividades municipales.

La Dirección de Comunicación Social realiza el trabajo en equipo atendiendo cada una de las unidades municipales de servicio para dar a conocer a la población el trabajo que, desde la Comuna, se realiza y las solicitudes de actividades sociales relevantes que los vecinos solicitan a este departamento previa autorización.

4.2 Guía de términos de referencia para la contratación de personal para la Dirección de comunicación de la comuna villanovana

De acuerdo con la propuesta que hace Cerda Michel (1991) a continuación se nombra el inventario de los rasgos profesionales como una guía de términos de referencia para la contratación de personal en dicha dirección de cada uno de los puestos de trabajo valiéndose de las características declarativas, actitudinales y procedimentales de acuerdo a la naturaleza de sus funciones.

Director

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none">• Licenciatura en Ciencias de la Comunicación• 10 años de experiencia en medios de comunicación.• Formación política.• Manejo básico del idioma inglés.• Conocimiento de redes• Contactos con dueños, directores y periodistas de medios de comunicación.• Excelente ortografía y redacción.	<ul style="list-style-type: none">• Manejo básico de equipo audiovisual.• Manejo de office• Manejo de dispositivos móviles	<ul style="list-style-type: none">• Excelentes Relaciones humanas.• Responsable• Proactivo• Objetivo• Respetuoso • Empático• Organizado• Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Sub director administrativo

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Ciencias de la Comunicación • Conocimientos sólidos en administración. • 5 años de experiencia en medios de comunicación. • conocimientos básicos del idioma inglés. • Conocimiento en Office • Conocimiento de sistemas administrativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de office • Manejo de dispositivos móviles • Manejo básico de equipo audiovisual. • Conocimientos en planificación y ejecución presupuestaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado

Elaboración propia

Periodistas

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Pensum cerrado en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. • Profesional en las áreas de periodismo, locución y/o publicidad. • Conocimientos básicos del idioma inglés. • Conocimiento de Office. • 5 años de experiencia en medios de comunicación o comunicación institucional. • Experiencia en manejo en de comunidades virtuales organizacionales . • Conocimientos en Relaciones Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo audiovisual. • Manejo de dispositivos móviles • Manejo de Computadoras • Manejo de redes sociales • Manejo de las TICs • Habilidad para la lectura. • Capacidad de síntesis • Habilidad en el manejo de comunidades virtuales organizacionales . • Manejo de las relaciones públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado • Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Coordinador canal de televisión

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. • Profesional en las áreas de periodismo, locución y publicidad. • Conocimientos de producción televisiva. • 5 años de experiencia en medios de comunicación o comunicación institucional. • Conocimiento de programas de edición. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo audiovisual. • Cámara de video. • Cámara fotográfica. • Dispositivos móviles. • Computadoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado • Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Editor

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante en Ciencias de la Comunicación. • 2 años de experiencia en medios d • e comunicación o comunicación institucional. • Conocimientos básicos del idioma inglés. • Amplios conocimientos en manejo programas de edición. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo audiovisual. • Dispositivos móviles. • Computadoras • Habilidad en el manejo de programas de edición. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado • Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Suitcher

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante en Ciencias de la Comunicación. • 2 años de experiencia en medios de comunicación o comunicación institucional. • Conocimientos básicos del idioma inglés. • Amplios conocimientos en manejo de programas de edición y consolas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo audiovisual. • Dispositivos móviles • Computadoras • Habilidad en manejo de programas de edición y consolas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones humanas • Responsable • Proactivo • Organizado • Asertivo • Objetivo • Observador • Educado • Respetuoso • Empático

Elaboración propia

Camarógrafo - fotógrafo

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos generales en comunicación. • Profesional en las áreas de periodismo, locución y publicidad. • Conocimientos básicos del idioma inglés. • 2 años de experiencia en cargos similares. • Conocimientos en pre y post producción fotográfica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo audiovisual. • Dispositivos móviles • Computadoras • Habilidades en pre y post producción fotográfica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado • Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Presentador - vocero

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none">• Conocimientos básicos comunicacionales.• Profesional en las áreas de periodismo, locución y/o publicidad.• Conocimientos básicos del idioma inglés.• 2 años de experiencia como presentador.	<ul style="list-style-type: none">• Manejo de equipo audiovisual.• Computadoras• Buena dicción• Facilidad para hablar ante las cámaras y público.	<ul style="list-style-type: none">• Excelentes Relaciones humanas.• Responsable• Proactivo• Objetivo• Respetuoso• Empático• Organizado• Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Productor de TV

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en Ciencias de la Comunicación. • Experiencias en medios de comunicación informativos. • Conocimientos básicos del idioma inglés. • 2 años de experiencia como productor de programas nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo: <ul style="list-style-type: none"> • Audiovisual. • Dispositivos móviles • Computadoras • Islas de edición. • Iluminación. • Montaje de set. • Creativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado • Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

