

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"PLAN DE MEDIOS PARA MEJORAR LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA ENTRE LA
COMUNIDAD CULTURAL EDUCATIVA DE DESARROLLO INTEGRAL, COMUDES, Y LOS
POBLADORES DE BOCA DEL MONTE, VILLA CANALES."**

TESIS DE GRADO

GRETHEL MICHELLE RAMOS PARDO
CARNET 13179-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MAYO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"PLAN DE MEDIOS PARA MEJORAR LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA ENTRE LA
COMUNIDAD CULTURAL EDUCATIVA DE DESARROLLO INTEGRAL, COMUDES, Y LOS
POBLADORES DE BOCA DEL MONTE, VILLA CANALES."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR

GRETHEL MICHELLE RAMOS PARDO

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MAYO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. CLAUDIA MARIA NAVAS DANGEL

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. NORMA MARCELA HERNANDEZ HASBUN

Guatemala, 26 de febrero de 2018

Señores
Consejo Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

Estimados miembros del Consejo de Facultad:

Por este medio hago de su conocimiento que he tenido la oportunidad de revisar el proyecto de tesis titulado "**PLAN DE MEDIOS PARA MEJORAR LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA ENTRE LA COMUNIDAD CULTURAL EDUCATIVA DE DESARROLLO INTEGRAL COMUDESCO Y LOS POBLADORES DE BOCA DEL MONTE, VILLA CANALES**", de la estudiante **GRETHEL MICHELLE RAMOS PARDO**, carné 1317913 de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Por tal motivo, sometemos a consideración para realizar la **Revisión final del mismo**.

Sin otro particular me despido, atentamente,



Licda. Claudia Navas
Código 16577



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante GRETHEL MICHELLE RAMOS PARDO, Carnet 13179-13 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051822-2018 de fecha 10 de marzo de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"PLAN DE MEDIOS PARA MEJORAR LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA ENTRE LA COMUNIDAD CULTURAL EDUCATIVA DE DESARROLLO INTEGRAL, COMUDES0, Y LOS POBLADORES DE BOCA DEL MONTE, VILLA CANALES."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 10 días del mes de mayo del año 2018.

**LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

AGRADECIMIENTOS

A Dios y la Virgen de Guadalupe por llenarme de sabiduría, entendimiento, paciencia y esfuerzo para superarme a nivel profesional; porque mi fe y esperanza siempre estuvo presente en todo mi proceso universitario y a ellos les debo las bendiciones que han puesto en mi vida.

A mi mamá porque me ha brindado los mejores estudios a lo largo de mi vida para lograr mis metas y emprender en el ámbito laboral y personal, por su perseverancia puesta en mí y por animarme a salir adelante. Te quiero mucho madre.

A mi abuela QEPD. Porque siempre estaba al pendiente de mi salida de la casa y regreso de la universidad, porque me visitaba mientras hacía tareas y me motivaba a seguir con mis estudios. Ahora eres un angelito que guía mis pasos a donde vaya.

A mi prometido por estar a mi lado cuando más lo necesitaba, por animarme a no darme por vencida, a desvelarme haciendo proyectos universitarios y por darme las mejores enseñanzas estos cuatro años. Te amo Alejandro.

A mi familia porque son el motor que lo motivan a seguir adelante a uno en todo momento para superarnos de la mejor manera ya sea espiritualmente o profesionalmente. Le agradezco a mi papá (Ever), a mi abuelo (Carlos), a mi hermano (André), mi tía (Vero), mi prima (Zuliana) y mis suegros por creer en mí.

A mis amigos porque aprendí cosas nuevas durante estos cinco años al lado de ellos, por alentarme a lograr mis sueños y porque siempre me animaban en todo momento.

A mi asesora Claudia Navas por compartir sus conocimientos conmigo, su dedicación y responsabilidad que tuvo conmigo.

DEDICATORIA

Dedicó este proyecto de tesis a mi abuela Juana Trujillo (QEPD), a mi mamá porque con su esfuerzo, educación y apoyo me enseñó a ser la mujer que soy ahora y a mi futuro esposo por su paciencia y motivación incondicional.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Marco Teórico	15
1.2.1 Teoría Agenda Setting	15
1.2.2 Medios de comunicación	18
1.2.3 Medios de comunicación alternativos	19
1.2.4 Medios Ciudadanos	21
1.2.5 Redes sociales	23
1.2.6 Plan de medios	26
A) Elementos de un plan de medios	27
B) Canales de difusión	29
1.2.7 Villa Canales	30
A) Aldea Boca del Monte	31
B) Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral de Boca del Monte, COMUDESOS	33
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	34
2.1 Objetivos	36
2.1.1 Objetivo general	36
2.1.2 Objetivos específicos	36
2.2 Público Objetivo.....	36
2.3 Elementos de Contenido.....	37
2.4 Alcances y Límites	38
2.5 Aporte.....	38
III. MARCO METODOLÓGICO.....	40
3.1 Sujetos	40
3.2 Técnica e Instrumentos.....	42
3.3 Diagnóstico y validación.....	43
3.4 Procedimiento.....	44
3.5 Cronograma.....	46

3.6 Presupuesto.....	46
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	47
4.1 Presentación de resultados	47
4.2 Resultados de la entrevista con el presidente e integrante de COMUDESOS	47
4.3 Resultados con colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”	51
4.4 Resultados grupos focales	55
4.5 Propuesta de plan de medios	68
4.6 Propuesta No.1 de Plan de Medios.....	69
4.7 Propuesta No.2 de Plan de Medios.....	84
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	98
VI. CONCLUSIONES	103
VII. RECOMENDACIONES.....	106
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	108
ANEXOS	115

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Algunos de los objetivos específicos de dicho trabajo fueron los siguientes: determinar los medios idóneos para comunicarse, identificar las problemáticas (la falta de educación, violencia, tráfico o cierre de carreteras) y temas de interés (temas socio culturales, de educación, entretenimiento o fiestas patronales) en la aldea de Boca del Monte, Villa Canales.

Se utilizó la investigación descriptiva con enfoque cualitativo. Se realizaron dos entrevistas semi - estructuradas con dos integrantes de COMUDESOS; con un colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio; y para finalizar, se hicieron tres grupos focales integrados cada uno por cinco ciudadanos de la aldea.

Al concluir las entrevistas y grupos focales, se analizó la información detenidamente para desarrollar el plan de medios de acuerdo a las necesidades de cada persona. Los elementos principales que debe contener un plan de medios son: objetivo, estrategia, táctica, calendario de plan de medios, presupuesto y evaluación.

Finalmente, a través de esta investigación se propuso dos alternativas de plan de medios (una radio en línea y una página de Facebook) con el fin de tener distintos vehículos para la transmisión de mensajes y que cada uno de ellos, estén adecuados a las necesidades de la población.

I. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos seis años se han incrementado problemáticas relacionadas con la salud, la educación, la seguridad, el empleo y/o el tráfico en dicha aldea. La presente investigación se realizó con el fin de conocer cuáles eran los elementos que debe contener un plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES y los ciudadanos/as de Boca del Monte, Villa Canales.

Actualmente, los medios de comunicación tradicionales han visto la necesidad de migrar a las plataformas web para estar en contacto con su público objetivo y lograr tener una mayor interacción o alcance con ellos/as. Los medios nativos digitales se han posicionado rápidamente como los preferidos del público guatemalteco, al igual que las páginas en redes sociales que abarcan hechos noticiosos.

No obstante, existe desinformación por parte de ciertos medios digitales que no divulgan los hechos correctamente. Asimismo, hay municipios en la ciudad de Guatemala que no cuentan con un medio idóneo para transmitir información noticiosa a sus pobladores. Villa Canales es el municipio más grande del departamento de Guatemala con 685,000 habitantes, siendo su aldea “Boca del Monte” la más desarrollada y urbanizada.

Se realizaron entrevistas semi - estructuradas y tres grupos focales. Los sujetos que formaron parte del estudio fueron dos representantes de COMUDES, el presidente Erwin García Álvarez y el colaborador Héctor Ortiz Nájera; de igual manera, al representante de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”, Alberto Linares; por último, se hicieron tres grupos focales de cinco ciudadanos, hombres y mujeres residentes de las zonas 2 y 3 de Boca del Monte, quienes hacen uso de teléfono móvil o aparato electrónico conectados a Internet.

COMUDESOS es una organización de carácter privado, no lucrativo, no religioso, con una política social - cultural educativa, humanitaria de asistencia social y de desarrollo integral de sus asociados. Su área de influencia principal es la Aldea de Boca del Monte, Villa Canales. Para el presente proyecto de comunicación se utilizó la investigación descriptiva con enfoque cualitativo, la cual consiste en un análisis no estadístico, naturalista e interpretativo.

El alcance de esta investigación era desarrollar un plan de medios que permita mejorar las vías de comunicación entre COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte. Una de las limitaciones, fue que solo abarcó la aldea Boca del Monte, no todo el municipio de Villa Canales. Además, dicho estudio buscó aportar un plan de medios a través de una propuesta que beneficiará a los pobladores de Boca del Monte, esto con el fin de mantenerlos informados y darles a conocer las problemáticas de dicha aldea.

La realización del plan de medios se hizo por medio del análisis de las entrevistas y grupos focales, de los cuales surgieron las respuestas a los objetivos específicos que planteó dicho trabajo. El plan de medios fue validado por la experta en medios de comunicación, la Licenciada Edna Rheiner, la cual indicó que los elementos que conforman el plan (objetivo, estrategia, táctica, calendario de plan de medios, presupuesto y evaluación) están adecuados para su ejecución por parte de COMUDESOS.

1.1 Antecedentes

Para desarrollar la siguiente investigación, se indagaron diferentes proyectos de tesis e investigaciones nacionales e internacionales realizadas durante los últimos nueve años. Se optó por la búsqueda de tesis o investigaciones similares que abarcarán una estructura parecida al tema que se está trabajando para generar un respaldo adecuado y adaptado a dicho estudio.

Los hallazgos recabados mostraron que se han trabajado tesis sobre planes de medios de comunicación, planes estratégicos de comunicación o planes de comunicación internos o externos, que avalen y concuerden con la investigación que se realizó. Dentro de las tesis e investigaciones a nivel internacional – donde se obtuvo más información sobre el tema a investigar - se encuentran las siguientes: De acuerdo al proyecto de Plan de medios sociales realizado por la Biblioteca de la

Universidad de Alcalá “los medios sociales son un instrumento social de comunicación en un entorno colaborativo que utiliza tecnologías web 2.0. Estos medios permiten compartir, descubrir, crear e intercambiar contenidos generados por los usuarios, con la característica general de su carácter participativo, facilitando un rápido acceso y transferencia de la información”. (BUAH, p. 3, 2013).

Dentro de los objetivos principales del plan de medios sociales de BUAH, se encuentran los siguientes:

- Establecer nuevos canales de atención y comunicación con los usuarios que permitan llegar a más miembros de la comunidad universitaria, faciliten la interacción y fomenten el diálogo para aumentar el vínculo entre usuarios y biblioteca.
- Potenciar el conocimiento de los servicios que ofrece la biblioteca, el uso de sus recursos de información, y favorecer la difusión de eventos.

Asimismo, en el proyecto de BUAH (p.4, 2013) se implementaron una serie de principios de actuación, como lo son:

- Servicio público: la comunicación y difusión de la información en Internet debe ser eficaz, sencilla y no alterada.
- Transparencia: en el manejo de las distintas redes y espacios sociales en Internet.
- Colaboración: compartir, responder, escuchar a los usuarios.
- Calidad: la información y participación debe someterse siempre a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.

De igual modo, se especifican criterios en relación al estilo de comunicación que se desea transmitir, por ejemplo: ser amable y utilizar un tono cercano y cordial; sostener conversaciones, no argumentos; ser honesto, educado, considerado y respetuoso; ser claro y conciso; y dar respuesta de forma rápida y adecuada.

El Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, Colombia (2013) realizó un “plan departamental de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios 2014 – 2020”. Dicho plan sostiene que los medios de comunicación comunitaria y ciudadana son por naturaleza espacios comprometidos con el fortalecimiento de la democracia. Por esencia un medio de comunicación comunitaria y ciudadana tiene un compromiso vital con la comunidad, con sus historias, sus territorios, por lo que orienta su acción a la visibilización de sus problemas, potencialidades y a su empoderamiento.

En este sentido, los medios se definen como propiciadores, estimuladores de la participación ciudadana, la equidad, el diálogo y la generación de la paz. Una de las funciones primordiales que establece el plan departamental de medios ciudadanos y comunitarios, es coordinar los procesos de formación en medios y manejo de contenido.

Christian (2016) realizó una tesis titulada “Diseño del plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna en el Servicio de Contratación de Obras, SECOB”. El objetivo planteado era “diseñar un plan de comunicación interna para el Servicio de Contratación de Obras, SECOB, que plantea mejorar la gestión de la comunicación de los colaboradores que lo conforman” (Báez, 2016, p. 69). El método empleado fue de enfoque cualitativo, utilizando como instrumentos la encuesta estructurada cerrada, un grupo focal y entrevistas mixtas. Como conclusiones finales, se obtuvieron las siguientes:

“El SECOB no cuenta con directrices comunicacionales, ni un discurso unificado que permita alinear el mensaje tanto a nivel interno como a nivel externo. Por ello es fundamental consolidar el plan de comunicación interna e instaurar políticas de comunicación que permitan administrar los recursos existentes y potenciar las capacidades de comunicación que maneja la institución”. (Báez, 2016, p. 93)

“Los canales de comunicación que al momento se utilizan dentro de la institución necesitan ser potenciados y dinamizados. En la actualidad existe un sin número de herramientas de comunicación que pueden ser utilizadas y aprovechadas, cada una de ellas puede ser medida para verificar el nivel de impacto y resultados logrados en los públicos objetivos”. (Báez, 2016, p. 93)

Buenaño (2012) realizó una tesis titulada “Plan estratégico de comunicación para la Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de Pichincha, ASOJUPAR”.

El objetivo general era “fortalecer, la capacidad de comunicación de la Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de Pichincha Asojupar, con sus públicos internos y externos, de acuerdo a la demanda de necesidades que posee esta institución, mediante el uso de herramientas de comunicación, la implementación de alternativas comunicativas y la creación de estrategias de comunicación”. (Buenaño, 2012, p. 63)

Los sujetos que formaron parte del estudio fueron: 52 presidentes y vocales de los Gobiernos Parroquiales Rurales de la provincia – Ecuador -, los servidores públicos que trabajan en las diferentes áreas de Asojupar, a los siete integrantes del directorio de Asojupar, el presidente de la asociación Wilson Rodríguez, y distintos actores de las Juntas Parroquiales. Los instrumentos empleados fueron: encuesta, entrevista y sondeo de opinión. Como conclusión principal, se obtuvo:

“La comunicación que se maneja en la Asociación de juntas parroquiales rurales es improvisada pero ordenada, más no planificada ya que esta institución no cuenta con un plan de comunicación interna y externa que permita fortalecer las relaciones con los públicos objetivos primarios y secundarios”. (Buenaño, 2012, p. 119)

Cobollo (2011) elaboró un informe de práctica empresarial titulada “Propuesta estratégica de plan de medios para el convenio interadministrativo de equipamientos de salud (EDU)”. El objetivo general del proyecto era “desarrollar un plan de medios que permita llevar el mensaje institucional al público objetivo de manera que el impacto sea positivo y posibilite la interacción con la comunidad y la participación en las actuaciones del convenio de salud en la ejecución del plan de desarrollo municipal 2008 – 2011”. (Cobollo, 2011, p. 10)

A continuación, se detallan algunos de los medios utilizados para dicho proyecto, en cuanto al público externo:

- Medios comunitarios alternativos
- Página Web interactiva para niños y jóvenes

Las principales conclusiones que se obtuvieron fueron las siguientes:

“Un plan de medios es una decisión que se toma a largo plazo, puesto que hay que seleccionar detalladamente los medios, pues todos los que se elijan para ser parte de este deben ser verdaderamente efectivos y estar seguros de que con exactitud ayuden a lograr los objetivos propuestos”. (Cobollo, 2011, p. 22)

“Es fundamental en un plan de medios plantearse una respuesta estratégica que responda a unos objetivos de comunicación correctamente planteados. ¿A quién nos vamos a dirigir? ¿Qué queremos comunicar y de qué modo? ¿Dónde y cuándo nos interesa comunicarlo? Son algunas de las preguntas que nuestro plan debe responder y también la táctica, bajar al detalle todos los planteamientos estratégicos y definir los soportes creativos, esta etapa es fundamental para alcanzar los objetivos planteados en el desarrollo estratégico”. (Cobollo, 2011, p. 22)

Rodríguez (2009, p. 17) menciona en un artículo a la politóloga belga Chantal Mouffe, “en cuanto a los elementos de su teoría sobre democracia radical y ciudadana; acuñando el término “medios ciudadanos” como el más adecuado para nombrar los procesos de cambio social y democratización que los medios alternativos/comunitarios hacen posible”.

Mouffe se había alejado de las teorías que definen la ciudadanía como un estatus otorgado por el estado y a su vez propuso que se reivindicara el término “ciudadano”. Propuso entonces que se definiera al “ciudadano” a partir de la acción y el compromiso político cotidiano y sostiene que la ciudadanía es una especie de identificación, un tipo de identidad política: algo que debe construirse, no un estatus que se otorga o se niega. Los ciudadanos son aquellas personas que asumen su ciudadanía mediante la participación en prácticas políticas cotidianas en tanto sujetos localizados cuya cotidianidad está cruzada por una serie de interacciones sociales y culturales.

Los medios ciudadanos son emisoras, televisiones comunitarias, iniciativas de internet, todos aquellos medios que abren espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y símbolos, y adquieren poder para

nombrar el mundo en sus propios términos. Los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades re-codifican tanto sus contextos como su propia identidad. (Rodríguez, 2009, p. 18 - 19)

Estos procesos mediáticos brindan a los ciudadanos la oportunidad de transformar sus identidades en subjetividades empoderadas, fuertemente ancladas en sus culturas locales e impulsadas por utopías bien definidas. Los medios ciudadanos son los medios que usan los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a moldear sus comunidades locales.

El término “medios ciudadanos” surgió de la necesidad de superar los esquemas y categorías binarios que tradicionalmente se usan para analizar los medios alternativos. Mientras el término “medios alternativos” define los medios comunitarios con base en lo que no son -no comerciales, no profesionales, no institucionalizados-, el término “medios ciudadanos” los define con base en lo que generan: procesos de cambio provocados por sus participantes. (Rodríguez, 2009, p. 19,)

Respecto a las tesis encontradas, reportes e investigaciones seleccionadas a nivel nacional, se obtuvieron los siguientes hallazgos:

El Plan de Desarrollo Municipal de Villa Canales 2008 – 2012, específicamente en el área de infraestructura y servicios básicos, menciona lo siguiente:

En el servicio de alumbrado público se detalla que el 70 por ciento de las aldeas y caseríos cuentan con este servicio. Sin embargo, solicitudes de ampliación en el resto de aldeas y caseríos que carecen de éste. En algunas ya se han hecho estudios, lo cual significa que está en proceso de gestión.

Con respecto a los servicios de agua domiciliar potable y /o entubada menciona que el 88% de las personas cuentan con agua entubada o en manguera. Sin embargo, el otro 12% de la población carece de ese servicio y hacen uso de agua de pozo y de río, lo que significa para las personas, especialmente para las mujeres, tener que caminar para trasladar el agua hasta sus hogares.

En cuanto al servicio de salud, en las áreas más afectadas por el empobrecimiento, donde las condiciones de salud de las personas empeoran cuanto mayores son las carencias de servicios o medidas suplementarias que permitan enfrentar dichas carencias. Con el servicio de educación se calcula que dentro de la población de 15 años y más años, del municipio de Villa Canales, el porcentaje de analfabetismo es del 15%.

Respecto al servicio sanitario, dadas las condiciones económicas actuales, es imposible adquirir servicios que mejoren las condiciones de vida de las personas y de la familia. Cualquier mejora por mínima que sea, requiere de cierta inversión que, en la mayor parte de los casos, se encuentra fuera de las posibilidades de los habitantes.