Diseñador gráfico

Declarativo	Procedimental	Actitudinal
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en Ciencias de la Comunicación y/o en Diseño Gráfico. • Conocimientos básicos del idioma inglés. • 2 años de experiencia como diseñador, creativo o Director de arte. • Conocimiento de programas de diseño, edición de fotografía y video. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo audiovisual. • Dispositivos móviles. • Computadoras • Manejo de programas de diseño, edición de fotos y video 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes Relaciones humanas. • Responsable • Proactivo • Objetivo • Respetuoso • Empático • Organizado • Capacidad de Liderazgo

Elaboración propia

4.3 Funciones del periodista de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva

- Tres periodistas se encargan de cubrir sus fuentes de información cada día (tienen asignadas sus respectivas direcciones municipales para buscar la noticia o bien cubrir sus actividades y masificarlas)
- Cada periodista desde el lugar de la cobertura publica tuits en la cuenta municipal para informar acerca de las acciones municipales.
- Como estrategia comunicacional se etiqueta al Alcalde, al gerente. Vía *Whats App* se comparte a la directora quien envía el *tuit* al resto de directores de las unidades municipales logrando re *tuitear* y multiplicar el mensaje, teniendo así un mayor alcance.
- Los periodistas publican las noticias en la cuenta oficial de *tuit* @MuniVillaNueva que tiene 38,800 seguidores, el Alcalde tiene 13,900, el canal de televisión cuenta con 660 seguidores, estos mensajes alcanzan a los seguidores de cada dirección y cuentas personales lo que garantiza que el mensaje llega a un universo de más de 60 mil personas. Con este sistema se ha llegado a ser tendencia en varias ocasiones. Adicional el alcance que se obtienen mediante las publicaciones en la cuenta de Facebook con 61 mil seguidores.
- Posteriormente, las coberturas de los redactores son transformadas en un comunicado de prensa; la línea editorial descansa en la directora. Revisado y aprobado, al material se le adjuntan fotografías.
- Relaciones públicas envía a la red de periodistas de la Municipalidad de Villa Nueva vía correo electrónico, y *WhatsApp*. El representante de la comunidad en línea sube el material a la página Web Municipal y al *facebook* municipal (@MuniVillaNueva).
- Simultáneamente, el material que es filmado durante la cobertura, es trabajado por producción audiovisual, quien realiza videos de 1 minuto máximo, con información municipal.
- Los materiales autorizados se envían por las redes sociales a los periodistas, se publican en redes municipales. Esto dan un aproximado de dos tuis diarios más, utilizando la técnica de los videos para informar.
- Por otra parte, se retroalimenta la información por medio de una campaña alterna vía *tuit* que en el último año se denominó “Hoy en Villa Nueva”, se seleccionan fotografías que evidencia servicios y se invita a los vecinos a participar en las escuelas de karate, cursos de desarrollo humano, escuelas

de marimba, sinfónica, etc. Ello significa que se difunden otros 3 tuits más. Debido a que la campaña se programa para transmitirlo a las 7, 14 y 19 horas diariamente.

- La Municipalidad emite alrededor de 15 *tuits* institucionales cada día, además 10 tuits aproximadamente con las campañas creativas simultáneas que tiene a su cargo cada periodista. por lo tanto la cobertura diaria, por esta vía es de más de 38 mil personas que son los seguidores en el *tuit* municipal, más los del Alcalde.
- En *facebook* la cantidad de seguidores es de 60 mil seguidores. La página web cumple también su función informativa. Ello evidencia la importancia de del internet para informar a la población de las acciones municipales.
- En ambas redes sociales, Facebook y *Tuiter*, se cuenta con más de 110 mil seguidores.
- Se utilizan medios tradicionales para masificar la información como lo es el canal de televisión municipal, cuya programación cuenta con un noticiero denominado VN Noticias, el cual se difunde tres veces diarias teniendo una duración de 30 minutos cada uno.
- Una vez al año se redacta el Informe de Labores, que resume lo actuado en todo el año.
- Se producen revistas, periódicos, trifoliales y *baners* digitales e impresos para divulgar la información municipal.

4.4. Distribución de fuentes informativas

Las diferentes Direcciones Municipales son las fuentes de información de los tres equipos periodísticos (camarógrafo y periodista) y están distribuidos de la siguiente manera:

Equipo 1:

- Dirección Municipal de la Mujer
- Dirección de guas y drenajes
- Dirección de Salud
- SOSEA
- Dirección de Tecnología
- Dirección Municipal de Planificación

Equipo 2:

- Dirección de Seguridad Integral.
- Dirección de Fortalecimiento.
- Dirección de Organización Comunitaria.
- Dirección de Cultura y Deportes
- Oficina Municipal de Asuntos Religiosos.