Durante los últimos cuatro años, siguen afectado al Municipio de Villa Canales, extendiéndose hacia sus 13 aldeas, lo que limita el desarrollo humano de la población. No hay referentes que comuniquen las problemáticas actuales, más que las redes sociales, en especial, las páginas en Facebook, pero sin tener un orden coherente en las noticias, mucho menos, la redacción que se maneja.

El Artículo 68 del Código Municipal (2008, p. 30 y 31) establece que: “las competencias propias deberán cumplirse por el municipio, por dos o más municipios bajo convenio, o por mancomunidad de municipios, y son las siguientes”:

- a) Abastecimiento domiciliario de agua potable debidamente clorada; alcantarillado; alumbrado público; mercados; rastros; administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados; recolección, tratamiento y disposición de desechos sólidos; limpieza y ornato;
- b) Construcción y mantenimiento de caminos de acceso a las circunscripciones territoriales inferiores al municipio;
- c) Pavimentación de las vías públicas urbanas y mantenimiento de las mismas;
- d) Regulación del transporte de pasajeros y carga y sus terminales locales;
- e) Autorización de las licencias de construcción de obras, públicas o privadas, en la circunscripción del municipio;

- f) Velar por el cumplimiento y observancia de las normas de control sanitario de la producción, comercialización y consumo de alimentos y bebidas a efecto de garantizar la salud de los habitantes del municipio;
- g) Gestión de la educación pre-primaria y primaria, así como de los programas de alfabetización y educación bilingüe;
- h) Administrar la biblioteca pública del municipio
- i) Promoción y gestión de parques, jardines y lugares de recreación;
- j) Gestión y administración de farmacias municipales populares;
- k) Modernización tecnológica de la municipalidad y de los servicios públicos municipales o comunitarios;
- l) Promoción y gestión ambiental de los recursos naturales del municipio;
- m) La prestación del servicio de policía municipal; y
- n) La designación de mandatarios judiciales y extrajudiciales.”

De los 14 incisos que contiene el Artículo 68 del Código Municipal, solamente se cumplen tres en la aldea de Boca del Monte, Villa Canales, que son: la prestación de servicios de policía municipal, designación de mandatarios judiciales y extrajudiciales y la disminución de consumo de alimentos y bebidas a efecto de garantizar la salud de los habitantes del municipio.

Los once incisos restantes son las problemáticas con las que se ve afectada Boca del Monte. Por ejemplo, en cuanto a la salud, no se tiene una inspección interna dentro de los colegios y escuelas para velar sobre el control sanitario. Esto, según la redacción de Emisoras Unidas (21 de julio, 2016) “a la emergencia del hospital Roosevelt ingresaron 20 adolescentes procedentes de un centro educativo de Boca del Monte, Villa Canales, tras resultar intoxicados por inhalar una sustancia”.

La redacción de Prensa Libre (5 de agosto, 2016) publicaba lo siguiente: “este viernes el paso por Boca del Monte fue bloqueado por un tráiler averiado en el kilómetro 11.5 de esa ruta, razón suficiente para que la autoridad de tránsito multara al piloto”. Haciendo énfasis en la regulación del transporte de pasajeros y carga y sus terminales locales.

Un artículo de Prensa Libre publica: “un bus y un vehículo chocaron en el kilómetro 10.5 de la ruta a Villa Canales este viernes, provocando la paralización casi total de la ruta de Boca del Monte a la capital durante más de dos horas”. (De León, 13 de septiembre, 2016)

Nuevamente, la redacción de Emisoras Unidas (20 de septiembre, 2016) publicaba “una calle en Boca del Monte se hunde”. Realzando el inciso “C”, sobre la pavimentación de las vías públicas urbanas y mantenimiento de las mismas.

Por otra parte, el periódico Publinews (19 de mayo, 2014) publica lo siguiente “Decenas de familias que habitan la aldea Boca del Monte, en Villa Canales, afrontan escasez de agua debido a los problemas con los fontaneros de la Municipalidad de esa localidad”.

Al destacar algunas de las principales problemáticas que se viven en la aldea de Boca del Monte, se puede observar que no hay medios de comunicación digitales o alternos que aborden las problemáticas para enviar información y comunicación a los pobladores.

El Artículo 67 del Código Municipal (2008, p.30) referente a la Gestión de Intereses del Municipio establece que: “el Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias puede promover toda clase de actividades económicas, sociales, culturales, ambientales, y prestar cuantos servicios contribuyan a mejorar la calidad de vida, a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la población del municipio.”

Dicho artículo, compromete a promover actividades para el desarrollo y calidad de vida de los ciudadanos/as – especialmente para Boca del Monte, Villa Canales –. Cabe resaltar que dichas actividades, tales como: las sociales, culturales, educativas, religiosas, recreativa o servicio a la comunidad, son clave para que los pobladores puedan satisfacer sus necesidades dentro de la aldea, con el fin de proponer nuevas mejoras que instruyan a la población.

Con lo mencionado anteriormente, las actividades son un recurso clave para una participación activa por parte de los pobladores. De ese modo, ellos/ellas se verán involucrados dentro del proceso de comunicación para promover los eventos, es decir, temas de interés, no solamente problemáticas.

Por ejemplo, el Ministerio de Cultura y Deporte (16 de abril, 2015) publicó lo siguiente: “El Programa Sustantivo Adulto Mayor del Ministerio de Cultura y Deportes participó el 16 de abril con actividades recreativas dirigidas a 150 adultos a través de una súper clase de baile que se realizó en el Salón Municipal de Boca del Monte, Villa Canales, como parte de la proyección social que el Viceministerio del Deporte y la Recreación realiza por medio de sus programas sustantivos a nivel nacional”.

Mirón (11 de julio, 2015) redactó lo siguiente: “por celebrarse la Festividad de San Benito Abad, en Boca del Monte, Villa Canales, se llevó a cabo la solemne procesión en su honor, la cual dio inicio a las 17:30 horas en el Monasterio San Bernardo Tolomei de la Orden Benedictina”.

Por último, Selene (19 de enero, 2017) en la publicación del diario digital Soy502, redactó lo siguiente: “conoce este comedor para perritos en una gasolinera de Boca del Monte. En esta gasolinera le da la bienvenida a vecinos, viajeros y perritos, en especial a los callejeros”.

Los temas de interés serán un mecanismo que adopte el plan de medios para ir armando un orden adecuado de los mensajes a tratar y transmitir dentro del vehículo de comunicación idóneo, según los temas a abordar.

Herrera (2017) realizó un proyecto de comunicación titulado “Plan estratégico de comunicación para actores locales vinculados a proceso de educación formal en Aldea Achiotes, Jumay, del departamento de Jalapa”.

El objetivo de la investigación era “elaborar un plan estratégico de comunicación para actores locales vinculados a procesos de educación formal en la Aldea Achiotes, Jumay, del departamento de Jalapa” (Herrera, 2017, p. 21). El estudio se basó el método cualitativo y sus sujetos fueron autoridades – alcalde del departamento de Jalapa, Elmer Guerra -, líderes locales, y un COCODE de dicha aldea. Los instrumentos empleados fueron entrevistas semi-estructurada y un grupo focal.

La principal conclusión fue:

“En comunicación, para tratar el tema de educación formal es indispensable tener en cuenta a los líderes y actores locales para desarrollar un plan estratégico de comunicación adecuado”. (Herrera, 2017, p. 67)

Solórzano (2016) realizó un proyecto de comunicación titulado “Plan de comunicación de Hogar las Marías para la obtención de ayuda y patrocinio”. El principal objetivo fue “elaborar un plan de comunicación para dar a conocer el Hogar Las Marías con el fin de promover la obtención de patrocinio y ayuda institucional” (Solórzano, 2016, p. 37). El método desarrollado fue con enfoque cualitativo.

Los principales sujetos fueron las autoridades de la institución Hogar las Marías, colaboradores, voluntariados y especialistas en el tema de relaciones públicas y comunicación. Se empleó la técnica de entrevista a profundidad.

Como conclusión final, se obtuvo la siguiente:

“Para establecer los mensajes idóneos para dar a conocer el hogar, se unificaron los aspectos más importantes del hogar para resaltar las necesidades que tienen, siendo las más importantes: alimentación, vestimenta, salud y educación”. (Solórzano, 2016, p. 73)

Molina (2014) realizó un proyecto de comunicación titulado “Plan de comunicación externa para dar a conocer los servicios turísticos de gofoklore.com con sus públicos”.

El objetivo general era “diseñar un plan de comunicación externa para incrementar el alcance y notoriedad en los públicos de interés de la empresa, para generar clientes y proveedores potenciales” (Molina, 2014, p. 40). El método empleado fue la investigación concluyente descriptiva. Los sujetos fueron los clientes de Gofoklore y un experto en turismo. Se utilizaron dos instrumentos diferentes para cada sujeto, primero una encuesta para los clientes de la empresa; por último, una entrevista semi-estructurada para el experto en turismo.

Como principal conclusión, se obtuvo:

“Para diseñar este plan fue necesario sumergirse dentro de la empresa y conocer a fondo la forma en que funciona, para así identificar sus alcances y sus limitaciones, esto con el fin de poder desarrollar estrategias y tácticas lo más certeras y realizables posibles. Además, se tuvo que conocer la forma de pensar de los clientes para identificar con mayor precisión si la empresa está logrando los objetivos comunicacionales planteados y así poder re direccionarlos o fortalecerlos”. (Molina, 2014, p. 76).

Orellana (2012) elaboró un proyecto de comunicación titulado “Propuesta de plan de comunicación en gestión de riesgo para la escuela primaria de la Aldea San José Calderas, Amatitlán”.

El objetivo general era “elaborar un plan de comunicación como estrategia para favorecer procesos de participación y aprendizajes en gestión de riesgo en la escuela primaria de la aldea San José Calderas, Amatitlán” (Orellana, 2012, p.41).

Los sujetos que formaron parte de la investigación fueron: la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED) y el Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología (INSIVUMEH); por último, se acudió al departamento de Responsabilidad Social Académica(RSA) de la Universidad Rafael Landívar (URL). Se utilizó la entrevista como el instrumento adecuado para trabajar con los sujetos y recopilar información exacta.

Las principales conclusiones de la investigación fueron dos:

“Después de la investigación previa sobre el mapeo de alcances como método de planificación y evaluación de la efectividad de un proyecto de comunicación, se concluyó que el uso de dicha metodología desarrollará herramientas que permitirán a la población estudiantil mantenerse informada sobre la gestión de riesgo, de forma eficaz y útil para la comunidad, a diferencia de métodos que buscan informar imponiendo una ideología que muchas veces no es compatible con las condiciones de la población”.(Orellana, 2012, p.171)

“San José Calderas es considerado como un municipio muy vulnerable ante los desastres naturales debido a su ubicación geográfica y a la cuenca ubicada en la comunidad. Proyectos anteriores han sido re direccionados a los problemas de la cuenca, dejando a un lado la importancia de motivar la participación de estudiantes de primaria en actividades de comunicación como herramienta para el intercambio de experiencias sobre la gestión de riesgo y con ello mitigar los daños de un fenómeno natural dentro del centro educativo”. (Orellana, 2012, p.171)

Como síntesis de lo recapitulado en cuanto a las tesis, reportes e investigaciones seleccionadas con relación al tema “plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre el Consejo Comunitario de Desarrollo, COMUDES y ciudadanos/as de Boca del Monte, Villa Canales”, se puede observar que en la mayoría de datos extraídos corresponden a que en el panorama internacional es donde más se ha trabajado dicho caso.

Claro ejemplo es el realizado por la Biblioteca de la Universidad de Alcalá, quienes desarrollaron un “plan de medios Sociales” para establecer nuevos canales de comunicación e interacción con la comunidad universitaria o para fomentar el diálogo interno y aumentar el vínculo entre usuarios y biblioteca.

Otro ejemplo, es el “plan departamental de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios 2014 – 2020” elaborado por el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia en Colombia, quienes señalan que un medio de comunicación ciudadano o comunitario refleja el compromiso leal que se tiene con la población para informarla sobre la transparencia de los sucesos o problemas que se visualizan a diario en la comunidad. También aluden los autores de dicho plan de medios, que este puede generar participación, diálogo y opinión pública entre los ciudadanos.

Mientras que, en los hallazgos seleccionados en el ámbito nacional, se encontraron tres tesis que tienen coherencia con el tema planteado. Uno de ellos, es el proyecto de comunicación realizado por Solórzano (2016) que habla acerca de un “plan de comunicación de Hogar las Marías para la obtención de ayuda y patrocinio”. En dicho plan se destaca que la creación de mensajes estratégicos son los adecuados para que se den a conocer cuáles son los problemas que enfrenta dicha institución, como la falta de comida, vestimenta o medicamentos.

Las investigaciones recopiladas pueden ser una herramienta clave para facilitar el desarrollo del estudio, ya que proporcionan una amplia información sobre los métodos a utilizar y el que más destaca es con enfoque cualitativo. De igual modo, los instrumentos que más se utilizaron en las investigaciones eran encuestas, entrevistas y grupos focales.

En cuanto a las conclusiones, se detallaban que en un plan de medios debe plantearse una respuesta estratégica que responda a unos objetivos de comunicación correctamente planteados: ¿a quién nos vamos a dirigir? ¿qué queremos comunicar y de ¿qué modo? Además, los estudios recabados, facilitarán encontrar el medio idóneo para informar sobre las problemáticas y temas de interés en Boca del Monte, Villa Canales.

Asimismo, permite captar la realidad con la cual se han trabajado dichos planes de medios en un entorno internacional y nacional, porque permiten visualizar de una manera profunda cuáles serían los procesos necesarios para implementar, estructurar o elaborar un plan de medios ciudadanos. Por último, los antecedentes recabados se tomarán en cuenta para la realización del presente estudio ya que servirán como guía para completar datos importantes.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Teoría Agenda Setting

Los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios. Por ello, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, ya que éste está "fuera del alcance, de la mirada y de la mente" (Lippmann 1922, p.29).

Los medios son los que influyen en el público al fijar los temas que consideran importantes para el debate público y lo hace muchas veces a través de estereotipos o imágenes muy reducidas de la realidad. Rodríguez (2004, p. 15) señala que el medio no decide por el público qué es lo que éste tiene que pensar u opinar sobre un hecho, aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública.

Rodríguez (2004, p. 16) menciona dentro de su investigación a López (1996, p.9) aludiendo que la teoría de la agenda-setting se consolidó como método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias.

En la dinámica de los medios, estos elaboran primero una agenda de trabajo en la que incluyen la información a presentar, luego determinan cuáles hechos noticiosos del país y del mundo tienen mayor importancia y cuáles tienen menor importancia. Con esta base estructuran de tal modo sus emisiones y ediciones que puedan tener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre algún tema, y a su vez puedan evitar presentar temas que no sean de su interés o que afecten sus intereses. (González, 2012, p. 14)

González (2012, p. 19) menciona a Campos (2010) resaltando su propuesta de definición de agenda setting como instrumento que filtra los temas relevantes que se publican en un medio de comunicación de acuerdo con su ideología, cultura, interés e influencias externas. Sus encuadres seleccionan y resaltan acontecimientos del ámbito social que constituyen el foco de atención de la opinión publicada; el proceso alimenta y retroalimenta la opinión pública.

Dentro de la agenda setting, se puede observar que existen otros tres tipos de agenda que se entrelazan en el proceso comunicativo. Rodríguez (2004, p. 17) resalta que la primera, es la "agenda setting de los medios" ya que su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación. El segundo estudio investiga la "agenda setting del público" midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia o público.

En último lugar figura la "agenda setting política" distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas. Temas que son objeto de debate público y que, en parte, aparecen en las agendas de los medios o en las del público.

La agenda de los medios analiza como los medios de comunicación estructuran, configuran, organizan la información que presentan, qué espacio le dan a dicha información, basados en qué fuentes, entre otras. Señala que es uno de los elementos más destacados a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparan las portadas de los medios durante un periodo de tiempo. (Rodríguez, 2004, p. 18)

La agenda pública es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo. Dos tipos de estudios de agenda setting han conducido a conocer la agenda pública: a) estudios de jerarquización centrados en los temas más cruciales que a juicio de la audiencia forman la agenda pública, y b) estudios longitudinales en donde las investigaciones de la agenda setting han medido las subidas y bajadas de un tema o varios a lo largo de un periodo largo de tiempo. Resalta Rodríguez (2004, p. 20) mencionando a Dearing y Rogers (1996, p. 41 - 42).

La agenda política o también denominada institucional es la tercera de las agendas que figura dentro del proceso que analizamos, aunque los estudios realizados sobre ésta son mucho menores. Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y agenda pública. (Rodríguez, 2004, p. 21)

A pesar que los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales, tienen una influencia al marcar los contenidos que realmente pesan dentro de la sociedad y que, en definitiva, genere una opinión pública dentro de la audiencia. Al destacar que es una teoría empírica, se puede decir que la agenda setting busca establecer – a su conveniencia – una lista jerárquica de los temas o problemas de interés para el público.

1.2.2 Medios de comunicación

Los medios de comunicación han logrado gran impacto en el siglo XX gracias a los avances tecnológicos y la globalización que han cambiado la vida del ser humano y los medios en general -hablamos de la televisión, radio, prensa, publicidad-, logrando un mejor intercambio del mensaje entre el emisor y receptor. Pero antes de la globalización había escasos de medios informativos sobre temas de interés que le permitiera al pueblo enterarse de los sucesos más destacados.

Según Mauro Wolf (1987), los mass media “son dispositivos técnico-organizativos que permiten la transmisión de mensajes significativos simultáneamente para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan”. Cuando se menciona el término *dispositivo técnico-organizativo* que hace referencia que los mass media siempre necesitan de un hardware que contiene siempre una fuente, un codificador, un emisor, un medio, un receptor y un decodificador.

Gloria Jirón y Silvia Pérez (2012) definen las *masas* como una agrupación colectiva transitoria que se caracteriza por una nula interacción entre sus miembros, donde no están reunidos físicamente en ningún lugar, pero se encuentran sometidos a un mismo estímulo, donde las personas se conectan en una misma visión y la función principal es crear en ellos un solo pensamiento en beneficio de los que se anuncian o de los mismos medios de comunicación.

Jirón y Pérez (2012) añaden que los medios de comunicación masiva son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje, son un vehículo mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados. El propósito principal de los medios de comunicación masiva es precisamente comunicar, pero según el tipo de ideología pueden especializarse en informar, educar, transmitir, entretener, formar, opinar, enseñar, etc.

Los medios masivos de comunicación son un instrumento que facilita informar a todo el mundo sobre los sucesos más destacados que ocurren a nivel nacional o internacional. Son considerados como canales que ofrecen información noticiosa, imágenes, textos, audio, acerca de cómo es la sociedad en la que se vive. Dentro de estos medios se ha constituido una dependencia. Un ejemplo

con una noticia alguna, es que mediante el periódico se aclara; la radio lo narra de una manera rápida; la televisión lo muestra con imágenes; y la Internet tienes opciones alternativas de análisis no oficiales.

Es así que se prueba que dichos medios tienen una relación entre sí y que cada vez son formadores culturales y son indispensables en las ideas, opiniones, hábitos y costumbres; ya que diariamente muestran un estilo de vida actual.

Berganza (2002) indica que los medios de comunicación recogen, procesan y devuelven, modificados, hechos y opiniones, los cuales son utilizados por las personas durante el proceso de construcción de sus modelos de interpretación de la realidad. Los medios de comunicación, y entre éstos primordialmente los medios informativos, se constituyen en una fuente fundamental de la que las personas nutren sus percepciones y sus discursos para relacionarse con el entorno.

Por otra parte, Domínguez (2012) agrega que la comunicación en masa suele reducir o eliminar las relaciones interpersonales del proceso de la comunicación, y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional, generando una masa integrada por miembros heterogéneos, es decir, personas de distintos estratos sociales, niveles culturales, diversas ocupaciones, intereses y modos de vida muy diferente.