Equipo 3:

- Dirección de Infraestructura.
- Dirección de Servicios Públicos.
- Dirección de Educación.
- Juzgado de Asuntos Municipales
- Policía Municipal
- Oficina Municipal de desarrollo Económico local.

4.5 Proceso de la información municipal

Las labores inician con la planificación semanal de actividades los días lunes.

El periodista se comunica con sus fuentes (Unidades de servicio municipal) para consultar y agendar actividades del día, la semana o mes según sea el caso. Aquí se inicia el proceso de cobertura de las visitas, se coordinan artes y publicaciones que serán socializadas a través de las redes, diseñadora, redactores fotógrafos y camarógrafos planifican las actividades a realizar.

Durante las coberturas se busca a los organizadores para recopilar información y datos relevantes que son incluidos en la nota informativa, (testimonios, experiencias).

Los camarógrafos realizan su tarea captando el mejor ángulo y capturando los momentos más relevantes a través del lente.

Los tres periodistas de la dirección de Comunicación Social publican en redes sociales la información acontecida en las actividades por medio de su herramienta básica: un teléfono inteligente, con el cual se publican fotografías y videos de los hechos importantes (desarrollo humano e infraestructura) promovidos por la Comuna.

El equipo de comunicación social da cobertura con video y fotografía profesional a las actividades organizadas. Las fotografías y textos producidos desde el teléfono inteligente para twitter son elementos que se incluirán en la sala de redacción la nota informativa completa la que es revisada y aprobada por dirección general antes de publicarla en Web, Facebook y compartirla a medios masivos de comunicación; se seleccionan las fotografías más destacadas para ilustrar el contenido.

La nota informativa aprobada así como los videos más destacados son utilizados para el noticiero que se produce en esta dirección, en el estudio de televisión Villa Nueva TV, material que es producido y editado para varios formatos: capsulas informativas, spots televisivos, campañas y cortes informativos.

El material fotográfico que no es utilizado en redes es almacenado en un banco de imágenes que son posteriormente producidas para material gráfico, vallas, *muppies*, roll ups afiches impresos y digitales así como publicaciones en diarios escritos, trifoliales, bifoliales volantes etc.

Se puede evidenciar que con el paso del tiempo ha evolucionado la labor periodística abriendo la brecha de la tecnología, lo que ha ampliado el día a día del ejercicio comunicacional lo que ha permitido definir y actualizar el Perfil Profesional del Comunicador en ésta Municipalidad.

En síntesis se puede decir que el comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva cumple con varias funciones periodísticas de acuerdo a sus atribuciones es periodista, redactor, reportero, fotógrafo y encargado de comunidad virtual.

Cabe mencionar que la municipalidad de Villa Nueva realiza distintas actividades que impulsan el desarrollo integral del ser humano en conjunto con las atribuciones que por ley le competen, mismas que son documentadas de acuerdo a la naturaleza de las funciones de cada dirección municipal.

Cada unidad de servicio o dirección municipal solicita cobertura previa durante o posterior a las actividades y/o servicios que brindan a la comunidad como una manera de rendir cuentas a la población del trabajo que día a día se realiza.

Jornadas médicas, servicios de salud, educación emprendimiento, idiomas, deporte, organización comunitaria entre otras son socializados a través de las redes, comunicados incluso convocatorias.

Cada periodista es responsable de mantener constante comunicación con cada director de área para no dejar de informar el acontecer en cada una de las oficinas municipales, mismo ejercicio que se realiza con la direcciones eminentemente obligatorias de la comuna, tal es el caso de infra estructura, aguas, Policía Municipal y de tránsito entre otras.

El trabajo comunicacional se intensifica pues en la comuna se prioriza el derecho del vecino a mantenerse informado de las acciones que realiza el gobierno local lo cual beneficia a las comunidades y así dar cuenta de cómo se invierten los recursos públicos.

La administración actual impuso el reto desde que asumió el gobierno promover una cercanía con el vecino a través de las redes sociales y desde el primer día de labores el departamento de comunicación creó las cuentas en las diferentes plataformas existentes. A partir de entonces se informa de la gestión municipal a través de éstas.

La oficina de comunicación da cuenta en su trabajo de la fusión que existe entre la obra gris la inversión social, una complementando a la otra, brindando las herramientas necesarias para ofrecer a los vecinos desarrollo integral en educación, salud, emprendimiento etc.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con las características y funciones que desempeña el comunicador de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva se logró establecer el Perfil Profesional para la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva.
2. Con el paso del tiempo el perfil del Comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva ha evolucionado adaptándose a las demandas tecnológicas actuales desempeñando con profesionalismo su función comunicativa dentro de la institución, en el municipio y a nivel nacional.
3. Este documento deja plasmado el funcionamiento interno de la oficina evidenciando la sinergia y trabajo en equipo para alcanzar los fines institucionales sirviendo como referencia para otros modelos comunicacionales en otras instituciones.
4. El presente trabajo es una guía con términos de referencia por medio de la cual se identifican las características declarativas, procedimentales y actitudinales de los comunicadores que esta dirección requiere para definir el perfil profesional de los comunicadores de esta Comuna y su adecuado funcionamiento.
5. El Comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva posee las características del perfil profesional que se demanda en la actualidad. Es versátil, proactivo y creativo en la innovación y producción de contenidos para multimedia.

RECOMENDACIONES

A los comunicadores de la Municipalidad de Villa Nueva:

- Fortalecer los conocimientos y manejo de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TICs) de redacción, producción audiovisual, radio, redes, coordinación editorial, investigación para mantenerse a la vanguardia de la tecnología.
- Se recomienda su lectura, análisis y discusión del contenido de este trabajo que describe de la dinámica laboral de la Dirección de comunicación de la Comuna villanovana para reconocer las fortalezas y áreas de oportunidad que se posee.

Futuros comunicadores:

- El presente trabajo refleja el ejercicio periodístico y comunicacional de una oficina de esta naturaleza, por lo que se recomienda a los aspirantes a comunicadores leer este documento para conocer una de las facetas en las que el comunicador puede desempeñar su profesión.

A los directores de la Municipalidad de Villa Nueva:

- Este documento puede ser utilizado como una guía de términos de referencia y características del Perfil Profesional para futuras contrataciones de la Dirección de Comunicación social.

A otras Instituciones:

- El presente documento es una referencia que se puede utilizar como modelo comunicacional para replicar en otras organizaciones que deseen adoptar esta dinámica en un departamento de prensa o comunicación.

Bibliografía citada

1. Aguado, J. (2004)
Marco epistémico de la Comunicación La Perspectiva Técnico-Funcional Introducción a las Teorías de la Información y la comunicación. Murcia: Cátedra
2. Aqueche, A (2004)
Internet Como Herramienta De Investigación Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
3. Arfuch, Leonor. 1995.
La Entrevista, una Invención Dialógica. Barcelona, España. Editorial Paidós.
4. Ballina Talento, Guillermo (2008)
La evolución del Internet como medio de comunicación Masivo. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
5. Barrillas Roldán, Glenda (2001)
El perfil del periodista profesional en los medios de comunicación escritos Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación
6. Benito, A. (1991).
Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. España: Ediciones Paulinas.
7. Biblioteca Básica Visual (1995)
Diccionario De La Lengua Gramática y Verbos
Programa editorial visual S.A. de C. V.,
Edición 1995, México.

8. Carral, J. (1998)
Internet, El Mundo Que Llega Ignacio Ramonet, (Editor) Versión Española de Juan María López 1ª. Edición, España, 1998 Editorial Alianza
9. Castells, M. (1997)
La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol 1. La Sociedad Red. Madrid, Alianza (1997)
10. Cerdá A. (1991).
El perfil profesional en la elaboración del Currículo. México: ENEP Zaragoza-UNAM.
11. Campillo, C. (2010) “Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural”. Universidad de Alicante, España.
12. Diccionario de la lengua española (1970).
España: Editorial Espasa-Calpe.
13. Diccionario Esencial de la Real Academia Española. (1997).
14. Falla, S. (2009).
Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores. Tesis Licenciada en Comunicación Social Guatemala Universidad Rafael Landívar.
15. Fernández, C (1991)
La comunicación en las organizaciones.
México: Trillas
16. Gamboa, I. (1993).
Una conversación acerca de currículo. Guatemala: Colección Programa Educa.

17. García Fredy (2008)

Perfil del locutor deportivo Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

18. Guedez, V. (1992).

Lineamientos teóricos para la definición de perfiles profesionales. Costa Rica: Vicerrectoría de Docencia. Centro de Evaluación Académica.

19. Maletzke, G. (1976).

Psicología de la comunicación. Quito, Ecuador: Editorial Época.

20. Mérida, A (2011)

Guía para elaborar y presentar la tesis. Guatemala: Editorial Luna. 1

21. Muriel, M (1980)

Comunicación Institucional. Quito: CIESPAL. Andina.

22. Pellecer Barraza, Lucy. (1998).

Propuesta del perfil profesional del comunicador organizacional externo para el sector público. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

23. Poroj William (2014)

Uso de Facebook y Twitter en el proceso de preparación y producción del telenoticiero Guatevisión". Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

24. Ramírez, Juan (2013).

Experiencia Periodística de la cobertura en redes sociales para Emisoras Unidas de la edición 53 de la vuelta ciclística a Guatemala.

Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

25. Sabino, C. (2005).

El proceso de Investigación. Caracas; Venezuela: Editorial Panapo.