El objetivo principal de los medios de comunicación masiva es disminuir el tiempo empleado en la comunicación, emitiendo un único mensaje a la sociedad en general, si bien los mensajes poseen una audiencia codiciada, no quiere decir que éste público será el único que lo reciba, agregando así más público al mensaje. Son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Los medios masivos se clasifican en:

1.2.3 Medios de comunicación alternativos

Los medios de comunicación tradicional han tenido sus propios conflictos durante la última década, ya que la era del Internet y en pleno siglo XXI, donde la tecnología avanza a pasos agigantados, llega surgimiento de varios medios digitales que han venido para quitarles el trono a los medios convencionales.

La comunicación alternativa como la conocemos hoy en día empezó a usarse a finales del siglo XXI, para dar referencia a las webs y periódicos informativos de periodistas independientes que transmitían el mensaje o la información de una manera diferente a la que se publicaban los medios de comunicación masivos; el origen de estos medios está enteramente relacionado al desarrollo del internet.

Surge en 1980 como una actitud contestataria ante el avasallamiento y predominio de los medios de comunicación masiva. Los comunicadores de medios pequeños encuentran que hay otras vías y métodos más adecuados para llegar a su público, y plantea que es necesario salir de los marcos de la ideología dominante. Partiendo del uso de mini medios, haciendo hincapié en el panorama local para satisfacer las necesidades de comunicación locales. (Vera y Tanasio, 2008)

Inicialmente los medios alternativos no tenían una gran accesibilidad a la mayoría del público, pero con el desarrollo de la tecnología, almacenaje y transmisión de datos e información, los medios alternativos comenzaron a tener una gran cantidad de creadores y seguidores, ya que permiten la oportunidad a pequeñas comunidades de exponer sus problemas, conceptos y opiniones y hacerse conocer más allá de sus límites geográficos y culturales.

Al principio, los medios alternativos no eran accesibles a la mayoría del público, pero a medida que se van desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos y su masificación, los medios alternativos empezaron a contar con un creciente número de espectadores, lo que ha hecho que estos medios de comunicación puedan darles la oportunidad a las comunidades de resolver sus problemas y hacerse conocer más al resto de las personas. (Guzmán 2012, pág. 14)

Sin embargo, también manejan sus propias agendas setting con los temas más relevantes de la actualidad, a lo que estos medios digitales comienzan a tener un debate con la opinión pública, ya que la gran parte de las personas les gusta comentar artículos que sean de su agrado o interés para fomentar una participación activa.

1.2.4 Medios Ciudadanos

Constantemente se ha ido creando cambios significativos dentro de los medios de comunicación, tales como medios alternativos, medios comerciales, medios comunitarios o medios ciudadanos. Cada uno muestra similitudes en cuanto al vehículo en el cual transmitirán su mensaje; dentro de estos mismos se encuentran la televisión, la radio, los periódicos, la Internet, páginas web, entre otros. Aunque tiene diferencias mínimas en relación a sus conceptos, en este caso se abordará el tema de medios ciudadanos que ha tenido énfasis a partir de la década de 1990.

Rodríguez C. (2001) acuñó por primera el término “medios ciudadanos” (y como teoría) en el libro *Fissures in the Mediascape*. Acude a la teoría de la democracia radical de la politóloga, feminista, francesa Chantal Mouffe. Como componente principal de su propuesta teórica, Mouffe formula la necesidad de re-definir el concepto de ciudadanía.

El ciudadano existe en interacción con una serie de relaciones fuertemente ancladas en ese lugar: relaciones con sus familiares, amigos, vecinos, sitio de trabajo, iglesia. Es de estas relaciones de dónde cada ciudadano extrae (o no) porciones de poder, poder simbólico, poder material, poder psicológico. Y estos poderes, cada uno con su diferente textura, son la materia prima de la democracia. Estas porciones de poder son lo que les permite a las personas jalonar su comunidad social y su entorno natural hacia la visión de futuro que tienen en mente.

Entonces para Mouffe el ciudadano, o la ciudadana es la persona que cada día genera poder en medio de sus relaciones cotidianas, y usa este poder para ir transformando su comunidad en pos de una visión de futuro. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 11 y 12, 2008)

Con base en la re-definición de ciudadanía formulada por Mouffe, un “medio ciudadano” es aquel que facilita procesos donde los individuos se transforman en ciudadanos. Desde la comunicación, un medio ciudadano es catalizador de procesos de apropiación simbólica, procesos de re-codificación del entorno, de re-codificación del propio ser, es decir, procesos de constitución de identidades fuertemente arraigadas en lo local, desde donde proponer visiones de futuro. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 12, 2008)

El medio ciudadano le abre un espacio comunicativo al individuo; es decir, le ofrece la posibilidad al individuo para que comience a manipular lenguajes, signos, códigos, y poco a poco aprenda a nombrar el mundo en sus propios términos. Esta apropiación de lo simbólico es elemento fundamental para dar paso a la transformación de individuos en ciudadanos. (Rodríguez, p. 11, 2001).

Cuando una comunidad, un colectivo, o un individuo se apropian de una tecnología como la radio, el video, la televisión, o la fotografía, lo que están haciendo es apropiarse de formas de producir signos, códigos, imágenes y sonidos para contar su realidad en sus propios términos. El uso ciudadano de las TICs nos convierte a todos y todas en artesanas/os de significados y por esta razón tienen un gran potencial entre comunidades. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 13, 2008)

Los medios ciudadanos tienen la capacidad de transformar eventos y procesos privados en eventos públicos, que circulan en la esfera de lo público, y es en esa instancia que estos medios pueden fortalecer la confianza de los y las ciudadano/as en el estado de derecho y en las instituciones democráticas. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 14, 2008)

Uno de los malentendidos más urgentes de aclarar en el mundo de los medios ciudadanos y comunitarios es el papel de la información local en procesos de consolidación de las culturas locales, de la cultura ciudadana y, en últimas, en la democracia participativa. Tal malentendido ha sido causado, en parte, por la miopía académica que no ha sabido articular el papel que juegan los procesos de producción de información desde lo local. A nivel mundial los estudios académicos más reconocidos han pasado por alto este aspecto de los medios ciudadanos y comunitarios. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 104, 2008)

Por ejemplo, el estudio de Chris Atton (Atton 2002) sobre medios ciudadanos en Inglaterra enfatiza los procesos de producción de medios que se dan por fuera del capitalismo y más allá de la profesionalización e institucionalización de los medios de comunicación, más no el papel de la producción de información desde los medios alternativos. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 105, 2008)

Sin embargo, frecuentemente dentro de los medios ciudadanos los noticieros son los espacios menos abiertos a la participación de la comunidad; en otras palabras, los noticieros tienden a ser los programas más profesionalizados de una radio o una televisión ciudadana.

La producción de un noticiero diario o semanal requiere un alto grado de planeación y dedicación y esto hace difícil que este tipo de espacio pueda mantener abierto para la producción participativa. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 106, 2008)

Los medios ciudadanos se hallan en un lugar privilegiado para satisfacer esta necesidad comunicativa de las democracias participativas. Los medios ciudadanos son precisamente la polivocalidad mediatizada de una comunidad. Todas las identidades de una localidad deben pasar por el medio ciudadano; esto es precisamente lo que lo hace un medio ciudadano. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 107 y 108, 2008)

Pero no es solamente lo tradicional cultural de una identidad lo que debe llegar a la esfera pública; es también necesario que los problemas actuales, las preocupaciones, los desafíos que está viviendo cada colectivo, lleguen a la esfera de lo público; y es aquí donde lo informativo/noticioso tiene sentido dentro de los medios ciudadanos. (Bayuelo, Cadavid, Durán, González y Vega, p. 108, 2008)

En general, los medios ciudadanos son una herramienta eficaz para la participación de la comunidad, aldeas, entre los pobladores, organizaciones no gubernamentales, entre otros. Para que exista una mejor interacción en cuanto a los problemas que surgen diariamente y haciendo hincapié que los medios de comunicación son indispensables para que la información que se maneja, sea enviada correctamente de acuerdo a las necesidades de las personas.

1.2.5 Redes sociales

La Internet ha ido creado varias plataformas de comunicación social, lo que permite que se tenga mayor interacción con comunidades de personas que se encuentran en un lugar lejano. Por ejemplo, gracias al correo electrónico, la mayor parte de la población se podía comunicar con sus seres queridos que estuviesen en otra parte del mundo, pero no solo eso, sino que también se utiliza para

intercambiar mensajes en el ámbito profesional. No es, hasta hace poco que se desata el boom de las famosas redes sociales, hace diez o quince años existían “Hi5, MySpace, Messenger, entre otras” luego se desato la era en donde se fueron desarrollando otras plataformas virtuales.

Morduchowicz, Atilio y Silvestre (2010, p. 3) describen a las redes sociales como “comunidades virtuales, es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades”.

En cambio, López (2013) en su blog define a las redes sociales como el acto que se establece cuando 2 o más usuarios interactúan a través de una social media. Estos internautas entran en relación porque tienen intereses, pensamientos o gustos comunes, o simplemente se conocen físicamente y quieren mantener el contacto.

No todo tiene que ir relacionado con crear un círculo de amistades en redes sociales, los últimos tres años, se han utilizado estas plataformas para las siguientes actividades: venta de productos y servicios, oportunidades de emprendimiento, buscar trabajo, negocios, se habré la opinión pública, búsqueda de nuevos conocimientos, etc.

Entre las redes sociales que están causando mayor impacto los últimos cinco años se encuentran las siguientes: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, Tumblr, Pinterest y Waze.

Las redes sociales también cumplen una función importante en los medios de comunicación digital o tradicional. Carvajal (2015) en su blog asegura que las redes sociales sirven para actuar como intermediario al entablar una posible comunicación directa entre los medios y los usuarios del mismo para generar mayor nivel de confianza entre ellos.

El intercambio en las redes no está fundado solamente en comentarios personales, ahora el usuario aporta testimonios (verbales y visuales) que afectan a y provienen de lo social; incluye comentarios, críticas, informaciones. Muchos grandes medios han acudido a las redes sociales para buscar profesionales especializados en periodismo digital -que sepan contar historias-; Twitter y Facebook se han vuelto. (Echeverría, 2014, p. 60)

Los internautas no necesitan conocer programación; con manejar algunas herramientas están capacitados para informar, entretener y opinar a través de su propia creación o compartiendo la de sus conocidos. Para emitir informaciones u opiniones basta con tener un teléfono celular con cámara e internet y estar en el lugar de los hechos; pero no todo el que emite al instante se convierte en periodista. Los teléfonos inteligentes –Smartphone– son la herramienta principal de un periodista contemporáneo debido a la eficiencia, comodidad y eficacia que ofrecen. (Echeverría, 2014, p. 61)

Hay una búsqueda permanente de innovación; la hubo durante el mundial 2014 cuando las redes sociales hicieron explosión: por el acontecimiento que entusiasmaba al público, por la posesión de tabletas y celulares que permitieron una emisión inmediata y, fundamentalmente, por la habilidad de los usuarios en el manejo de programas informáticos. Es ya una obviedad decir que, muchas veces, son los usuarios los que dan la primicia y también lo es afirmar que atrae más la tableta o el teléfono inteligente que el hecho deslumbrante que está ocurriendo ante sus ojos. (Echeverría, 2014, p. 61)

Echeverría (2014) menciona a Orihuela (2011) donde explica que uno de los puntos fuertes de la red social Twitter es la posibilidad que ofrece de compartir experiencias y juicios acerca de noticias, programas de televisión, música, películas y otros asuntos utilizados por sus usuarios.

En cuanto a Facebook, se ha tornado una herramienta de noticias y no sólo una red para socializar. En tal caso, el periodista puede utilizar “Facebook para periodistas”. Las audiencias que publican y opinan en esa red tienen acceso a “Aplicación de noticias de Facebook”, que permite compartir automáticamente y ver las notas que leen sus contactos. (Echeverría, 2014, p. 63)

Orosa y López (2016, p. 128) mencionan en su investigación a Alejandro Rost (2012) quien divide los enfoques para el uso periodístico de las redes sociales en tres: recepción, difusión e interacción. En el primero, los medios reciben la información e ideas del usuario. En el segundo, distribuyen contenidos para el receptor y la última, interactúan con los lectores y fuentes.

Aparentemente, las redes sociales figuran vinculadas a la agenda mediática tradicional o, habitualmente, a una información concreta para que el receptor pueda participar de este modo en la elaboración y, sobre todo, distribución de la información. Entre los que incluyen un mayor número de opciones de participación son: Facebook, Twitter, Google Plus y Pinterest. (Orosa y López, 2016, p. 131)

Las redes sociales permiten a los usuarios a expresar su propia opinión de acuerdo a los acontecimientos que se ven reflejados dentro de las notas periodísticas, fomenta la participación, se crea más vínculos sociales, se pueden intercambiar comentarios con otros usuarios o compartir notas informativas. Sin embargo, aún no existe una retroalimentación por parte del periodista o del medio.

Las plataformas sociales son una herramienta para la distribución de la información por parte de los medios alternativos, medios ciudadanos o medios tradicionales. Cada vez se van creando nuevas innovaciones en dichas redes, lo que permite desarrollar mecanismos y estrategias para estar más cerca de la audiencia.

1.2.6 Plan de medios

El plan de medios se conoce como la solución a la difusión del mensaje, es decir, la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo o audiencia y lograr que éste reciba la información adecuada. Asimismo, se debe saber “qué” se va a comunicar, “cómo” se va a ejecutar y “por cuál” vehículo o canal se va a transmitir.

Cada uno de los factores que intervienen son necesarios para lograr que el plan de medios sea el más efectivo posible y que sus mensajes sean los adecuados a la consecución de los objetivos que generaron la necesidad de crear un plan de medios. Los medios son esenciales, sin embargo, su misma conformación no los hace solo para servir a la publicidad, sino para dar información. (Cobollo, 2011, p. 24)

Es fundamental en un plan de medios plantearse una respuesta estratégica que responda a unos objetivos de comunicación correctamente planteados. ¿A quién nos vamos a dirigir? ¿Qué queremos comunicar y de qué modo? ¿Dónde y cuándo nos interesa comunicarlo? Son algunas de las preguntas que nuestro plan debe responder y también la táctica, bajar al detalle todos los planteamientos estratégicos y definir los soportes creativos, esta etapa es fundamental para alcanzar los objetivos planteados en el desarrollo estratégico. (Cobollo, 2011, p. 22).

Belch y Belch (2009), comentan que el plan de medios es un documento consistente en objetivos, estrategias y tácticas para llegar a un auditorio objetivo con diversos vehículos de medios. (García, 2016, p. 14)

A) Elementos de un plan de medios

González (p.19, 2004) menciona en su tesis a Wells, Burnett y Moriarti (1996) quienes definen los elementos de un plan de medios como un documento escrito que describe los objetivos, estrategias y tácticas para colocar los mensajes de publicidad ante una audiencia meta.

El plan de medios en comunicación no se relaciona con la publicidad, sino que se refiere el crear una serie de elementos para encontrar el medio idóneo en donde se pueda transmitir cierta información como lo son: hechos noticiosos, noticias de entretenimiento, deporte, cultura, entre otros. Además, busca establecer una conexión mutua entre emisor y receptor para lograr un mayor alcance y cobertura.

El plan de medios consta de cinco elementos esenciales, que son los siguientes:

- **Objetivos de plan de medios:** indican cuáles son las acciones que se deben seguir de acuerdo al plan que se está realizando, para alcanzar la meta deseada; estos deben ser de carácter medible y evaluables. Es ideal detallar los objetivos específicos, que van derivados del objetivo general. Estos ayudarán a saber cómo se va a ejecutar el plan de medios.
- **Estrategia de Medio:** se puede definir como un conjunto de procesos o pasos que se deben desarrollar para alcanzar los objetivos deseados. También engloba de manera coherente e integral los mensajes que se quieren transmitir, las acciones, los indicadores, los instrumentos o medios idóneos y el período de tiempo en el cual se ejecutará. Es el “cómo” de todo el plan de medios.
- **Tácticas de medio:** son procesos que van ligados con la estrategia de medio. Estos también describen en cuánto tiempo se desarrollará el plan de medios, si a corto, mediano o largo plazo.
- **Calendario de plan de medios:** especificar en orden cronológico las actividades que deben realizarse de acuerdo al plan definido (por semanas, días o meses).
- **Resumen de presupuesto:** detallar los estados financieros que conlleva efectuar el plan de medios (si es necesario). Se deben incluir los activos fijos y variables, el capital requerido y la descripción de los materiales a utilizar.
- **Evaluación:** es la medición de los resultados en relación a los objetivos determinados durante la fase de planeación.

Por consiguiente, dichos elementos son fundamentales para mejorar las vías de comunicación en cualquier plan de medios que se esté realizando. Definir cuáles son los procesos exactos que conlleva la ejecución de un plan, permitirá tener un buen desempeño en la distribución del tiempo que sea necesario.

B) Canales de difusión

Los canales de difusión se dividen en dos, por un lado, están los canales de medios tradicionales – o medios masivos - y por último los canales de medios ciudadanos o alternativos. Ambos cuentan con vehículos idénticos que sirven para llevar la información precisa a la audiencia, pero con conceptos muy distintos que se abordaron anteriormente.

Es necesario determinar cuál es el medio idóneo para transmitir la información sobre hechos noticiosos para cierta población. Ya que no en todo el mundo las personas tienen acceso a un televisor con cable, una radio o periódicos; actualmente, es fácil encontrar a una persona conectada desde su celular y es ahí, donde se enteran sobre los sucesos que ocurren en su país o en el mundo.

Gloria Jirón y Silvia Pérez (2012) añaden que los medios de comunicación masiva son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje, son un vehículo mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados. El propósito principal de los medios de comunicación masiva es precisamente comunicar, pero según el tipo de ideología pueden especializarse en informar, educar, transmitir, entretener, formar, opinar, enseñar, etc.

A continuación, se detallarán los canales de difusión en relación a los medios masivos:

- **Televisión:** según Sartori (1995) la tv es explosiva, porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión y porque se lleva por delante la multiplicidad de autoridades cognitivas que establecen de modo diferente, para cada uno de nosotros, en quien debemos creer, quien es digno de crédito y quien no lo es.
- **Radio:** es un medio fundamentalmente auditivo. Por la inmediatez con que se comunica, la economía del servicio y el alcance de su transmisión, la radio es una esencial herramienta de información y educación manifiesta Mauro (1987).
- **Cine:** es el medio que ha resistido menos las influencias de los diferentes modelos de poder social en similitud con el gran público que poseen. “La imagen en movimiento es una macro estructura que al combinar varios sistemas de signos: icónico, cinético, verbal” afirma Mauro (1987).

- **Periódicos:** este medio escrito también tiene gran relación con la radio y televisión ya que permite la mediación a través del conocimiento de los sujetos y la realidad. Es así que la mayoría de los sucesos que ocurren son notables por este medio, ya que los lectores se enteran de las noticias más relevantes de su país o del mundo. (Mauro, 1987)

Conforme se ha desarrollado la comunicación alternativa, varios medios de comunicación tradicional han migrado a plataformas web. Los espacios que se brindan en este último, optan por crear una participación activa y con retroalimentación entre emisor y receptor. Dentro de los canales de difusión en los medios ciudadanos y alternativos, se encuentran los siguientes:

- **Diarios digitales:** el periódico *on line*, tiene características que ningún otro medio había logrado como la interactividad, la lectura no secuencial, la profundidad, la inmediatez, la personalización del medio, entre otras. No es una versión del impreso, se convierte en un medio de comunicación cuyas características se están definiendo. Tal vez se continúe llamando periódico *on line*, pero en un futuro distará mucho de tener la denotación de la palabra periódico. (Navarro, 2014)
- **Radio en línea:** Ana Sofía Rodríguez (2016) explica que la radio por Internet es un nuevo concepto que está comenzando a nacer. Estas radios a diferencia de las análogas deben ser escuchadas a través de una computadora, en vez del aparato tradicional de la radio. En la computadora no tienen los oyentes el problema de la fugacidad, ya que la información puede ser escuchada cuantas veces sea necesario.
- Televisión alternativa
- Redes sociales

1.2.7 Villa Canales

Villa Canales es un municipio del departamento de Guatemala. Se encuentra ubicado a 22 kilómetros al sur de la capital, su cabecera municipal se encuentra a 1,215 metros sobre el nivel de mar, con una extensión territorial de 353 kilómetros cuadrados. La elevación del municipio se puede observar en el relieve que va desde 900 metros sobre el nivel del mar a 1,760 metros, sobre el nivel del mar.