26. Sáenz Peña, Jaqueline (2011).

El periodista digital en los medios Prensa Libre, El Periódico, Siglo 21, Diario La Hora, perfiles y retos. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

27. Zaldaña, José (2015)

Experiencia en el manejo de marcas y publicidad digital en Facebook
Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

E-books

1. Díez, Sara (2006)
Técnicas de Comunicación
(Ideaspropias Vigo)
Obtenido de (<https://books.google.com.gt/>)
2. Gramajo, Francisco Javier (2004)
Claves de la Comunicación Empresarial
(Gestión 2,000)
Obtenido de <https://books.google.com.gt/>
3. Luna, Alfredo (2014)
Procesos administrativos
(Patria)

Obtenido de (<https://books.google.com.gt/>)
4. Price, Vicent (1994)
La Opinión Pública
(Paidos)
Obtenido de <https://books.google.com.gt/>
5. Zia, Federico (2016)
Comunicando la Comunicación Política
(Flammini)
Obtenido de <https://books.google.com.gt/>

Bibliografía consultada

1. Campos, J (2001)
Diccionarios y Enciclopedias En Internet La información especializada en Internet Capítulo 6, España Consejo Superior de Investigaciones Científicas
2. Carrillo N (1997).
Internet como nuevo medio de comunicación. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
3. Interiano, C (2001)
Cultura y comunicación de masas en Guatemala
Guatemala, Editorial Fénix
4. Interiano, C. (1995).
Semiología y Comunicación
Guatemala Edición. Ediciones Paz.
5. Interiano, C. (1998).
El ABC del periodismo.
Guatemala: Fondo de Cultura Editorial.
6. Marín, Carlos. (2012).
Manual de Periodismo.
México: Debolsillo.

E-grafías

7. El periodista digital (<http://www.coberturadigital.com>) El editor inglés, Alan Rusbridger (Director de Guardian Media and New)
8. El periodismo Digital Salaverría (<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodigital>)
9. Blog: Inbound Marketing <http://increnta.com/es/blog/que-es-el-inbound-marketing/> accedido el 2 de junio de 2017
10. Comunicación y Empatía para la Sostenibilidad” <https://gerens.pe/blog/que-es-comunicador/>
11. Definición de Perfil: <http://www.recursosees.uji.es/fichas/fc12.pdf>
Definición de Perfil: <http://buscon.rae.es/draeI/SrvI> Fecha y hora de consulta 11 agosto 2017 23 horas
12. Diccionario de redes sociales [www.http://recursostic.educación.es/](http://www.recursostic.educación.es/), fecha y hora de consulta abril 19 de 2017. 16.00
13. Estudios de Redes Sociales iLifebelt 201rsca-centroamerica-edicion-2014/2014/04/ accedido el 6 de mayo 2017
14. Estudio 2008- 2011 de la red Twitter 90 <http://www.slideshare.net/josekont/estudio-de-twitter-en-guatemala-centroamrica-y-Latinoamérica> accedido el 26 junio 2017
15. Falla, Stephanie, Periodismo digital: <http://tesis.stephaniefalla.com/2009/01/14/periodismo-digital-enguatemala/> Obtenido el 22 abril 2017
16. Interacción del Periodista: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-02.htm 10 de agosto de 2017
17. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2008. Perfil del Periodista Digital. [www.http://aracellymeridawordpress.com](http://www.aracellymeridawordpress.com). Obtenido el 10 abril 2017.

18. Organizaciones Espejo, Comunicación y Empatía para la Sostenibilidad”, Ovideo Valenzuela 2014 Perú <https://gerens.pe/blog/que-es-comunicador/>
19. Orihuela 1993. Destrezas del Periodista Digital: http://periodismodigital.umayor.cl/portal/index.php/academicos/informacion_magister/academicos/jose_luis_orihuela/menu_id_31.html Obtenido el 11 julio 2017
20. Portal de la municipalidad de Villa Nueva. www.villanueva.gob.gt Fecha y hora de consulta: abril 10, 2017
21. Redes Sociales a nivel Latinoamericano: <https://es.slideshare.net/eMarketingHoy/redes-sociales-en-amrica-latina-en-2017>. Fecha y hora de consulta 20 junio 2017
22. Revista Alto Nivel, plataforma multimedia de análisis <https://www.altonivel.com.mx/> Fecha y hora de consulta 30 de junio 18.30 horas

Entrevista

1. Fresse, Ana (2017 junio), Directora de la Oficina de Comunicación Social De la Municipalidad de Villa Nueva.

Anexos

1. Cuestionario

El presente es el modelo de cuestionario que se aplicó a los 16 integrantes del departamento de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva con el propósito de conocer a detalle las actividades que realizan, describiendo nombrando o detallando sus acciones.

Instrucciones

Por favor responda las siguientes preguntas

2. Defina el concepto de comunicador de la MVN:
 1. ¿Cuáles son las funciones principales que desempeñar desempeña en la municipalidad:
 - 2.Cuál es el cargo que desempeña:
 3. ¿Qué áreas de conocimiento especializado debe tener para realizar sus funciones:
 - Relaciones Humanas
 - Comunicación
 - Relaciones Públicas
 - Antropología
 - Estadística
 - Computación
 - Deportes
 - Inglés
 - Historia del deporte
 - Ética
 - Literatura

4. De acuerdo con su experiencia, ¿cuál es su concepto de comunicador?
5. ¿Cuáles cree que son las funciones principales que el comunicador desempeña en MVN?
6. ¿Qué cualidades y características debe tener el comunicador?
7. ¿Qué actitudes y valores personales y sociales debe tener el comunicador?
8. ¿Qué habilidades administrativas, interpersonales, intelectuales y de comunicación debe tener el comunicador?
9. Nombre las características que debe poseer el comunicador en la oficina donde labora.
10. ¿Qué equipo básico debe manejar?
11. A su criterio cuáles son las ocupaciones o áreas donde se puede desempeñar el comunicador actual?
12. Existe alguna capacitación especial que se le dé a los periodistas digitales cuando empiezan a laborar en este medio?
13. Cuáles cree que son los errores que el comunicador debe evitar en su trabajo diario?
14. ¿Qué oportunidades ofrece el Mercado Laboral actual para el comunicador?
15. ¿Acerca de idiomas es necesario que hable algunos?
Si ___ No ___ Cuáles? _____
16. ¿En computación, qué programas debe manejar?
17. Comenté alguna observación específica del desarrollo y/o limitación en el ejercicio de sus funciones.

3. Entrevista

1. ¿Qué significa para usted la palabra comunicador?
2. ¿Cuál es la diferencia entre un comunicador del año 2000 con uno actual?
3. ¿En el área intelectual cuál cree que debe ser la preparación académica del comunicador?
4. ¿Cuáles son las habilidades que debe poseer el comunicador de la Municipalidad de Villa Nueva?
5. ¿En el ámbito humano cuales son las características que observa en común con el equipo de comunicadores?
6. ¿Cómo funciona la oficina de comunicación social?
7. ¿Qué retos encontró al asumir la dirección?
8. Para usted ¿cuál es el perfil profesional del comunicador para esta municipalidad?
9. ¿Cuál es su percepción de los comunicadores en general?
10. ¿Qué mensaje compartiría con las nuevas generaciones que se interesan por las ciencias de la comunicación?

4. Municipio de Villa Nueva

Segundo municipio más grande del Departamento de Guatemala, en cuanto a número poblacional, se estima que alcanza el 1.5 millones de habitantes.

Cuenta con los servicios básicos más importantes: energía eléctrica, agua potable, drenajes y asfalto, correos, telefonía, servicios de taxi, buses urbanos y extraurbanos, colegios, escuelas, institutos de segunda enseñanza, salas de cine, canchas polideportivas, estadio, estación de bomberos, mercado, pensiones, restaurantes, centros comerciales, hospitales privados, clínicas médicas particulares, centro de salud, cementerios, extensiones de universidades, bancos estatales y privados, monumentos históricos, plaza central y varios edificios municipales, Comisaría de la Policía Nacional Civil (PNC), Policía Municipal (PM), Policía Municipal de Tránsito (PMT), Sede del Ministerio Público, Centro de Justicia, Juzgado de Familia, varias iglesias católicas y templos evangélicos.

Tomado del portal de la Municipalidad de Villa Nueva (n. d.) Extraída de la página <http://www.villanueva.gob.gt/>

La fiesta patronal es el 8 de diciembre en honor a la Inmaculada Concepción de María, mismo nombre que lleva la Parroquia, así como el Municipio: Villa Nueva de la Concepción.

Se celebran otras fiestas tradicionales y de manifestación religiosa entre las que sobresalen: La Cuaresma y Semana Santa, Corpus Cristi; el 1ro. de noviembre con la visita al cementerio por el Día de los Muertos; esta última es una fecha muy especial porque se realiza el tradicional Desfile y Baile de los Fieros. (n. d.) Extraída de la página <http://www.villanueva.gob.gt/>

5. Página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva

facebook Registrarte Correo electrónico o teléfono Contraseña Entrar

¿Has olvidado los datos de la cuenta?

Villa Nueva, más próspera, educada y segura

Municipalidad de Villa Nueva @MuniVillaNueva

Inicio Publicaciones Vídeos Fotos Información Tour Virtual Muni Notas Eventos Comunidad

Crear una página

Publicaciones

Municipalidad de Villa Nueva 1 hora · 🌐

La Dirección Municipal de la Mujer abre convocatoria a estudiantes* de Derecho de las distintas Universidades del país a realizar Pasantías en las áreas penal, civil y laboral en Villa Nueva.