Cuenta con 13 aldeas y 43 caseríos. Las aldeas son: Boca del Monte, Colmenas, Cumbre San Nicolás, Chichimecas, El Durazno, El Jocotillo, El Obrajuelo, El Porvenir, Los Dolores, Los Pocitos, San José El Tablón, Santa Elena Barillas y Santa Rosita.

El crecimiento demográfico del municipio de Villa Canales ha sido acelerado como sucede en casi todos los municipios del departamento, principalmente los de la región sur que son considerados municipios dormitorio. Existiendo 51,277 hombres comprendidos entre las edades de 0 a 85 años y más, 52,537 mujeres comprendidas de entre 0 a 85 años de edad y más. La población se encuentra distribuida en la cabecera municipal, aldeas, caseríos, colonias y cantones.

De acuerdo a esta descripción, se considera como área urbana a la cabecera del municipio, aldeas y Caseríos, el resto de centros de población, al área rural. (Plan de Desarrollo Municipal, 2008)

Con respecto a la población indígena, según los datos que se manejan hasta ahora, indican que el 3% de la población es Indígena y el 94% es mestiza o ladina, con un 3% que se ignora su etnia. Hay que señalar que el idioma predominante es el español y la mayor parte de la población profesa la religión católica. (Plan de Desarrollo Municipal, 2008)

A) Aldea Boca del Monte

Boca del Monte es una de las aldeas del municipio de Villa Canales que está bajo la jurisdicción del departamento de Guatemala, la población en la actualidad, asciende a un total aproximado de 75 000 a 80 000 habitantes.

Esta aldea está administrada por un alcalde auxiliar y alguaciles o regidores quienes velan por el bienestar de la comunidad, conjuntamente con la Municipalidad de Villa Canales. Boca del Monte es una de las aldeas más industrializadas del municipio de Villa Canales ya que cuenta con un grupo numeroso de empresas, entre las que sobresalen la Tabacalera Centroamericana (TACASA), Pastas Capri y Poli Industrias.

Cuando Boca del Monte era una finca, era una tierra cultivable con pocas limitaciones, apta para el riego, con topografía plana, ondulada y suavemente inclinada, tenía cultivos anuales, permanentes, semi-permanentes y mixtos. Pero en la actualidad por la industrialización y el crecimiento de la población, los terrenos de cultivos ya no existen debido a que se han vuelto colonias y lujosas residenciales, es rica en vegetación y con grandes comercios además de ser una de las más grandes del municipio de Villa Canales. (Plan de Desarrollo Municipal, 2008)

Está establecido un centro de salud, donde se brindan todos los servicios fundamentales y además se presta servicio psicológico, también cuenta con Bomberos Voluntarios, clínicas médicas particulares, farmacias, laboratorios y veterinarias. El Ministerio de Educación tiene en funcionamiento cinco escuelas públicas de educación primaria. Cabe mencionar que existe también una extensión de Universidad privada, prestando la educación superior a la juventud de Boca del Monte. (Plan de Desarrollo Municipal, 2008)

De sus riquezas naturales ya queda muy poco, en la antigüedad, cuando era una finca tenía gran variedad de árboles maderables, frutales, hortalizas, plantas medicinales, y plantas ornamentales; hoy queda solamente las que las personas tienen en sus casas. Se realizaba también la agricultura, pero ésta casi no se practica en la actualidad. (Plan de Desarrollo Municipal, 2008)

En esta aldea se habla el idioma español, hay pocos indígenas, a pesar de que en la antigüedad se encontraron vestigios de la civilización Pocoman, lo cual se comprobó por los muros encontrados en los terrenos que hoy ocupa la Tabacalera Centro Americana (TACASA) y túneles en el barranco contiguo al cementerio.

Se practican diferentes religiones entre las que se pueden mencionar la católica romana, evangélica, testigos de Jehová, mormones, adventistas y otras, pero la que predomina es la religión católica. Se celebran dos ferias al año, el 24 de noviembre, en honor a la Virgen Santa Catarina de Alejandría y el 8 de diciembre en honor a la Virgen de Concepción. (Plan de Desarrollo Municipal, 2008).

B) Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral de Boca del Monte, COMUDES

Se constituye como una organización de carácter privado, no lucrativa, no religiosa, política social cultural educativa, humanitaria de asistencia social y de desarrollo integral de sus asociados. Su área de influencia principal es la Aldea de Boca del Monte, Villa Canales. Dicha asociación pretende mejorar la vida de los habitantes a través de proyectos en las áreas culturales y desarrollo en general. El principal objetivo es promover proyectos, programas y acciones necesarias para el Municipio de Villa Canales. (García, 2016).

Asimismo, desarrollar, impulsar, crear, ejecutar, supervisar y evaluar proyectos de desarrollo y asistencia social para mejorar las condiciones de vida para la población a nivel municipal, departamental y nacional. De igual modo, promueven estrechas relaciones en el área de educación, cultura, salud para el beneficio de la población. El presidente de COMUDES es Erwin Leonel García Álvarez y el vicepresidente es Ronald Muñoz. (García, 2016).

Como síntesis final, las variables seleccionadas para la elaboración del marco teórico demuestran que son fundamentales para conocer a profundidad la objetividad del estudio. Desde la teoría de la Agenda Setting que permite conocer cuáles son los temas que deben darle más prioridad, hasta un plan de medios que es una estructura que proporciona un esquema completo de procesos a seguir para su ejecución.

Además, los medios de comunicación alternativo y ciudadanos son aparatos que posibilitan la participación entre emisor y receptor, el diálogo mutuo o la opinión pública entre la comunidad; lo que facilita el intercambio de mensajes para la aceptación por parte de la población de la información que se está enviando. Estos dos temas son importantes para entender las funciones que se emplean en cada una de ellas, sus diferencias, las similitudes y la manera correcta de utilizarlas.

Para finalizar, es necesario conocer el área para la cual se está trabajando dicho proyecto, en este caso, se habla sobre la historia del Municipio del Departamento de Guatemala, “Villa Canales y de su aldea “Boca del Monte; de igual modo, también se hace referencia a la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integran de Boca del Monte, COMUDEO. Esto para comprender la realidad con la que viven los pobladores del municipio y aldea.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, los medios de comunicación tradicionales se han ido adaptando a las necesidades tecnológicas de las personas. Ya no se menciona tanto a los medios escritos impresos – como la prensa o las revistas –, a la televisión o a la radio. Ahora, varios de estos están migrando a plataformas alternativas los diarios digitales, la televisión o radio a través de *streaming*, y/o las redes sociales. Esto con el propósito de llegar con más rapidez a su público y teniendo en cuenta el alcance que se genera.

Sin embargo, no toda la información enviada por los medios alternativos a su destinatario, es verídica. Principalmente, la que circula a través de redes sociales. Guatemala cuenta con más de 20 diarios digitales (Nómada, Siglo 21, Plaza Pública, Emisoras Unidas, Soy502, entre otros); más de 10 radios en línea (Fun Radio Gt, El Hit Radio, Oxígeno Guatemala, Radio Saturn, Cast Radio entre otros); más de 15 medios televisivos transmitidos a través de *streaming* (1850, TV Chapina Online, USAC, entre otros); y un sinnúmero de páginas creadas en redes sociales para la comunicación entre autoridades municipales y sus ciudadanos/as.

El último resultado obtenido de Internet WorldStats de junio del año 2016, apunta que 5,300,000 usuarios guatemaltecos/as utilizan la Internet; lo cual indica que ha ido evolucionando el manejo de la comunicación moderna en una población de 16 millones de habitantes. Según el portal Owloo (2016) los usuarios conectados a Internet en la Ciudad de Guatemala son 3,700.000; en Quetzaltenango 160,000; en Villa Nueva, 68,000; y en Villa Canales, 65,000.

Villa Canales es el municipio más grande que tiene el Departamento de Guatemala con 685,000 habitantes. Está conformada por trece aldeas y cuarenta y tres caseríos, siendo Boca del Monte la aldea con más población – 421,724 hab./aprox. – y la principal fuente de ingresos para la municipalidad, gracias a la urbanización que se ha fortalecido en los últimos 10 años, construyendo restaurantes, locales, centros comerciales, gasolineras, colegios, residenciales, apartamentos, entre otros.

No obstante, en los últimos seis años han surgido múltiples problemáticas en el municipio de Villa Canales – y específicamente en la aldea de Boca del Monte -, relacionadas con: la seguridad local, la salud, la educación en las escuelas, problemas sanitarios, electricidad, empleo, tráfico, entre otros.

Varios pobladores de la aldea de Boca del Monte han creado páginas en Facebook como “Noticias Boca del Monte y sus alrededores”, “Noticias Boca del Monte”, “Boca del Monte está despierta y busca un cambio”, “Boca del Monte más cerca de ti”, “Tráfico en Boca del monte” “Noticias Villa Canales”, “PMT Villa Canales” y “Villa Canales.com” para evidenciar los problemas expuestos anteriormente.

No obstante, estas páginas en redes sociales no logran la comunicación deseada. Por ejemplo, no hacen uso del proceso correcto de la comunicación, no hay un trabajo periodístico que informe adecuadamente, pocas veces recurren a fuentes verídicas, carencia de habilidades en redacción, planificación y divulgación de la información, no hay retroalimentación de las noticias y poca participación de los ciudadanos/as de Boca del Monte. Asimismo, no se cuenta con otro medio de comunicación digital como la radio en línea, televisión por *streaming* o periódico digital.

Es por ello, que es importante realizar esta investigación para proponer un plan de medios que permita encontrar los canales de comunicación idóneos para informar y tratar los problemas que se dan a diario en Boca del Monte. Asimismo, que los pobladores a través de estos tengan una participación ciudadana activa, haciendo uso tanto de medios físicos como digitales, ya que Villa Canales cuenta con 68,000 usuarios conectados a la red de Internet.

Dicho estudio se hará con la modalidad de proyecto de comunicación, es decir un plan de medios de comunicación ciudadana. En la elaboración del mismo, participará el presidente de la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, encargados de redes sociales o medios digitales de Boca del Monte y expertos en el tema de comunicación.

De lo anterior, surge la siguiente interrogante: ¿qué elementos debe contener un plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, y los ciudadanos/as de Boca del Monte, Villa Canales?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Elaborar un plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

2.1.2 Objetivos específicos

- Identificar las principales problemáticas en la aldea de Boca del Monte, Villa Canales y para COMUDESOS.
- Definir de forma participativa un plan de medios que beneficie la comunicación ciudadana entre COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.
- Determinar los medios idóneos para comunicarse, según el tipo de temática a abordar.
- Ejemplificar diversos temas y medios donde puedan difundirse las problemáticas y temas de interés.
- Validar el plan de medios y los ejemplos de medios elaborados.

2.2 Público Objetivo

La propuesta de un plan de medios va dirigido a actores sociales tales como: los miembros de COMUDESOS, líderes o lideresas comunitarios/as y pobladores de Boca del Monte. Esto con el propósito de crear un área de fortalecimiento de comunicación para evidenciar los problemas que se reflejan a diario, relacionados con la seguridad local, salud, educación en las escuelas, problemas sanitarios, electricidad, empleos y/o tráfico y temas de interés- entre la aldea de Boca del Monte y sus pobladores.

2.3 Elementos de Contenido

Plan de medios:

Según Morelos (2005, p. 4) el plan de comunicación “es el esqueleto, la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro”.

COMUDESOS:

Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS, se constituye como una organización de carácter privado, no lucrativa, no religiosa, política social cultural educativa, humanitaria de asistencia social y de desarrollo integral de sus asociados. Su área de influencia principal es la Aldea de Boca del Monte, Villa Canales. Erwin García (2017)

Comunicación alternativa

Corrales, Fernanda y Hernández, Hilda (2010, p. 6) citan en su artículo electrónico a Lewis (1995:12) afirmando que la comunicación alternativa, “es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados. En esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y a sus implicaciones sociales”.

Redes sociales:

AMARC (2011, p. 42) explica que se conoce con el nombre de “redes sociales” a los sitios web que se proponen facilitar la generación de grupos, comunidades o espacios de intercambio entre las y los usuarios”.

2.4 Alcances y Límites

El alcance de esta investigación fue desarrollar un plan de medios que permita mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Además, se buscó identificar los canales de comunicación adecuados para mejorar la comunicación de doble vía y establecer los elementos esenciales para realizar la propuesta de comunicación. Por último, dicha propuesta fue validada por una experta en el tema de medios de comunicación.

La limitación está, en que, solo se abarcó la aldea de Boca del Monte, no todo el municipio de Villa Canales. De igual forma, solo se contó con integrantes de COMUDES y expertos en el manejo de redes sociales de dicha aldea. Otra limitación, fue que no se dió a conocer cómo crear desde cero un medio de comunicación digital.

2.5 Aporte

El presente trabajo busca aportar un plan de medios a través de una propuesta que beneficiará a los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales, esto con el fin de mantenerlos informados y dándoles a conocer las problemáticas de dicha aldea, así como temas que mejoren el estilo de vida de sus ciudadanos/as, de la forma más adecuada. Además, servirá para mejorar la comunicación de doble vía entre los mismos pobladores y los miembros de COMUDES.

También beneficiará a los ciudadanos/as comunicadores de la aldea de Boca del Monte y/o del municipio de Villa Canales en general, que tengan el deseo de formar parte de un medio digital y puedan desarrollar sus habilidades de comunicadores. Los resultados de este estudio aportarán conocimientos a otras propuestas de comunicación orientadas al desarrollo.

La propuesta quedará a disposición de la COMUDES o líderes comunitarios que estén dispuestos/as a llevar a cabo dicho proyecto, con el fin de que puedan emplearlo en la aldea acorde a sus capacidades y necesidades de desarrollo humano.

De igual manera, dicho estudio contribuirá al desarrollo de nuevas investigaciones realizadas por estudiantes de la carrera de comunicación, mercadeo o carrera afín. Asimismo, será un referente para los Concejos Comunitarios de Desarrollo – COCODES -, los Concejos Municipales de Desarrollo – COMUDES -, alcaldes de diferentes municipios de Guatemala, colegios, instituciones y empresas que quieran implementar un plan de medios en comunidades, aldeas, caseríos, escuelas, etc.

III. MARCO METODOLÓGICO

Para el presente proyecto de comunicación se utilizó la investigación descriptiva con enfoque cualitativo, la cual consiste en un análisis no estadístico, naturalista e interpretativo. Según Sampieri (2006, p. 8) el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Asimismo, se fundamenta más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas).

Hernández, Fernández y Baptista (2010) citan a Dankhe afirmando que un enfoque de investigación descriptiva parte de una realidad que necesita ser descubierta. Dichos autores detallan que el objetivo principal de una investigación descriptiva es comprender la perspectiva y realidad de la sociedad.

En dicho estudio se emplearon las técnicas de entrevista y *focus group* para recolectar datos más significativos, experiencias, emociones y otros aspectos subjetivos. Esto con el fin de especificar el contexto y la situación actual que se vive en la aldea de Boca del Monte. Asimismo, para conocer el manejo de información y divulgación de los hechos noticiosos que se hace a través de plataformas web, medios digitales o redes sociales, en torno a las problemáticas de dicha aldea.

3.1 Sujetos

La muestra en el proceso cualitativo, “es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia”, afirma Sampieri (2006, p. 562)

Los sujetos seleccionados para el presente estudio pertenecen a la junta directiva de COMUDES, se escogieron a dos representantes de dicha comunidad para abordar temas como las problemáticas que surgen en la aldea de Boca del Monte, conocer sus perspectivas en relación a cuáles serían los

medios idóneos para transmitir la información a los pobladores. Por último, se escogió a un administrador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio” para conocer a profundidad cuáles son las noticias más relevantes o problemas que se dan a menudo en la aldea.

Los sujetos que conformaron la investigación son los siguientes:

Erwin Leonel García Álvarez: arquitecto y presidente de la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS.

Héctor Ortiz Nájera: administrador de Empresas y maestro en finanzas, labora en el sector privado en el sector BPO como contralor divisional, colabora en la organización no lucrativa "Fraternidad Boca del Monte" impulsando proyectos de mejora comunitaria, también presta servicio como dirigente en el grupo Scout Boca del Monte ayudando a facilitar el programa de escultismo a aproximadamente 200 niños de la aldea. También forma parte de COMUDESOS.

Alberto Linares: activista político, músico y cantautor. Ha trabajado en el Ministerio de Comunicación y actualmente labora en Cloud ISS. Además, es el administrador de la página de Facebook “Boca del Monte esta despierta y necesita un cambio”.

De igual forma, para el proceso de diagnóstico se contó con un grupo de 15 ciudadanos, los cuales fueron segmentados en tres *focus group* (5 ciudadanos por grupo), hombres y mujeres residentes de las zonas 2 y 3 de Boca del Monte, entre 24 a 40 años de edad, con un nivel socioeconómico B y C; quienes hacen uso de celular móvil o aparato electrónico conectados a Internet con el fin de informarse sobre los hechos noticiosos que acontecen en la aldea.

Se definió la muestra tomando en cuenta la población de la Aldea de Boca del Monte con 75,000 habitantes, de la cual un 85% poseen acceso a dispositivos con conexión a Internet según el portal Owloo (2016). Por lo tanto, el universo estuvo compuesto por 63,750 habitantes, calculando una tasa de confianza del 75%, con un margen de error del 10% y obteniendo como resultado una muestra de 15 habitantes.

N:

k:

e: %

p:

q:

n: es el tamaño de la muestra

3.2 Técnica e Instrumentos

- **Entrevista Cualitativa**

En la presente investigación se utilizó la entrevista estructurada con enfoque cualitativo, Sampieri (2006, p. 597) la define “como una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Es más íntima, flexible y abierta”.

La entrevista ayudó a obtener datos más cercanos a los sujetos para profundizar y tener una inmediatez acerca del tema. En este caso se realizó una entrevista estructurada, “donde el entrevistador realiza su labor con base en una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta” (el instrumento prescribe qué ítems se preguntarán y en qué orden) Sampieri (2006, p. 597).

Como instrumento se empleó una guía de series de preguntas al presidente de la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral (COMUDES) Erwin García y a Héctor Glandia de la misma comunidad, para conocer a fondo las problemáticas o temas de interés en la aldea Boca del Monte. (Ver anexos 1 y 2)

Para finalizar, se realizó otra guía de preguntas al administrador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio” con el fin de conocer cuáles son las problemáticas más noticiosas que difunde dicha página. (Ver anexo 3)

- **Focus Group**

Por último, se ejecutaron tres *focus group* - conformado por cinco ciudadanos cada grupo - al cual Sampieri (2006, p 425) lo considera como una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (3 a 10 personas), en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales sobre algún tema específico.

En los grupos de enfoque existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema, a través de la interacción. El objetivo del grupo focal era conocer las perspectivas de la población residente de Boca del Monte acerca de cómo ellos perciben las noticias por parte de los medios digitales o redes sociales.

El instrumento que se aplicó fue una guía de discusión grupal que permitió obtener información acerca de las perspectivas del grupo focal en relación a cómo ellos/as perciben las noticias, por qué medio adquieren la información y para conocer sus puntos de vista sobre las problemáticas que observan dentro de la aldea. (Ver anexo 5).

3.3 Diagnóstico y validación

El diagnóstico se realizó a través de los resultados obtenidos de los grupos focales y entrevistas semi – estructuradas con dos integrantes de COMUDES, un administrador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”, con el objetivo de definir cuáles serían los elementos que debe contener un plan de medios para mejorar las vías de comunicación

ciudadana entre COMUDESOS y los ciudadanos/as de Boca del Monte, Villa Canales. Asimismo, sirvieron como guía los instrumentos empleados para ejemplificar diversos temas y medios donde puedan difundirse las problemáticas.

De igual manera, el diagnóstico pretende determinar los medios idóneos para difundir la información, identificar las principales problemáticas en la aldea de Boca del Monte y establecer cuáles serían los temas de interés para la población.

Para validar el plan de medios se proporcionó un cuadro de análisis a experta en plan de medios en comunicación, la Licenciada Edna Rheiner, con el fin de efectuar mejoras y correcciones necesarias que requiera dicho plan, posteriormente a presentarlo al presidente de COMUDESOS. (Ver anexo 5).

3.4 Procedimiento

Esta investigación se planteó definir los procesos correctos para ir desarrollando el plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales. Por lo cual se comenzó estableciendo cuál era el problema principal para llevar a cabo dicho proceso. Boca del Monte no cuenta con canales de comunicación idóneos para informar y tratar sobre las problemáticas diarias en la aldea y temas de interés para la población,

A partir del problema diagnosticado, se planteó el objetivo general, los objetivos específicos, el público objetivo, los elementos de contenido, los alcances, los límites y aportes. Después se desarrollaron los antecedentes nacionales e internacionales que ayudó a que se contará con más información sobre planes de medios ciudadanos. Luego se realizó el marco teórico que sirvió para captar la realidad de la investigación con fundamentos y opiniones de expertos en el tema.

Además, se elaboró el marco metodológico para determinar los sujetos, la muestra, las técnicas, los instrumentos y el tipo de investigación. Se hizo entrega del índice, las referencias bibliográficas y anexos. Luego se realizó la entrega final del anteproyecto para su aprobación. Se asignó el asesor de la tesis quien aportó conocimiento para corregir ciertos aspectos de la investigación.

Se procedió a ejecutar el trabajo de campo, comenzando con las dos entrevistas a los miembros de COMUDESOS y con el experto en comunicación; luego se realizó los tres *focusgroup* con cinco ciudadanos de Boca del Monte. Una vez obtenidos los resultados del diagnóstico, se procedió a elaborar el plan de medios y a ejemplificar algunos temas de interés. Para validar el proyecto, se le entregó una tabla de validación al experto de plan de medios.

Se inició con las correcciones sugeridas por el experto de plan de medios, se envió nuevamente el plan para su re evaluación. Se hizo la redacción de los resultados, así como las conclusiones de la investigación y las recomendaciones del estudio; se agregaron los anexos al proyecto de tesis y se realizó el informe e impresión del documento final.

3.5 Cronograma

CRONOGRAMA												
2017												
Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Contacto con COMUDES	■											
Elaboración del perfil preliminar		■										
Entrega planteamiento del problema		■										
Elaboración de antecedentes			■									
Entrega marco teórico				■								
Entrega marco metodológico				■								
Finalización de anteproyecto					■							
Revisión de la guía y anteproyecto					■							
Correcciones de la guía y del anteproyecto sugeridos por el asesor						■	■					
Validación de campo de la guía								■				
Correcciones de la guía de campo								■				
Elaboración del plan de medios								■	■			
Corrección del plan de medios sugeridos por el experto										■		
Análisis de resultados											■	
Redacción de conclusiones y recomendaciones											■	
Elaboración de informe final											■	
Entrega del plan de medios al grupo objetivo											■	

3.6 Presupuesto

Descripción	Valor
Merienda para los sujetos	Q150.00
Transporte	Q75.00
Engargolado de entrega final de anteproyecto	Q15.00
Impresión plan de medio ciudadano	Q50.00
Total	Q290.00

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

La presente tesis tuvo como objetivo la elaboración de un plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre COMUDESOS y los pobladores de la aldea de Boca del Monte, Villa Canales. Para esta propuesta se ejecutaron dos acciones: la primera fue realizar tres entrevistas estructuradas con enfoque cualitativo y en la segunda tres grupos focales; ambas fueron realizadas en la aldea de Boca de Monte.

Las entrevistas estuvieron divididas de la siguiente manera: una entrevista con el presidente de la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS, Erwin García; la segunda entrevista con un integrante de la misma comunidad, Héctor Ortiz; y la última con un colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”, Alberto Linares.

Para finalizar, se realizaron tres grupos focales con ciudadanos residentes de la aldea de Boca del Monte para conocer sus puntos de vista de acuerdo a la información que brindan los medios de comunicación digitales, masivos y redes sociales en dicho lugar.

La información recabada será presentada en el siguiente orden: primero los resultados de las tres entrevistas y después los resultados de los tres grupos realizados a pobladores de la aldea de Boca del Monte.

4.2 Resultados de la entrevista con el presidente e integrante de COMUDESOS

Las entrevistas realizadas tanto al presidente de COMUDESOS Erwin Leonel García Álvarez, como al integrante de la misma comunidad Héctor Ortiz Nájera, se desarrollaron por separado; con el hecho de conocer sus perspectivas en cuanto a los objetivos específicos de este proyecto. Así como la identificación de las problemáticas en la aldea de Boca del Monte, determinar los medios idóneos para comunicarse y/o definir el plan de medios, entre otros.

La tecnología es un avance que ha llevado a la humanidad a seguir evolucionando, por lo tanto, los medios de comunicación también deben seguir cambiando de acuerdo a las necesidades que surgen a diario. Y gracias a ello, las personas pueden estar comunicadas de una manera rápida sobre las noticias a nivel nacional e internacional.

Por lo cual, surge la primera pregunta ¿cuáles son los problemas de comunicación que hay entre los ciudadanos de Boca del Monte?

<p style="text-align: center;">Presidente COMUDES</p>	<p>“... Falta de credibilidad en los medios tanto digitales como masivos ya que se aprovechan de sus beneficios personales y no para beneficios de su comunidad...”</p>
<p style="text-align: center;">Integrante COMUDES</p>	<p>“... Las redes sociales son el medio más reciente y efectivo, no obstante, no existen instituciones que se interesen en implementarlos o apoyar en desarrollarlos de los ya existentes...”</p>

Al conocer sobre cuáles son los problemas de comunicación en Boca del Monte, se propuso la siguiente interrogante: ¿por cuál medio creen – redes sociales, medios digitales, periódicos, televisión o radio - que se entera la población sobre las problemáticas diarias en Boca de Monte?

<p style="text-align: center;">Presidente COMUDES</p>	<p>“... Entre las redes sociales, las cuales les puedo mencionar la de Tráfico Boca del Monte, Noticias Villa Canales, Noticias Boca del Monte. Creo que esas son unas cuantas a parte de los periódicos como Nuestro Diario o Prensa Libre que son medios masivos. Ahora la tecnología está avanzada por lo cual la población tiene acceso directo a estos medios tanto digitales como impresos...”</p>
--	--

Integrante COMUDES	“... El principal medio son las redes sociales, agravando la problemática pues este medio se presta a recibir información incompleta, falsa, sesgada o hasta mal intencionada...”
-------------------------------	---

Para conocer sobre las problemáticas que existen en Boca del Monte, se plantea la siguiente pregunta: ¿cuáles son los problemas más grandes que enfrenta actualmente la población de Boca del Monte?

Presidente COMUDES	“...No hay conciencia social, la falta de educación, falta de valores a los jóvenes, la contaminación, las carreteras, el tráfico, la violencia o el alumbrado...”
Integrante COMUDES	“... Inseguridad, desorden vial, mala condición de las calles, poca regulación en el comercio y mal manejo de la basura, en ese orden...”

Actualmente, gran parte de la población en Guatemala ya cuenta con acceso a Internet, lo que les permite estar conectados a cualquier dispositivo móvil y estar al pendiente de lo que sucede en el país, por lo que se preguntó: ¿creen ustedes que un medio alternativo, por ejemplo, periódicos digitales, radio en línea, o redes sociales, serían buenas opciones para que la población de Boca Del Monte esté enterada sobre los hechos noticiosos u otros temas de interés?

Presidente COMUDES	“...Yo creo que sí, pero siempre hay que meterle un dulce a la población, porque a ellos cuando hay algo que no es de su interés (ya sea un meme, algún vídeo interesante que tenga un millón de visitas o algo viral no les va a interesar)...”
-------------------------------	--

Integrante COMUDES	“...Tal vez sí, debido a que la tecnología permite llegar a muchas personas hoy en día...”
-------------------------------	--

Desde el punto de vista de ambos entrevistados ¿cuáles creerían ustedes que serían los medios idóneos para transmitir las problemáticas y temas de interés a la población de Boca del Monte según sus necesidades? Y ¿por qué?

Presidente COMUDES	“...Creo que la radio tendría más impacto, esto lo estamos viendo a nivel de Boca del Monte porque como ya había mencionado antes, las personas de dicha aldea son bastantes y ya poseen un teléfono móvil con acceso a Internet para buscar cierta información; también las redes sociales ya que es un medio con acceso rápido y fácil para encontrar algo que uno quiere enterarse...”
Integrante COMUDES	“...No se necesitan más medios, se necesita usar eficientemente los que ya existen...”

Con base a la pregunta anterior, surge la siguiente interrogante ¿qué tema les gustaría a ustedes difundir a la población de Boca del Monte?

Presidente COMUDES	“...Educación, cómo formar jóvenes autosuficientes por medio de diferentes talentos como artes y oficios; entretenimiento; noticias a nivel municipal, aldea y departamental, noticias buenas en general, informar sobre el tráfico...”
Integrante COMUDES	“...Hacer conciencia del involucramiento ciudadano para cambiar la realidad actual...”

Para lograr una buena propuesta de mejoras en la comunicación con la población de la aldea de Boca del Monte, se hizo la última pregunta: ¿cuáles son los medios con los que ustedes cuentan o quisieran tener para difundir los temas?

<p align="center">Presidente COMUDES</p>	<p>“...Una radio cabalmente, tenemos a alguien que ya está gestionando una radio con frecuencia...”</p>
<p align="center">Integrante COMUDES</p>	<p>“...Las redes sociales...”</p>

4.3 Resultados con colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”

La entrevista se realizó el colaborador de la página en Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”, Alberto Linares, quien explicó a detalle el funcionamiento de la misma para mantener comunicados a los ciudadanos de la aldea; asimismo, para conocer su opinión en relación a las redes sociales como medio informativo.

Las redes sociales se han vuelto un vínculo de transmisión sobre todo tipo de noticias, ya sea de farándula, deportes, noticias nacionales, noticias internacionales, economía, política, entre otros. A lo cual se debe el auge de diversidad de páginas creadas para publicar dichos mensajes informativas. Alberto Linares comentó cuáles son las problemáticas que más comparte en la página:

<p align="center">Colaborador</p>	<p>“...Las calles, el tráfico, los drenajes y las extorsiones (violencia)...”</p>
--	---

En cada medio de comunicación hay una persona encargada de decidir que noticias son las que se van a publicar y cuáles no, Alberto responde a la siguiente pregunta: ¿usted escoge las noticias que compartirá en la red social? o ¿cuál es el proceso que sigue para compartir la información que le envían las personas a Facebook?

Colaborador	"...si mandan una denuncia pública tengo que esperarme a que lleguen más de tres denuncias para publicarlo, se hace un chequeo para saber si es real la denuncia o son falsas alarmas..."
--------------------	---

El tipo de noticias que publican en la página son las siguientes:

Colaborador	"...Noticias de necesidad social, para eso están las redes. Por ejemplo, es recurrente que la gente me escriba que las están extorsionando; también sobre el mal estado de las carreteras y el tráfico..."
--------------------	--

A parte de las problemáticas que surgen a diario en la aldea de Boca del Monte como la violencia, los robos, los asaltos, las carreteras en mal estado, la falta agua potable, el tráfico, etc. ¿qué otro tema de interés cree usted que le gustaría a la población oír?

Colaborador	"...Podría ser en relación a las propuestas que tienen los políticos cada cierto tiempo como planes de candidatos; la salud ya que es frecuente ver a la gente con problemas de salud, la falta de educación, cultura y entretenimiento..."
--------------------	---

Alberto ejemplificó algunos temas de interés para la población que le gustaría compartir en la página.

Colaborador	"...Me gustaría poder publicar en las redes sociales que movimientos de arte o música hay en Boca del Monte para los jóvenes. También los festivales de belleza pero que las candidatas sepan de cultura general, educar a través de post..."
--------------------	---

La interacción con los usuarios tiene que ser un elemento fundamental para que no se pierda la credibilidad de las noticias publicadas en las redes sociales. Alberto comentó cómo maneja dicha comunicación con el público.

Colaborador	"...Regularmente la gente no tiene tiempo para estar aportando solo mandan cuestiones que le importan a ellos, por lo cual establezco un vínculo de amabilidad con ellos publicando lo que envían..."
--------------------	---

En cuanto a las problemáticas que se reflejan a diario en Boca del Monte, la respuesta fue:

Colaborador	"...A diario, en la mañana y noche es el tráfico con la mala organización que hay; las calles están malas; la lluvia cuando es temporada por los derrumbes o inundaciones."
--------------------	---

¿Qué otro medio de comunicación alternativo – periódico digital, radio en línea, redes sociales, etc. – serían útiles para la transmisión de hechos noticiosos en Boca del Monte y por qué? Y ¿Qué medio sería el idóneo para transmitir los temas de interés para la población?

Colaborador	"...La radio en línea creo que sería la más factible y viable, buscar cómo hacer para llamar la atención de la gente, sería genial porque se le comunicaría a la población en tiempo real sobre el tráfico, derrumbes, que está tapada cierta calle, entre otros..."
--------------------	--

Para finalizar ¿Qué necesita una página de Facebook – en este caso, estamos hablando de noticias – para mantener un contacto mutuo con los usuarios y que ellos/as estén al tanto sobre los hechos de la aldea de Boca del Monte?

Colaborador	"...De hecho he realizado unas pruebas con noticias sensacionalistas y las personas les gusta leer eso, si quisieras presentar una publicidad de Boca del Monte como arte y música, protestas, entretenimiento o cultura, siempre hay que meterle una noticia amarillista ya que es lo que les gusta ver..."
--------------------	--

4.4 Resultados grupos focales

Se realizaron tres grupos focales que contaban con cinco integrantes cada uno. Esto, con el fin de obtener una mejor visión de los ciudadanos residentes de la aldea Boca del Monte, acerca de cómo ven los medios de comunicación (ya sea digitales o masivos) y para facilitar el desarrollo de la propuesta de comunicación de acuerdo a sus necesidades.

El primer grupo focal se definió conforme la edad, colocando cinco ciudadanos con un rango entre 24 a 30 años de edad de la zona 2 de Boca del Monte con un nivel socioeconómico B y C quienes hacen uso de dispositivos con acceso a Internet:

Preguntas	Respuesta 1	Respuesta 2	Respuesta 3	Respuesta 4	Respuesta 5
¿A través de qué medio se enteran ustedes sobre los hechos noticiosos en la Aldea de Boca del Monte?	Facebook	Facebook o noticias en la tv	Facebook	Facebook y radio	Por la página de tráfico de Boca del Monte
Podrían mencionar ¿cuáles son los nombres de algunos medios de comunicación que ustedes conocen en la aldea de Boca del Monte? Y ¿Qué les atrae de ellos?	La PMT Villa Canales, Noticias en Boca del Monte, Tráfico Boca del Monte, porque cuando quiero saber que está sucediendo en cierta calle para no toparme con el tráfico	Tráfico Boca del Monte y Noticias de Boca del Monte y sus alrededores, me atrae porque me gusta enterarme qué es lo que está sucediendo en la aldea.	Noticias Boca del Monte, a mí me gusta verlo porque si suben imágenes de interés	Tráfico Boca del Monte	Tráfico Boca del Monte
Desde su perspectiva ¿se le facilita mejor leer, escuchar o ver algún medio de comunicación y por qué?	Leer porque está a mi alcance verlo desde mi celular	Verlo porque contiene imágenes de lo que sucede	Escuchar porque es la manera más directa de entender las cosas	Leer porque uno está más al pendiente de lo que sucede	Leer porque hay más detalles

¿Cuáles son los hechos noticiosos que se hablan dentro de su círculo familiar o amigos referente a la aldea Boca del Monte?	Tráfico y la pavimentación	La violencia y contaminación	El mal estado de las calles, violencia y alumbrado	Las calles y el tráfico	Casi siempre de tráfico y situaciones relacionadas con el municipio
A su criterio ¿cuáles creen que son las problemáticas que más afecta a la aldea de Boca del Monte?	Violencia, tráfico, las calles con baches	Violencia, la Municipalidad, el tráfico	Los ladrones, violencia, el tráfico	La violencia	Delincuencia y tráfico
¿Qué contenidos de interés (que no sean solamente problemáticas en la aldea) les gustaría ver en los medios?	Acerca del fútbol nacional y de la aldea, educación o entretenimiento	Qué días hay ferias en Boca del Monte, desfiles, bandas de música	Días festivos, también obras de teatro y talento en la aldea	Acerca de jornadas de salud, mejoras en escuelas y los centros públicos	Actividades culturales y sociales
¿Creen que informan adecuadamente los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte sobre las problemáticas que surgen a diario?	Sí	Sí	No	Sí	Creo que no del todo

¿Qué deberían de cambiar los medios para que exista una mejor comunicación entre usuario y el medio?	Contestar a tiempo los mensajes enviados a sus redes sociales	Ser amables en la comunicación	Que el medio de comunicación no se enfoque solo a lo que ellos quieren, sino que escuchen lo que dicen los usuarios también	Dejarlos interactuar más en las publicaciones	Creo que debería de existir un canal de tv en el Municipio para mejorar la comunicación
¿Creen ustedes en las noticias que difunden ciertas páginas de Facebook como por ejemplo “Noticias Boca del Monte y sus alrededores”, “Noticias Boca del Monte”, “Boca del Monte está despierta y busca un cambio?”	Algunas sí	No todas	Sería un 50% en que sí creo y otro 50% que no	Sí creo	No del todo
¿Qué temas no deberían de difundir los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte?	Imágenes amarillistas	Extorsiones	Imágenes amarillistas como los linchamientos	Vídeos explícitos sobre violencia	Vídeos con imágenes de violencia

<p>¿Por cuál medio les gustaría a ustedes enterarse sobre las noticias en la aldea de Boca del Monte, un periódico escrito, un periódico digital, una radio en línea, redes sociales o en televisión en línea?</p>	<p>Televisión en línea o radio en línea</p>	<p>Redes sociales</p>	<p>Periódicos digitales y radio en línea</p>	<p>Periódico digital</p>	<p>Estaría bien a por medio de una página en Facebook pero que las noticias sean más controladas</p>
--	---	-----------------------	--	--------------------------	--

El segundo grupo focal se definió conforme la edad, colocando cinco ciudadanos con un rango entre 31 a 35 años de edad de la zona 3 de Boca del Monte con un nivel socioeconómico B y C quienes hacen uso de dispositivos con acceso a Internet:

Preguntas	Respuesta 1	Respuesta 2	Respuesta 3	Respuesta 4	Respuesta 5
¿A través de qué medio se enteran ustedes sobre los hechos noticiosos en la Aldea de Boca del Monte?	Por medio de Noticias de Boca del Monte y sus alrededores	Por Facebook, en noticias de Boca del Monte	Grupos de noticias en Facebook sobre Boca del Monte	Por redes sociales	Por Facebook
Podrían mencionar ¿cuáles son los nombres de algunos medios de comunicación que ustedes conocen en la aldea de Boca del Monte? Y ¿Qué les atrae de ellos?	Noticias Villa Canales, Noticias San Miguel Petapa, porque me entero de lo que sucede en mi ciudad	Noticias de Boca del Monte porque quiero estar enterado del tráfico	Tráfico Boca del Monte y Noticias Boca del Monte y sus alrededores porque me permite estar al pendiente de los hechos	Boca del Monte y sus alrededores en Facebook ya que es un medio rápido y donde las noticias se dan a conocer con más intensidad en estas redes sociales	Facebook es muy rápido y es donde las noticias se dan a conocer con más intensidad, podría ser noticias de Boca del Monte
Desde su perspectiva ¿se les facilita mejor leer, escuchar o ver algún medio de comunicación y por qué?	Leer, pero sin tanta explicación porque a veces colocan textos extensos que no explican nada	Leer porque se me facilita más tener en mi mano las noticias	Todas, leer y ver por el día y escuchar por las noches porque ahora con la tecnología uno puede tener tantas cosas en su celular	Leer porque describen mejor los hechos	Leer porque trabajo en oficina y no puedo permanecer con radio ni auriculares