También se invita a profesionales de Derecho que deseen prestar su servicio como voluntarios puedan acercarse a nuestra oficina.

Lugar: Dirección Municipal de la Mujer, 10 avenida A 3-98, zona 4 Ciudad del Sol, Villa Nueva. Para más información pueden comunicarse al Tel. 1531, Ext. 607 o... Ver más

Me gusta Comentar

A María De Martínez, Luis Miguel, Floren Cabrera y 3 personas más les gusta esto.

Municipalidad de Villa Nueva 3 horas · 🌐

¡Ya casi estamos ¡listos! ¿Y tú? #YaViene #SVN

¡Ya viene!

SVN

Organización gubernamental en Villa Nueva

Abierto ahora

Comunidad Ver todo

A 52 311 personas les gusta esto

52 309 personas siguen esto

1139 personas lo han visitado

Información Ver todo

5a. avenida 4-45, Zona 1 01064 Villa Nueva

1531

www.villanueva.gov.gt

Organización gubernamental · Servicio público y gubernamental

Horario: 8:00-18:00

Abierto ahora

Personas >

52 311 Me gusta

1139 visitas

Publicaciones de las personas que han visitado la página >

Francisco Peña

Imagen tomada de página Facebook <https://www.facebook.com/MuniVillaNueva>

6. Portada de Twitter de la Municipalidad de Villa Nueva

MuniVillaNueva
@MuniVillaNueva

Perfil Oficial de la Municipalidad de Villa Nueva. Por una Villa Nueva más próspera, educada y segura. Tel. 1531

Villa Nueva Guatemala
villanueva.gob.gt
Se unió en febrero de 2012
12 K fotos y videos

Tweets 41,3 K Siguiendo 16,4 K Seguidores 35,5 K Me gusta 4,169 Listas 1

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

Tweet fijado

MuniVillaNueva @MuniVillaNueva · 21 ago.
#URGENTE @PMT_VILLANUEVA modifica horario de carriles reversibles a partir del martes 22/ago por socavamiento en #BocadelMonte #traficoVN

Cambio de Horario
CARRILES REVERSIBLES VILLA NUEVA

Ruta al Pacífico

4:30 a	6:15 a.m.
6:45 a	7:20 a.m.

Bocaro - CINMA

6:00 a	7:00 a.m.
6:00 a.m.	7:00 a.m.
6:00 a.m.	6:00 a.m.

Ciudad Real

6:15 a	7:15 a.m.
6:15 a.m.	6:15 a.m.
6:15 a.m.	6:15 a.m.

¿Nuevo en Twitter?
¡Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada!

Regístrate

También te puede gustar · Actualizar

- Edwin Escobar @EdwinEscobarVN
- PMTdelosvillanova... @PMT_VILLANUEVA
- GersonGudielCastillo @GudielGerson
- Dalia Santos @SantosDalia

Imagen tomada del portal Twitter <https://twitter.com/MuniVillaNueva>

7. Página de YouTube de Villa Nueva

The image shows the YouTube channel page for 'villanuevagt', which has 180 subscribers. The channel is categorized under 'Municipalidad de Villa Nueva'. The page features a navigation menu on the left with options like 'Inicio', 'Tendencias', 'Historial', and 'LO MEJOR DE YOUTUBE'. The main content area displays a grid of six video thumbnails with titles: 'Modificación Horario Carriles Reversibles de Villa', 'Huertos Familiares', 'Emprendimiento', 'Sueños Compartidos', 'Cursos CEMUCAI', and 'Villanovanos beneficiados con viveres'. A search bar is visible at the top, and a 'SUSCRIBIRSE' button is located in the top right corner of the channel header.

Imagen tomada del portal Twitter <https://yutube.com/MuniVillaNueva>

8. Descripción de rasgos profesionales de los integrantes de la Dirección de comunicación social de la Municipalidad de Villa Nueva

A continuación se describen los rasgos profesionales, y atribuciones de los integrantes de la oficina de comunicación social de la Municipalidad de Villa Nueva