¿Cuáles son los hechos noticiosos que se hablan dentro de su círculo familiar o amigos referente a la aldea Boca del Monte?	Asesinatos	Tráfico y delincuencia	Robos, asaltos, tráfico y trabajos por la municipalidad	Asesinatos y robos	Asaltos y muertes
A su criterio ¿cuáles creen que son las problemáticas que más afecta a la aldea de Boca del Monte?	El olvido por parte de las autoridades	La seguridad y el mal estado de las calles	Tráfico y delincuencia	Las calles, tráfico, violencia	La delincuencia y drogadicción
¿Qué contenidos de interés (que no sean solamente problemáticas en la aldea) les gustaría ver en los medios?	De todo como eventos de belleza, ferias, patronados	Deportes, eventos públicos	Deportes, jornadas de salud, jornadas educativas	De salud, sería interesante leer de que podemos hacer para mejorar la salud	La educación, el avance y apoyo a las escuelas ya que son de beneficio para la comunidad
¿Creen que informan adecuadamente los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte sobre las problemáticas que surgen a diario?	A veces no, alteran las noticias	Sí	Hacen lo mejor posible, pero les falta aún	Sí y en Facebook es donde lo comunican adecuadamente	No en su totalidad, ya que muestran únicamente en modo parcial las noticias

¿Qué deberían de cambiar los medios para que exista una mejor comunicación entre usuario y el medio?	Que contengan más información del Municipio	Tal vez tener más contenido social como la educación	La difusión por diferentes medios	Que estén constantes en las redes sociales informando de lo que sucede así sea bueno o malo	Debería existir una comunicación directa entre usuario lector sobre opiniones y medios de comunicación
¿Creen ustedes en las noticias que difunden ciertas páginas de Facebook como por ejemplo “Noticias Boca del Monte y sus alrededores”, “Noticias Boca del Monte”, “Boca del Monte está despierta y busca un cambio”, ¿“Noticias Villa Canales” o “Villa Canales.com”?	A veces sí, otras no	Sí	Creo en un 50%, siempre trato de comparar con medios masivos como Prensa Libre o Emisoras Unidas	A veces si se creen, otras no	Algunas veces son noticias exageradas y alteradas
¿Qué temas no deberían de difundir los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte?	Imágenes amarillistas	Estoy de acuerdo que no deberían de difundir imágenes amarillistas	Sobre las extorsiones ya que exponen a los propietarios de los lugares	Sí, sobre las imágenes y videos con violencia	Imágenes amarillistas

<p>¿Por cuál medio les gustaría a ustedes enterarse sobre las noticias en la aldea de Boca del Monte, un periódico escrito, un periódico digital, una radio en línea, redes sociales o en televisión en línea?</p>	<p>Radio en línea</p>	<p>Periódico digital</p>	<p>Redes sociales, que sea una página seria que filtre noticias y comentarios reales</p>	<p>Si es bueno que existan varias páginas en Facebook de boca del monte por que como la red es muy rápida se puede compartir lo sucedido y es así como todos los usuarios nos damos cuenta de lo que pasa</p>	<p>Periódico digital</p>
--	-----------------------	--------------------------	--	---	--------------------------

El tercer grupo focal se definió conforme la edad, colocando cinco ciudadanos con un rango entre 36 a 40 años de edad de la zona 2 y 3 de Boca del Monte con un nivel socioeconómico B y C quienes hacen uso de dispositivos con acceso a Internet:

Preguntas	Respuesta 1	Respuesta 2	Respuesta 3	Respuesta 4	Respuesta 5
¿A través de qué medio se enteran ustedes sobre los hechos noticiosos en la Aldea de Boca del Monte?	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook	Internet, podría decir que Facebook
Podrían mencionar ¿cuáles son los nombres de algunos medios de comunicación que ustedes conocen en la aldea de Boca del Monte? Y ¿Qué les atrae de ellos?	Boca del Monte está despierta y necesita un cambio	Noticias Boca del Monte y sus alrededores	Tráfico de Boca del Monte	Boca del Monte y sus alrededores	No me acuerdo ahorita de la que veo, creo que es Noticias Boca del Monte
Desde su perspectiva ¿se les facilita mejor leer, escuchar o ver algún medio de comunicación y por qué?	Ver ya que con lo corrido de la vida y la cantidad de información lo más sencillo es algo visual	Leer porque contiene imágenes de los hechos	Ver, cuando uno mira se graba más en el subconsciente	Escuchar porque así estoy al pendiente de todo al instante	Leer porque entiendo mejor lo que sucede
¿Cuáles son los hechos noticiosos que se hablan dentro de su círculo familiar o amigos referente a la aldea Boca del Monte?	Delincuencia y tráfico	Tráfico	Robos y muerte	Secuestros, extorsiones y muertes	Robos y tráfico
A su criterio ¿cuáles creen que son las problemáticas que más afecta a la aldea de Boca del Monte?	La seguridad, educación vial y educación cultural	Tráfico	La corrupción y la inseguridad	Falta de interés por parte del Gobierno	El tráfico

¿Qué contenidos de interés (que no sean solamente problemáticas en la aldea) les gustaría ver en los medios?	Educación y cultura	Programas para jóvenes	Salud y mejoras en la aldea	Logros académicos y deportivos de los vecinos	Sobre salud
¿Creen que informan adecuadamente los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte sobre las problemáticas que surgen a diario?	Creo que a veces son noticias muy explícitas	No estoy segura	No	Algunos sí	No todos
¿Qué deberían de cambiar los medios para que exista una mejor comunicación entre usuario y el medio?	Presentar una comunicación más abierta entre los usuarios	Fácil acceso para que los usuarios puedan mandar sus comentarios	Más credibilidad	Si, falta de credibilidad	Más credibilidad

<p>¿Creen ustedes en las noticias que difunden ciertas páginas de Facebook como por ejemplo “Noticias Boca del Monte y sus alrededores”, “Noticias Boca del Monte”, “Boca del Monte está despierta y busca un cambio”, ¿“Noticias Villa Canales” o “Villa Canales.com”?</p>	<p>Sí creo cuando muestran fotografías</p>	<p>Sí</p>	<p>No siempre, pero nos alertan</p>	<p>Si porque colocan fotografías</p>	<p>No creo en todo lo que publican</p>
<p>¿Qué temas no deberían de difundir los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte?</p>	<p>Vídeos amarillistas</p>	<p>Fotos y videos explícitos</p>	<p>Igual, las imágenes amarillistas no contribuyen</p>	<p>Fotos amarillistas</p>	<p>Fotos y videos amarillistas</p>

¿Por cuál medio les gustaría a ustedes enterarse sobre las noticias en la aldea de Boca del Monte, un periódico escrito, un periódico digital, una radio en línea, redes sociales o en televisión en línea?	Un periódico digital o una radio en línea	Una página en Facebook	Redes sociales	Redes sociales	Facebook
---	---	------------------------	----------------	----------------	----------

De acuerdo a los resultados anteriores, se pudo tener como síntesis que los entrevistados por parte de COMUDES: Erwin García y Héctor Ortiz comparten diferentes perspectivas sobre las problemáticas en la aldea de Boca del Monte, así como el medio ideal para la transmisión de hechos noticias; aunque, la educación fue un tema de interés que a ambos les gustaría compartir.

Por otro lado, Alberto Linares, colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio” resaltó que una de las problemáticas que hay en la aldea es el tráfico y que uno de los temas de interés que le llamaría la atención difundir, también es la educación. De último, con los grupos focales se encontraron diferentes resultados de cuáles serían las problemáticas que afectan la aldea como lo es la violencia, también afirmaron que un medio idóneo para la transmisión de información sería una nueva página de Facebook para más detalles de la noticia o una radio en línea para enterarse en tiempo real los sucesos.

Respecto a las problemáticas en la aldea Boca del Monte, García (2017) comentó que “no hay conciencia social, entra la falta de educación, falta de valores a los jóvenes, la contaminación, las carreteras, el tráfico, la violencia, o el alumbrado”; mientras que el colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”

Linares (2017) especificó que las problemáticas que se ven a diario es con relación al tráfico de la mañana y noche; por último, en los grupos focales comentaban que eran la violencia, el mal estado de las calles, el tráfico o los ladrones.

Los medios de comunicación ciudadana o los alternativos han tenido relevancia en el siglo XXI, ya que su uso es constante en la población para la transmisión de mensajes, intercambio de conocimientos, hechos noticiosos o brindar ayuda social. En una de las preguntas para los entrevistados de COMUDESOSO destacaba, ¿cuál sería el medio idóneo para difundir las noticias y temas de interés?

García (2017) afirmó que una radio en línea sería el medio ideal para transmitir los mensajes a la población; por otro lado, el integrante de COMUDESOSO, Héctor Ortiz (2017) señaló que las redes sociales serían el vehículo idóneo para el intercambio de mensajes con los ciudadanos/as de Boca del Monte.

Linares (2017) aseguró que “la radio en línea sería la más factible y viable, porque se le comunicaría a la población en tiempo real sobre el tráfico, derrumbes”, entre otros”. Mientras que los participantes de los grupos focales comentaban que sería bueno tener una radio en línea, una televisión en línea o más páginas en Facebook para la difusión de las noticias.

Al abordar estas problemáticas y el medio indicado para transmitir los hechos noticiosos, también era necesario coincidir con algunos ejemplos de temas de interés para comunicarla a la población. García (2017) indicó que los temas que le gustaría difundir son de “educación, cómo formar jóvenes autosuficientes por medio de diferentes talentos como artes y oficios, entretenimiento, noticias a nivel municipal, aldea y departamental o informar sobre el tráfico”.

Ortiz (2017) indicó que uno de los temas que transmitiría sería “hacer conciencia del involucramiento ciudadano para cambiar la realidad actual”. Mientras que Linares (2017) señaló que le gustaría publicar en las redes sociales qué movimientos de arte o música hay en Boca del Monte para los jóvenes y también sobre festivales de belleza.

4.5 Propuesta de plan de medios

A continuación, se presentan dos propuestas finales de plan de medios tanto para una nueva página de Facebook, como para una radio en línea. Las cuales están basadas respecto a los análisis y resultados de las entrevistas realizadas a los representantes de COMUDES, al colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”, y a los tres grupos focales.

Se decidió elaborar dos propuestas de plan de medios para implementar distintos vehículos de transmisión de mensajes según lo expuesto en los objetivos específicos de la investigación; además, cada uno tiene distintas funciones y están adecuados para las necesidades de la población. Adicional, se agregó introducción y ejemplificaciones en algunos casos.

La estructura del plan de medios contiene las siguientes etapas:

- Objetivo
- Estrategia
- Táctica
- Calendario de plan de medios
- Presupuesto
- Evaluación

4.6 Propuesta No.1 de Plan de Medios

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales

INTRODUCCIÓN:

El siguiente plan de medios presenta una nueva página para la red social de Facebook con el fin de transmitir la credibilidad de los hechos de información en la aldea de Boca del Monte y fomentar la comunicación entre los pobladores del lugar.

a) Objetivo:

Informar a la población de la aldea de Boca del Monte sobre las problemáticas que surgen a diario (como la violencia, el tráfico, el servicio de agua potable o calles sin pavimentar), así como temas de interés (la educación, la salud, el deporte, entretenimiento o cultura general) a través de la red social Facebook.

Además, esto se sustenta por medio de la teoría de la agenda *setting*, que se basa en fijar los temas que se consideran importantes para el debate público y lo hace muchas veces a través de estereotipos o imágenes muy reducidas a la realidad.

A continuación, se muestra las estrategias y tácticas para llevar a cabo la creación de la página en Facebook:

b) Estrategia	c) Táctica
Crear una página en la red social de Facebook que abarque los hechos noticiosos más destacados durante la jornada matutina y vespertina.	Tener un logotipo que sea de acuerdo a la página de Facebook y cambiarlo cada 12 meses. COMUDES cuenta con expertos en la elaboración de material audiovisual.

<p>Elaboración de cintillos y sellos de agua que destaquen las publicaciones de la página, ya sea para las imágenes o vídeos.</p>	<p>El diseño de los materiales audiovisuales van a variar en estilo, colores, fuente, diagramación o tamaño de letra, conforme la creatividad e ideas de las personas encargadas de su elaboración.</p>
<p>Producir capsulas informativas y de interés para la población.</p>	<p>Crear vídeos de tres a cinco minutos con temas referentes a cultura general, educación, salud, cuidados personales, manualidades.</p>
<p>Realizar material visual.</p>	<p>Hacer fotografías en la aldea Boca del Monte y Municipio en general para publicarlo en las redes sociales con un contenido adecuado para cada imagen.</p>
<p>Crear distintas temáticas para que la población este al pendiente de los temas noticiosos y de interés.</p>	<p>Tener segmentos como ¿sabías qué?; noticias jornada matutina y noticias jornada vespertina; reporte por parte de los ciudadanos, entre otros.</p>
<p>Tener contacto mutuo con los usuarios para que estén pendientes de la página y sus publicaciones.</p>	<p>Responder a tiempo los mensajes que envían a través de <i>inbox</i>, contestar los comentarios de los usuarios positivos, darle “me gusta” a los comentarios en las publicaciones, interactuar con los usuarios en los comentarios y/o compartir publicaciones de los usuarios.</p>
<p>Redactar las noticias directamente en el formato de pirámide invertida según lo explica Hernández (2013) en su presentación “cómo escribir para la web”:</p>	<p>Utilizar siempre fuentes verídicas y buscar más sobre la información que se está redactando. Subtítulos con significado, listas, una idea por párrafo o usar menos palabras.</p>

<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience el artículo diciéndole a los lectores la conclusión 2. Siga con lo más importante, información de apoyo. 3. Termine dando contexto. 	<p>“Los textos deben ser escaneables pero también dar respuesta a lo que buscan”. (Hernández, 2015, p. 10 y 14).</p>
<p>Seleccionar cuáles son los temas de interés adecuados para la población.</p>	<p>Agenda cultural, deportes, eventos públicos, educación y salud.</p>
<p>Seleccionar las problemáticas más importantes para su difusión.</p>	<p>Tráfico, calles en mal estado, contaminación, violencia.</p>
<p>Utilización de <i>hashtag</i>.</p>	<p>Con este tipo de publicaciones será más fácil para que el usuario pueda encontrar los temas de interés, pero utilizando solamente de uno a tres hashtags como, por ejemplo: #tráficobdm #URGENTEEDM #educacionbdm.</p>
<p>Generar tráfico de usuarios en la página de Facebook.</p>	<p>Realizar un mínimo de tres post y un máximo de cinco post al día.</p>
<p>Lograr un <i>branding</i> efectivo.</p>	<p>Utilizar siempre la marca de agua o logo de la página en todas las publicaciones. COMUDESOS será quien dispone si se utilizará como logotipo su imagen o creación de un nuevo logotipo para la página de Facebook.</p>
<p>Comercializar distintos servicios de trabajo que los ciudadanos de la aldea Boca del Monte y Villa Canales ofrecen.</p>	<p>Brindar espacios publicitarios pagados dentro de la página, con el propósito de dar a conocer los distintos servicios prestados por los ciudadanos, por ejemplo: lavandería, talleres, carpintería, fontaneros, entre otros.</p>

<p>Tener herramientas de gestión que lleve a cabo el monitoreo de la red social.</p>	<p>Organizar un calendario de los diferentes contenidos a publicar cada día; esto permitirá tener un control y manejo de los reportes semanales y mensuales de las actividades o estadísticas de la página de Facebook. Por ejemplo, se pueden usar las siguientes aplicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Trello</i>• <i>Hootsuite</i>• <i>Kit de calendario de marketin</i>• <i>Brand 24</i>• <i>Crimson Hexagon</i>• <i>Headline Analyzer</i>• <i>Tagboard</i>• <i>Google Trends</i>
---	---

d) Calendario de plan de medios:

El presente calendario tiene como objetivo evidenciar un cronograma a base de publicaciones que se realizarán a diario en Facebook para llevar un control de las mismas y estar informando constantemente a los ciudadanos de Boca del Monte, Villa Canales.

Ejemplo de cronograma de contenidos para Facebook

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Día	Publicación con temas de interés a la población	Publicación con temas de interés a la población	Publicación con temas de interés a la población	Publicación con temas de interés a la población	Publicación con temas de interés a la población	Se publicarán tres publicaciones sábado y domingo cuando se tengan actividades que cubrir y/o transmisiones en vivo de actividades.	
Tarde	Minuto informativo	Minuto informativo - noticias jornada matutina	Minuto informativo	Minuto informativo - noticias jornada matutina	Minuto informativo		
	Publicación de actividades a realizarse en la aldea y Municipio en general	Publicación de cultura general ¿sabías qué?	Publicación de actividades a realizarse en la aldea y Municipio en general	Publicación de cultura general ¿sabías qué?	Publicación de actividades a realizarse en la aldea y Municipio en general		
Noche	Publicación de problemáticas en la aldea	Minuto informativo - noticias jornada vespertina	Publicación de problemáticas en la aldea	Minuto informativo - noticias jornada vespertina	Publicación de problemáticas en la aldea		

e) Resumen de presupuesto

Material a utilizar	Actividad	Cantidad en quetzales	Tiempo estimado
Logotipo	Para imagen de la página de Facebook.	Q900.00	Tiempo indefinido
Computador portátil marca HP	Llevar a cabo las publicaciones en Facebook.	Q2,699.00	Tiempo indefinido
Internet ilimitado 5 megas y línea telefónica – CLARO	Tener una buena conexión inalámbrica permitirá subir contenido a tiempo.	Q687.00	Cada mes
Paquete Adobe	Contiene diferentes aplicaciones para edición de imágenes y vídeos	Q500.00	El paquete de Adobe se paga trimestralmente.
Smartphone – celular Samsung Galaxy A7 2017	Para subir contenido de forma inmediata cuando sea necesario y tomar fotografía y vídeos instantáneamente.	Q4,099.00	Tiempo indefinido
Banner promocionales de la página de Facebook	Publicidad para los temas de interés de la página de Facebook.	Q840.00	Se promocionará la página de Facebook durante tres meses, alcanzando aproximadamente 500 personas mensualmente.
Electrodomésticos	Rifas para los seguidores de la página de Facebook.	Q400.00	Se realizarán dos rifas mensualmente con un valor de Q100 cada una (durante los primeros dos meses).
TOTAL		Q10,125.00	

El capital inicial para que la página de Facebook tenga un buen funcionamiento por tres meses, es de **Q10,125.00**. Es decir, la suma de los gastos fijos como: Internet, línea telefónica (se multiplico por tres ya que el pago se efectúa de forma mensual), publicidad en Facebook y electrodomésticos para las rifas, multiplicado por los primeros tres meses, da un total de **Q2,427.00**. Más la suma de los gastos variables descritos en la tabla como de “tiempo indefinido, por un total de **Q7,698.00**.