- **Ana Fresse**, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, con 30 años de trayectoria en el medio de la comunicación. Primer periodista de investigación del país. Ha sido editora de diferentes procesos electorales, y trabajado por 18 años como relacionista pública para diferentes empresas partidos políticos y espectáculos. Ha conducido programas radiales de corte político y ha obtenido varios premios nacionales e internacionales por sus escritos en Prensa Libre, Siglo XXI y el Periódico.
La comunicación con ella es lineal y delega responsabilidades para el cumplimiento del trabajo, revisa y otorga el visto bueno a todo material comunicacional que se realiza en esta Dirección Municipal, además de impulsar las líneas para la divulgación de la información. Creó el sistema de cobertura de fuentes, para facilitar el trabajo de los reporteros-redactores. Además, impulsa diferentes campañas de relaciones públicas e informativas para dar a conocer toda la obra municipal, dirigidas para medios tradicionales y para redes sociales. Para ella la comunicación es creatividad, innovación y estratégica, por lo cual dirige al equipo con esta filosofía, y cree que trabajar en equipo multiplica las capacidades creativas que impactarán en el público objetivo. Confía en la juventud y sus nuevas ideas.
- **Ender Casasola** Sub Director Administrativo y Vocero de la Comuna de Villa Nueva. En él se concentra toda información que se brinda a los medios de comunicación, por su trabajo de portavoz.
Casasola tiene a su cargo la sub dirección administrativa de la Dirección de Comunicación y es la voz institucional de la municipalidad.
- **Rony Veliz** Master en Comunicación y Política, Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Periodista Profesional. realiza publicaciones en las redes sociales de la municipalidad, específicamente en Twitter y comparte información a distintos grupos periodísticos.
Las notas y reportajes con alto contenido político son cubiertos por él, asimismo tiene a su cargo el área de semblanzas, historias de éxito de personas beneficiadas por los programas impulsados por la Municipalidad. Además tiene asignadas las siguientes fuentes: Policía Municipal de Tránsito, Seguridad Integral, Fortalecimiento Municipal, Oficina de Asuntos religiosos, Organización Comunitaria, Cultura y Deportes

- **Claudia Guzmán** Con sólidos conocimientos comunicacionales, es Publicista Profesional y pensum cerrado en la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. se desempeña como editora Web, encargada de las publicaciones en la página de web. Es responsable de hacer las publicaciones institucionales en Facebook del material que realizan los equipos periodísticos, maneja la de cuenta de Twitter; además, cubre las fuentes de, Salud, Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Alcalde, Agua y Saneamiento y Tecnología, Dirección Municipal de Planificación. Oficina Municipal de la Mujer.
- **Celeste Hernández** Locutora Profesional; en la Dirección de Comunicación Social funge como reportera-redactora y apoya en las relaciones públicas interinstitucionales a la Dirección. Es responsable de las coberturas de las áreas asignadas: Juzgado de Asuntos Municipales, Organización Comunitaria, Policía Municipal, Infraestructura, Educación y Servicios Públicos.

Para difundir la información de estas fuentes, al igual que Rony Véliz y Claudia Guzmán, realiza comunicados, redacta y envía tuits desde el lugar de los hechos, comparte videos tomados con los dispositivos electrónicos que son importantes en las difusiones; además envía los boletines a los periodistas que tienen a la Municipalidad de Villa Nueva como su fuente de información y da seguimiento para que las notas sean publicadas y difundidas en medios tradicionales y digitales de información.

- **Carlos Rodríguez:** Coordinador general del canal de televisión de la Municipalidad, llamado: Villa Nueva TV. Con experiencia de 35 años en el área de la comunicación.
Una de las funciones que tiene asignadas es recopilar el contenido audio visual y distribuirlo para la producción. Todo trabajo audiovisual es utilizado como contenido multimedia, eso convierte a todo el equipo de televisión en comunicadores digitales.
Coordina diariamente 11 programas de televisión, con la supervisión de la directora Ana Fresse, algunos de ellos se difunde su contenido vía Twitter: @Villanueva tv.
- **Sofía Pacheco:** Estudiante de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Galileo, Asistente de Coordinación y presentadora TV, controla los materiales y contenidos para programas, con una imagen carismática y juvenil Sofía comunica mediante videos información relevante en redes sociales.

- **Alfredo Tilmas:** Productor y presentador de TV, con amplia experiencia como narrador deportivo y por su voz es perfecto para el programa de marimba que se transmite en el Canal VN.
- **Luis Hernández:** Encargado de video y fotografía, es productor audiovisual, También tiene amplia experiencia y ha trabajado en los medios más importantes del país.
- **Daniel Tumax** Camarógrafo y fotógrafo, define la profesión como un talento que la experiencia va perfeccionando.
- **Mónica García:** Licenciada en Diseño Gráfico, diseña los artes para mantas muppies, vallas, trifoliales, bifoliales, volantes y diagramación de revistas y periódicos así como los banners colocados en redes.
- **Byron Aragón** Encargado de edición quien clasifica el contenido a publicar según el formato que se utilizará y luego será publicado en redes. Byron tiene más de 20 años de experiencia en su área.
- **Lorenzo Reyes** Switcher para la transmisión de los programas televisivos producidos a partir del material generado en las coberturas, es programador y asistente de producción.

Roberto Cifuentes Camarógrafo apoyo en set y en campo para crear material audiovisual programador

Luis Aragón y Julio de Paz

Productores de programas locales al rededor del municipio.