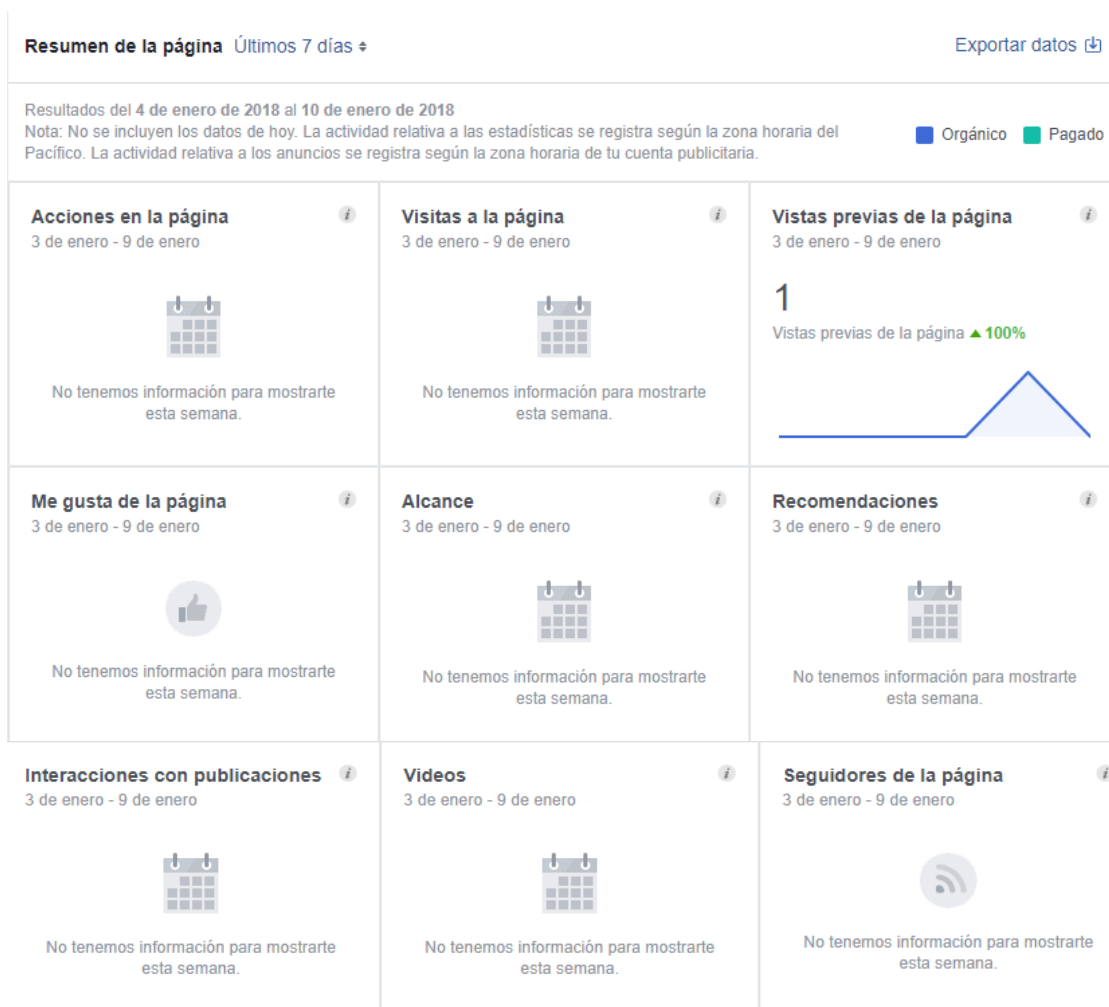
Observación: los gastos pueden variar según la disponibilidad de equipos con los que cuente COMUDES. De igual manera, COMUDES cuenta con personas que pueden administrar la página, crear diseños y tomar fotografías sin fines de lucro.

f) Evaluación

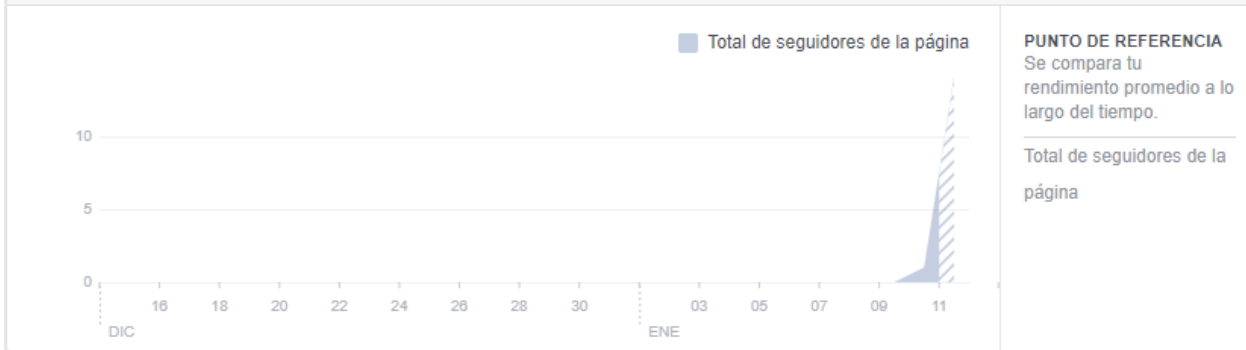
Los resultados se medirán con base a las estadísticas que ofrece la red social Facebook para tener un mejor control y manejo de las actividades que se realizan durante el día, cada semana y mensualmente. Esto ayudará a tener reportes con exactitud acerca de cómo va el funcionamiento de las publicaciones.

Algunas de las estadísticas que ofrece Facebook, son las siguientes: visitas a la página, me gusta de la página, alcance, recomendaciones, acciones de la página, interacción con las publicaciones, vídeos, seguidores de la página, eventos, número de mensajes, entre otros.

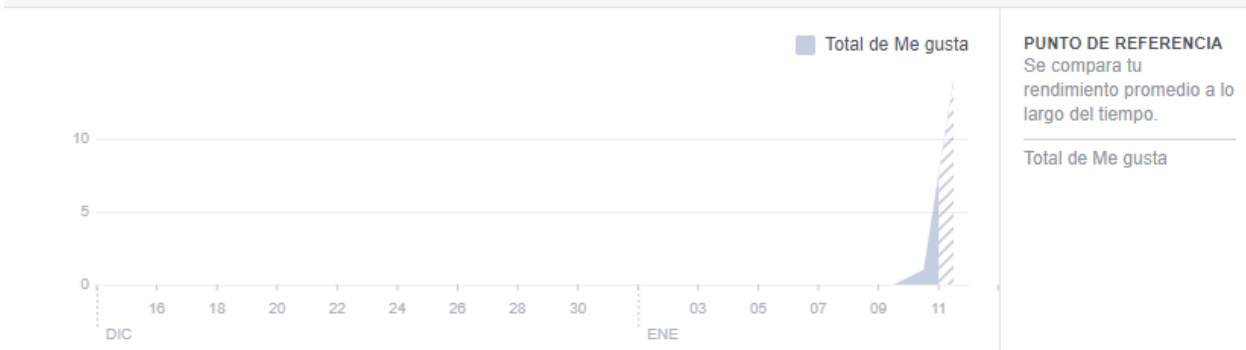
A continuación, se muestra una serie de imágenes acerca de las estadísticas mencionadas anteriormente, que aparecen en la red social Facebook:



Total de seguidores de la página hasta hoy: 14

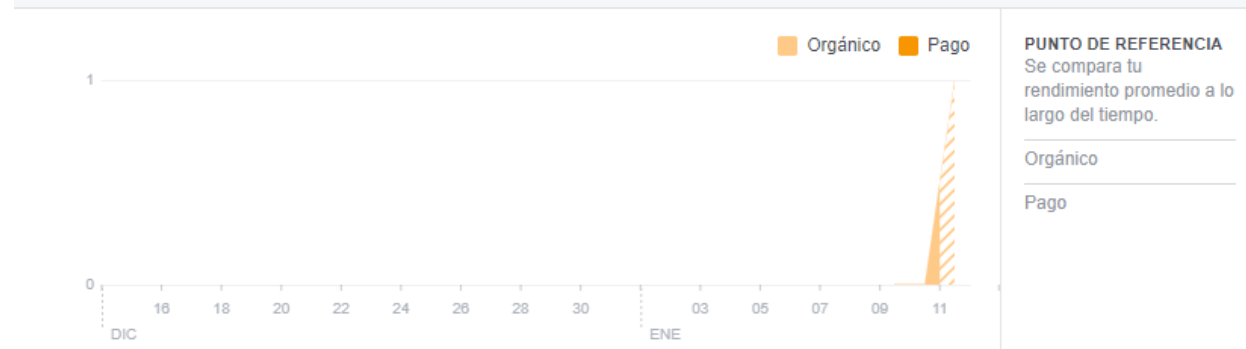


Total de Me gusta de la página hasta hoy: 14



Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como tus publicaciones, publicaciones de otras personas en tu página, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas registradas.



g) Ejemplos de plan de medio para Facebook

Ejemplo de dos noticias de problemáticas en la aldea Boca del Monte:

Realizar publicación | Álbum de fotos/videos | Video en vivo

- Continúan las quejas de tráfico en Boca del Monte –

El ciclo escolar 2017 ha finalizado, sin embargo, aún no ha disminuido el tráfico en las principales calles y avenidas de Boca del Monte. Son las 6:30 a.m. y las grandes filas de carros se observan para la Ciudad de Guatemala.

#TráficoBDM

#COMUDES

Foto/video

Sentimiento/actividad

...



Fuente: PMT Villa Canales

- Robos a plena luz del día –

El tráfico fue el escenario perfecto para que dos supuestos asaltantes despojarán a madre e hija de sus pertenencias en su propio carro. El hecho ocurrió en la 3ª Calle y Zona 2 de Boca del Monte.

Foto/video

Sentimiento/actividad



Fuente: anónimo

Ejemplo de dos noticias con temas de interés:

Realizar publicación | Álbum de fotos/videos | Video en vivo

- JORNADA DE SALUD DENTAL –

Niños y niñas fueron los beneficiados por parte de la clínica dental “Cuidando Muelitas” quienes llevaron a cabo limpiezas profundas, exámenes de cordales y ortodoncia para los más pequeños.

Con el apoyo de la Alcaldía Auxiliar de Villa Canales se logró la visita de más de 30 familias.

#SaludDental

#COMUDES

Foto/video Sentimiento/actividad



Fuente: Municipalidad de Villa Canales

¿Sabías qué?

Las abejas no son las únicas que hacen miel...

Las hormigas también trabajan almacenando miel, se les conoce con el nombre de “Hormigas Melíferas”. Estas las pueden hallar en países como Australia, África y Norteamérica.

Foto/video Sentimiento/actividad ...



Fuente: Google

Ejemplo de cuatro fotografías con cintillo y logo de la página de Facebook:



Ejemplo de agenda temas de interés para la población

La agenda cultural consistirá en seleccionar los temas de interés para los vecinos/as e ir publicándolos en la página de Facebook según sea su inmediatez.

Actividad	Día	Hora	Lugar
Día de la madre: se llevará a cabo una refacción para las vecinas de la aldea, se incluirán rifas y juegos.	10 de mayo	10:00 a.m. a 12:00 p.m.	Salón Municipal Boca del Monte
Jornada médica: se realizará la vacunación de hepatitis a niños de 0 meses a 5 años de edad.	18 de mayo	8:00 a.m. a 12:00 p.m.	Centro de Salud, Boca del Monte
Entrega de víveres a familias con niños que presentan desnutrición aguda por parte de CODESAN en conjunto con la comuna de Boca del Monte y Villa Canales	23 de mayo	8:00 a.m. a 10:00 a.m.	Escuela Oficial Rural Mixta Adrián Gaudencio Martínez.
Taller de corte y confección: a todas las vecinas se les informa que el 1 de junio comienzan los talleres; inscripciones en el Salón Municipal de Boca del Monte, totalmente gratuito.	25 al 30 de mayo inscripciones	9:00 a.m. a 5:00 p.m.	Salón Municipal de Boca del Monte

4.7 Propuesta No.2 de Plan de Medios

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales

INTRODUCCIÓN:

El siguiente plan de medios presenta la realización de una radio en línea con el fin de transmitir la credibilidad de los hechos de información en la aldea de Boca del Monte y fomentar la comunicación entre los pobladores del lugar.

a) Objetivo:

Informar a la población de la aldea de Boca del Monte sobre las problemáticas que surgen a diario (como la violencia, el tráfico, el servicio de agua potable o calles sin pavimentar), así como temas de interés (la educación, la salud, el deporte, entretenimiento o cultura general) a través de una radio en línea.

A continuación, se presenten las estrategias y tácticas para llevar a cabo la creación de la radio en línea:

b) Estrategia	c) Táctica
Creación de una radio en línea.	Montar una radio en línea, hacer el perfil de la radio y su respectiva página web.
Elaboración de programas para la radio.	Hacer el perfil de un programa de noticias para jornada matutina y vespertina; creación de programas musicales con entretenimiento
Producir capsulas informativas y de interés para la población.	Crear audios de tres a cinco minutos con temas referentes a cultura general,

	educación, salud, cuidados personales, manualidades.
Hacer transmisiones externas en eventos o en el lugar de los sucesos.	Crear stand para transmisiones externas, tener banners de la radio.
Crear una aplicación para móvil de la radio en línea	Tener una aplicación móvil para dispositivo IOS y Android
Tener contacto mutuo con los usuarios para que estén pendientes de la radio	Interactuar con los oyentes a través de llamadas a cabina.
Alcanzar una audiencia total de 1,200 oyentes nuevos al mes.	Tener dinamismo en los programas, compartir noticias reales y a tiempo, crear dinámicas y concursos
Realizar entrevistas dentro de cabina con figuras públicas y pobladores residentes del Municipio de Villa Canales y Boca del Monte.	Invitar a artistas nacionales y del municipio de Villa Canales.
Realizar promociones para restaurantes, centros comerciales, comercios, hoteles, etc.	Crear publicidad con los comercios de Boca del Monte para generar ingresos
Seleccionar cuáles son los temas de interés adecuados para la población.	Agenda cultural, deportes, eventos públicos, educación y salud.
Seleccionar las problemáticas más importantes para su difusión.	Tráfico, calles en mal estado, contaminación, violencia.

d) Calendario plan de medios

El presente calendario tiene como objetivo evidenciar un cronograma de los programas a transmitir por medio de la radio en línea que se realizarán a diario para llevar un control de las mismas y estar informando constantemente a los ciudadanos de Boca del Monte, Villa Canales.

Calendario de contenidos para radio en línea

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
6:00 a.m. a 8:00 a.m.	Transmisión en vivo del programa "Despertando en BDM"	Transmisión en vivo del programa "Despertando en BDM"	Transmisión en vivo del programa "Despertando en BDM"	Transmisión en vivo del programa "Despertando en BDM"	Transmisión en vivo del programa "Despertando en BDM"	Sin transmisiones en vivo; excepto que el equipo realice transmisiones externas para actividades.	
8:00 a.m. a 10:00 a.m.	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión		
10:00 p.m. a 12:00 p.m.	Transmisión en vivo del programa "De todo un poco"	Transmisión en vivo del programa "De todo un poco"	Transmisión en vivo del programa "De todo un poco"	Transmisión en vivo del programa "De todo un poco"	Transmisión en vivo del programa "De todo un poco"		
12:00 pm a 1:00 p.m.	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión		
1:00 p.m. a 2:00 p.m.	Transmisión en vivo del programa "Noticiero BDM"	Transmisión en vivo del programa "Noticiero BDM"	Transmisión en vivo del programa "Noticiero BDM"	Transmisión en vivo del programa "Noticiero BDM"	Transmisión en vivo del programa "Noticiero BDM"		
2:00 p.m. a 4:00 p.m.	Transmisión en vivo del programa "Tardes de alegría"	Transmisión en vivo del programa "Tardes de alegría"	Transmisión en vivo del programa "Tardes de alegría"	Transmisión en vivo del programa "Tardes de alegría"	Transmisión en vivo del programa "Tardes de alegría"		
4:00 p.m. a 5:00 p.m.	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión		
5:00 p.m. a 7:00 p.m.	Transmisión en vivo del programa "Noches fabulosas"	Transmisión en vivo del programa "Noches fabulosas"	Transmisión en vivo del programa "Noches fabulosas"	Transmisión en vivo del programa "Noches fabulosas"	Transmisión en vivo del programa "Noches fabulosas"		
7:00 p.m. a 6:00 a.m.	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión	Sin transmisión		

e) Resumen de presupuesto

Recursos	Actividad	Cantidad en quetzales	Tiempo estimado
Equipo para montar la radio en línea, consola, dos micrófonos.	No aplica.	Q1,800.00	Tiempo indefinido
Página web y dominio.	Para subir contenidos de entretenimiento, información, noticias, y la radio.	Q4,500.00	Cada año
Licencia de Streaming para la transmisión en línea.	No aplica.	Q500.00	Proveedor Adoración Radio, pago de licencia trimestral
Aplicación para móvil.	Este ayudará a los usuarios a estar conectados en todo momento de la radio.	Q1,500.00	Cada año
Computadora de escritorio marca HP.	Para el funcionamiento de la radio, ya que se requiere un solo monitor para realizar las transmisiones.	Q3,699.00	Tiempo indefinido
Una computadora portátil marca HP.	Para el monitoreo de la radio en línea y sus redes sociales.	Q2,799.00	Tiempo indefinido
Un Escritorio para el equipo de radio y una computadora.	No aplica.	Q2,500.00	Tiempo indefinido
Cuatro Sillas para las locuciones.	No aplica.	Q1,800.00	Tiempo indefinido
Internet ilimitado 5 megas y línea telefónica – CLARO	Tener una buena conexión inalámbrica permitirá transmitir sin complicaciones.	Q687.00	Cada mes
Electrodomésticos para rifas.	Rifas para los seguidores de la página de Facebook.	Q600.00	Cada dos meses, dos rifas al mes

Dos banners promocionales de la radio en línea 80 * 198 cm.	Para generar <i>branding</i> en los usuarios y se quieran realizar transmisiones externas.	Q500.00	Tiempo indefinido
TOTAL Q20,885.00			

El capital inicial para que la radio en línea tenga un buen funcionamiento por tres meses, es de **Q20,885.00**. Es decir, la suma de los gastos fijos como: Internet, línea telefónica (se multiplico por tres ya que el pago se efectúa de forma mensual), *streaming* para la transmisión, y electrodomésticos para las rifas, multiplicado por los primeros tres meses, da un total de **Q1,787.00**. Más la suma de los gastos variables descritos en la tabla como de “tiempo indefinido, por un total de **Q19,098.00**

Observación: los gastos pueden variar según la disponibilidad de equipos con los que cuenta COMUDES. De igual manera, COMUDES cuenta con personas que pueden locutar y crear contenido para la radio, sin fines de lucro.

f) Evaluación

INFORME DE RADIO EN LÍNEA MENSUAL

COMUNIDAD	Proyección de oyentes mensual 50,000 oyentes aproximadamente	Segmento geográfico Alde Boca del Monte, Villa Canales, San Miguel Petapa, Villa Nueva y Ciudad de Guatemala
	Proyección de llamada a cabina mensual 25,000 llamadas aproximadamente	Proyección de audiencia conectada en jornada matutina 1,300 oyentes aproximadamente
	Programa con mayor audiencia Tardes de alegría	Proyección de audiencia conectada en jornada vespertina 1,700 oyentes aproximadamente

El esquema anterior representa un ejemplo de cómo se evaluarían las estadísticas obtenidas por parte de la radio en línea. Los resultados se medirán con base a los oyentes que se conectan durante las transmisiones de la radio, se monitoreará el programa más escuchado del mes, las llamadas a cabina o el segmento geográfico donde escuchan más la radio.

g) Ejemplos de plan de medio para la radio

PERFIL RADIO EN LÍNEA:

Género y formato:

La radio en línea es de género informativo y entretenimiento musical lo cual se refiere a transmitir información de hechos noticiosos en jornada matutina y vespertina; de igual manera, se motiva a socializar a los ciudadanos, a debatir, dialogar, educar y promocionar la cultura general. Por lo tanto, el formato es flexible según nuestro público.

Nombre:

BDM En Línea

Objetivo:

Informar a la población de la aldea de Boca del Monte y Municipio de Villa Canales sobre los sucesos más concurrentes que se han suscitado todos los días, así como las problemáticas que se registran a diario en el municipio. Sin embargo, también se hablarán temas de interés a la población como lo es la educación, cultura general, logros de los pobladores, jornadas de salud, deporte o eventos sociales; todo esto acompañado de entretenimiento musical.

Público meta:

Ciudadanos de la aldea de Boca del Monte y Municipio de Villa Canales que cuenten con acceso a Internet desde un móvil, entre la edad de 15 a 55 años de edad, con un nivel socioeconómico B, C y D.

Público bienvenido:

Ciudadanos de toda la República de Guatemala que cuenten con acceso a Internet desde un móvil, entre la edad de 15 a 55 años de edad, con un nivel socioeconómico B, C y D. También países vecinos como El Salvador, México, Honduras o Nicaragua.

Horario y frecuencia:

Horario: lunes a viernes

Frecuencia: radio en línea

Justificación:

Por ser un programa de género informativo – entretenimiento musical, aporta a los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales una serie de noticias actuales para mantenerlos informados de los hechos que acontecen como el tráfico, calles cerradas, derrumbes, las quejas de los ciudadanos, entre otros.

Pero también ayudará a los más jóvenes mediante los programas educativos con cultura general; acerca de la salud, deporte o eventos sociales que puedan interesar a las familias por medio de un programa de entretenimiento musical.

Secciones:

- Tránsito BDM
- Aprendamos juntos
- Cuidando nuestra salud
- Tardes con alegría
- Pasa la pelota
- Noticias BDM jornada matutina
- Noticias BDM jornada vespertina

Temas tentativos:

- Política
- Seguridad
- Violencia
- Religión

EJEMPLO PERFIL PROGRAMA CON TEMAS DE INTERÉS: **TARDES CON ALEGRÍA**

Género	Musical – entretenimiento – informativo – participativo
Nombre	Tardes con alegría
Objetivo	Llenar de información educativa, eventos sociales, deporte, salud, entre otros, a los jóvenes y familias por medio de un entretenimiento musical.
Público objetivo	Ciudadanos de la aldea de Boca del Monte y Municipio de Villa Canales que cuenten con acceso a Internet desde un móvil, entre la edad de 15 a 35 años de edad, con un nivel socioeconómico B, C y D.
Público bienvenido	Ciudadanos de la República de Guatemala.
Horario y frecuencia de transmisión	Miércoles y jueves de 14:00 a 17:00 horas, a través de radio en línea.
Emisora	BDM En Línea
Duración	Tres horas (con pausa y música)
Justificación	Las tardes en familia puede ser más entretenido con dinámicas desde casa para los jóvenes mientras se educan con los segmentos de entretenimiento e información relevante porque esto permitirá tener mayor retroalimentación con los locutores y demás público en general y formar opinión pública.
Secciones	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Sabías que? • Guerra de canciones • Conoces acerca de... • Hace años • Problemas para pensar • Diviértete en familia • Historias de Guatemala • Hazlo tú mismo • Lo que debes saber • Guerra de canciones • Tips para ti

	<ul style="list-style-type: none"> • Ruleta de la suerte • ¡Gánalo ya! • Y cómo se dice pues...
<p>Estructura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empaquetadura de entrada 30 segundos • Bienvenida al programa 2 minuto • Tres canciones 12 minutos • ¿Sabías qué? 2 minutos • Una canción 4 minutos • Guerra de canciones 2 minutos • Dos canciones 8 minutos • Pauta 30 segundos • Una canción 3 minutos • Conoces acerca de 2 minutos • Dos canciones 6 minutos • Interacción con los oyentes 3 minutos • Dos canciones 6 minutos • Hace años 2 minutos • Dos canciones 6 minutos • Pauta 30 segundos • Problemas para pensar 2 minutos • Tres canciones 12 minutos • Diviértete en familia 2 minuto • Dos canciones 6 minutos • Historias de Guatemala 2 minutos • Dos canciones 6 minutos • Pauta 30 segundos • Hazlo tú mismo 3 minutos • Dos canciones 8 minutos • Interacción con oyentes 2 minutos • Dos canciones 8 minutos • Lo que debes saber 3 minutos • Dos canciones 8 minutos • Pauta 30 segundos • Guerra de canciones 3 minutos • Dos canciones 8 minutos • Interacción con oyentes 2 minutos • Dos canciones 8 minutos • Tips para ti 3 minutos • Dos canciones 8 minutos • Pauta 30 segundos • Ruleta de la suerte 2 minutos • Dos canciones 8 minutos • ¡Gánalo ya! 2 minuto • 2 canciones 6 minutos

	<ul style="list-style-type: none"> • Y cómo se dice pues 2 minutos • Dos canciones 6 minutos • Despedida de programa 2 minutos • Empaquetadura de despedida 30 segundos
Temas tentativos	Redes sociales, empleos, dinámicas, actividades de la semana, entre otras.

EJEMPLO DE ESCALETA “NOTICIAS BDM JORNADA MATUTINA”:

EMISORA: RADIO BDM EN LÍNEA
 PROGRAMA: NOTICIERO JORNADA MATUTINA
 DIA/HORARIO: LUNES A VIERNES 13:00 – 14:00
 PRODUCTOR: PENDIENTE
 LOCUTORES: -----

HORA	CONTENIDO	DURACIÓN
1:00	Presentación del programa	01.00
1:01	Conductores dan la bienvenida al noticiero de la jornada matutina	03.00
1:04	Presentación de la sección “Noticias de Boca del Monte”	03.00
1:07	Presentación sección “Villa Canales y sus alrededores”	05.00
1:12	Presentación sección “Lo más viral de la hora en Boca de Monte”	03.00
1:15	Pauta comercial	01.00
1:16	Conductores presentan la sección “Hechos que impactan a los pobladores de BDM y Villa Canales”	03.00
1:19	Conductores comentan los principales titulares de las noticias en el país de Guatemala	02.00
1:21	Presentación sección “Hechos actuales de Guatemala”	05.00
1:26	Presentación sección “Noticias internacionales”	03.00
1:29	Presentación “Ayuda social para nuestros ciudadanos en BDM”	03.00
1:32	Pauta comercial	01.00
1:33	Presentación sección “Deporte Nacional”	03.00
1:36	Presentación sección “Deporte Internacional”	03.00
1:39	Interacción con los oyentes en la sección “Problemáticas en BDM”	05.00
1:44	Pauta comercial	01.00
1:45	Comentarios de farándula nacional e internacional	03.00
1:48	Comentarios sobre economía en el país y como afecta a los pobladores de BDM	03.00
1:51	Presentación del clima en Boca del Monte, Villa Canales y territorio nacional	03.00
1:54	Tema musical de Marimba	04.00
1:58	Despedida por parte de los conductores del noticiero	01.00
1:59	Cintillo de despedida del programa	00.30

EJEMPLO DE GUIÓN PARA INFORME DE LA SECCIÓN DE TRÁNSITO BDM

EMISORA: RADIO BDM EN LÍNEA
PROGRAMA: LAS MAÑANAS COMUNICADAS
DIA/HORARIO: LUNES A VIERNES 5:00 – 8:00 A.M.
PRODUCTOR: PENDIENTE
LOCUTORES: -----

CONTROL EFECTO DE TRÁFICO Y CARROS

LOC 1 Con información de tránsito a esto de las 7:15 a.m. se reporta carga vehicular desde el inicio de Xpark para la Ciudad de Guatemala. Por otra parte, más de 15 minutos llevan los caros varados para su ingreso a Boca del Monte

CONTROL FUNDE CON MÚSICA SUAVE (FADE IN)

LOC 2 Nos comentan los usuarios a través de nuestras redes sociales que hay un bus con desperfectos después de Cañadas de Elgin yendo hacia la Capital, lo cual obstruye un camino.

LOC 1 Les recordamos a todos los oyentes que siempre revisen sus carros antes de salir para evitar este tipo de inconvenientes y puedan llegar a tiempo a sus labores cotidianas.

CONTROL SUBE FONDO Y FUERA (FADE OUT)

El plan de medios contiene dos propuestas alternativas como se explicó al inicio (pág. 74): la primera, es la creación de una página de Facebook que tenga contenidos reales, fuentes verídicas, uso de buena ortografía, estructura y redacción de noticias agradables al lector, amplia gama de contenidos de entretenimiento, uso del logo o marca de agua de la página en todas las fotografías, manejo de la red social constantemente por parte del equipo y/o subir de seis a ocho post al día.

El segundo, es la implementación de una radio en línea que sirva para una comunicación inmediata con todos los ciudadanos de la aldea Boca del Monte y Municipio de Villa Canales. Esto con el fin de mantener informada a la población sobre las problemáticas acontecidas, entretenimiento, educación, dinámicas, jornadas de salud, entre otros. La propuesta cuenta con una ejemplificación del buen uso de guiones radiofónicos para que puedan ser utilizados.

De igual forma, también se optó por estas dos propuestas debido a que los análisis y resultados mencionados anteriormente de las entrevistas y grupos focales, a las personas les gusta leer las noticias desde su celular, por lo cual Facebook es una buena opción para la transmisión de hechos noticiosos y temas de interés para la población. Además de leer, se analizó que las personas están propensas a escuchar más una radio en línea sin estar distraídas en su celular cuando están manejando, debido a que este tiene un acercamiento en tiempo real de los sucesos actuales.

Dicho plan de medios fue evaluado y calificado por la Licenciada Edna Rheiner (ver anexo 6) quien, a su punto de vista, tanto el plan de medios para la página de Facebook como la creación de una radio en línea, cuentan con una estructura viable para poder ser desarrolladas según las capacidades que se tengan. La estructura manejada para cada plan es diferente, no se pueden mezclar o hacer combinaciones.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con base a los objetivos planteados en esta investigación es necesario darles un verdadero sentido después de realizar la presentación de los análisis expuestos en el capítulo anterior. De esta manera se tendrá una mejor discusión de resultados sobre los puntos más relevantes durante las entrevistas realizadas al presidente e integrante de COMUDES Erwin García y Héctor Ortiz; así como al colaborador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”, Alberto Linares; y con los tres grupos focales realizados con ciudadanos de la aldea de Boca del Monte.

La falta de credibilidad por parte de algunos medios de comunicación tanto masivos como digitales han creado en la población guatemalteca no confiar en los mensajes que transmiten. Mientras que otras notas informativas que incluyen fotografías, vídeos o gráficas son las noticias en las que sí creen porque muestran los hechos tal y como están sucediendo, además están sustentados por fuentes verídicas.

En la aldea de Boca del Monte existen más de cinco páginas registradas en la red social Facebook que ayuda a los pobladores a estar pendientes de los hechos noticiosos que ocurren en los lugares aledaños de Villa Canales y de todo el país de Guatemala. No obstante, algo que preocupa a las personas que estuvieron presentes en los grupos focales fue el contenido amarillista (imágenes y vídeos) que aparece en redes sociales, por lo tanto, los niños/as y jóvenes son propensos a ver este tipo de notas, las cuales no son aptas para ellos/as.

Cabe destacar que tanto en las entrevistas como en los grupos focales hay un tema de interés que resulta de sus agrados para exponerlos mediante un medio de comunicación, y es acerca de incentivar la educación entre los jóvenes para desarrollar una amplia cultura general y conocimientos sobre diversos temas como: la ciencia, la astronomía, fechas importantes, datos culturales o figuras relevantes.

Asimismo, se logró identificar que hay otros temas que ayudarían a la población de Boca del Monte a estar pendiente y en comunicación, como lo son: las jornadas de salud, los deportes, los logros de los ciudadanos en la aldea, los concursos de belleza, las ferias patronales, los eventos sociales o culturales, los desfiles, entre otros más.

Uno de los principales objetivos específicos del presente trabajo era identificar las principales problemáticas que hay en Boca del Monte. Los entrevistados de COMUDES, el colaborador de la página de Facebook, Alberto Linares y las personas invitadas a los grupos focales destacaron varios problemas que se ven reflejadas a diario en la aldea como lo es: el tráfico por la mañanas y noches, las calles cerradas sin previo aviso, la pavimentación que se está realizando, la delincuencia o la contaminación.

Ortiz (2017) manifiesto que “las redes sociales son el medio más reciente y efectivo, no obstante, no existen instituciones que se interesen en implementarlos o apoyar en desarrollar los ya existentes, el principal problema es la apatía de la mayoría de los vecinos e instituciones”. Los problemas que él señaló en un orden específico dentro de la aldea Boca del Monte fueron: inseguridad, desorden vial, mala condición de las calles, poca regulación en el comercio y mal manejo de los desechos.

En los grupos focales la mayoría de personas afirmaron que leen las noticias sobre la aldea de Boca del Monte a través de distintas páginas en Facebook como lo son “Noticias Boca del Monte y sus Alrededores”, “Tráfico en Boca del Monte”, “Noticias Villa Canales” o “PMT Villa Canales”. Sin embargo, explican que tampoco hay una comunicación constante entre el medio y los usuarios que permiten tener más credibilidad.

“No contestan los mensajes enviados a sus redes sociales”, “no son amables cuando contestan comentarios en publicaciones”, “debería existir una comunicación directa entre usuario y lector”, “que tengan contenido más social como la educación” o “presentar una comunicación más abierta” fueron algunas de las frases expuestas por los grupos focales.

Linares (2017) indicó que la comunicación con los usuarios regularmente eran denuncias, ya que la gente no tiene tiempo para estar aportando y solo mandan cuestiones que les importan a ellos/as”. Por ejemplo, Linares (2017) alude que es recurrente que la gente le escriba sobre extorsiones y no cuenten con apoyo suficiente para resolver dicho problema.

De acuerdo a los integrantes de los grupos focales acerca de por cuál medio les gustaría enterarse sobre las noticias en la aldea de Boca del Monte, la mayor parte de ellos/as coincidían que una página nueva en Facebook, ya que se les facilita leer con detalles las publicaciones, pero que sea una página seria que filtre noticias y comentarios reales. Por otro lado, también aseguraban que una radio en línea era otra opción para las personas que se les dificultaba leer mientras conducían a sus trabajos o mientras laboran, debido a que es un medio con gran alcance y transmite las noticias al instante.

Los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte todavía no se encuentran en desarrollo, como por ejemplo un periódico digital, una radio satelital o un canal de televisión propio. La era de las redes sociales en el siglo XXI está teniendo mayor alcance para que las poblaciones enteras puedan estar comunicados o al pendiente de lo que acontece en su país; sin embargo, gran parte de estos medios dedican tiempo para exponer sobre otros países que el de uno propio, por lo cual las personas recurren a estas redes sociales a buscar información que les convenga, pero no siempre presentan noticias verídicas o imágenes reales.

El mensaje que se transmite no suele tener carácter informativo en las páginas de Facebook, ya que solo llevan dos a tres líneas que describen los hechos, la mayor parte de estas noticias no llevan imágenes, fuentes, redactor de la nota, vídeos o gráficas que llamen la atención de las personas para seguir conectados y leer a detalles lo que se les expone. De igual manera, las redacciones de las notas nunca suelen tener un orden correcto, como lo es el de la pirámide invertida en el periodismo, tampoco lleva una estructura de una agenda *setting* sobre que noticias son las que deben transmitirse en tiempo real y que cause opinión pública en la comunidad.

La propuesta de plan de medios del presente estudio, se centra en la creación de una página en Facebook que proporcione datos verídicos en las notas informativas, que lleve un orden correcto de pirámide invertida (que lleve un título, subtítulo, *lead* o entradilla, cuerpo de la noticia y detalles) para la comprensión por parte de los usuarios y crear una comunicación bilateral para que los usuarios tengan mayor credibilidad en lo que se les comunica. También es necesario que este plan contenga ejemplos sobre cómo redactar noticias y edición de imágenes con sus respectivos cintillos.

Otra de las propuestas es crear una radio en línea que transmita a diario los acontecimientos y actualidad en la aldea de Boca del Monte, así como en Villa Canales y el país de Guatemala. Dicha propuesta incluye ejemplos de guion tipo escaleta y/o perfil de la radio en línea.

Para la validación de la propuesta de plan de medios, se acudió con la experta Licenciada Edna Rheiner quien sugiere que siempre debe usarse las estadísticas que proporciona Facebook, ya que detalla con más precisión acerca del porcentaje que se incrementa cada día, semana o mes. También sugiere que, para los diseños visuales, siempre debe agregarse a la imagen que se quiere comercializar, el logo para que se haga *branding*, esto con el fin de posicionarse como un referente de noticias en la mente de los usuarios o seguidores de la página de forma directa o indirecta.

Rheiner (2017) indicó que los presupuestos planteados en el plan de medios, van concorde a las especificaciones descritas en ellos. Ya que son bastantes los materiales que se necesitan para la ejecución de ambos medios. Sin embargo, si las personas cuentan ya con algunos recursos detallados en el presupuesto, estos pueden ser omitidos.

Luego de haber realizado el trabajo de campo y desarrollado el plan de medios (evaluado y aprobado por una experta en el tema) se ve reflejada la importancia de contar con un medio de comunicación que facilite la interacción y transmisión de mensajes sobre las problemáticas y temas de interés para la población de Boca del Monte, Villa Canales.

La propuesta del plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales es indispensable para que estos últimos tengan un acceso a la información inmediata de lo que sucede en dicha aldea. Por lo tanto, la creación de una página en Facebook o una radio en línea facilitara el intercambio de mensajes noticiosos para las personas.

Es importante que la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, lleve de la mano los objetivos, las estrategias y tácticas que están plasmadas en el plan de medio para que este sea considerado funcional para la aldea, si así desean realizarlo.

VI. CONCLUSIONES

En esta investigación se concluye que es necesario contar con un plan de medios de comunicación ciudadana para la población de la aldea Boca del Monte, Villa Canales. Al no contar con este, es difícil lograr una buena transmisión de mensaje al receptor, debido a que muchas páginas en redes sociales u otros medios digitales no utilizan fuentes verídicas, lo cual hacen que tengan menor credibilidad a su público. A continuación, se presentan las principales conclusiones del estudio:

- El presidente de la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, Erwin García, así como Héctor Ortiz de la misma comunidad, concluyeron que las problemáticas que más afectan a la aldea de Boca del Monte, Villa Canales, es la falta de educación a los jóvenes, el tráfico pesado en la mañana y tarde noche, la violencia, el mal estado de las calles, la falta de trabajo, la contaminación y el alumbrado eléctrico en avenidas principales.
- Los temas de interés que le gustaría escuchar a la población de Boca del Monte, Villa Canales son: jornadas de salud, mejoras en las escuelas y centros públicos, actividades socio-culturales, los días festivos en la aldea, conciertos o desfiles, la educación a los jóvenes, el deporte, eventos de belleza, logros obtenidos por los ciudadanos en la aldea y programas para jóvenes en cuanto a trabajo.
- La creación del plan de medios en forma conjunta con los integrantes de COMUDES ayudó a definir y establecer objetivos, estrategias y tácticas para el buen funcionamiento del plan de medios.

- En Boca del Monte, Villa Canales existen distintas páginas en Facebook que comparten hechos noticiosos en dicho municipio y del resto de Guatemala; sin embargo, estas páginas no representan un vínculo amigable con los usuarios para su interacción, debido que la mayor parte de sus publicaciones son imágenes y vídeos amarillistas, por lo cual, los mismos seguidores migran a otras fuentes para leer mejor los artículos que no tengan amarillismo.
- Los medios idóneos para la transmisión de información noticiosa y temas de interés para la población de Boca del Monte, Villa Canales, son la creación de una página en Facebook, ya que permite a las personas leer con más detalles, compartir lo que está sucediendo y verificar si son hechos reales. Por otro lado, la radio en línea es otro medio de gran utilidad para las personas que no puedan estar leyendo las noticias mientras manejan o se encuentran laborando; la mitad de los integrantes en los grupos focales manifestaron que se les facilita mejor el escuchar las noticias ya que son en tiempo real, comunican con la verdad y hay un verdadero vínculo de interacción con los usuarios.
- Es necesario que las personas involucradas en el plan de medios fomenten la redacción de las notas a través de la pirámide invertida (qué, cómo, cuándo, dónde, por qué) para que tenga una secuencia ordenada cada noticia junto con sus respectivas imágenes o vídeos que hagan alusión al tema.
- La creación de un programa para la radio en línea que trate acerca de problemáticas de la aldea (ya sea un programa de noticias jornada matutina, de jornada vespertina o debates) crearán una comunicación bilateral entre la población de Boca del Monte y la radio, debido a que estarán más cerca de las noticias, fomentarán la opinión pública, el libre pensamiento o deliberar qué se puede hacer en el municipio para combatir cada problema que se presenta.

- Uno de los temas que preocupa a la población es el tráfico que hay en el día y la noche en el municipio. Por ello, es necesario establecer siempre una conexión en tiempo real con los ciudadanos para mantenerlos informados del tráfico; la radio en línea es un vehículo que puede facilitar en forma inmediata la transmisión de estos mensajes y con esto, obtener mayor credibilidad de las personas que locutan.
- La validación del plan de medios por parte de la experta Edna Rheiner, ayudó a que se esclarecieran las ideas y los ejemplos expuestos para que sean utilizados dentro de la radio en línea como para publicar contenidos en la página de Facebook. La validación le da un peso importante a la investigación porque se establece un mejor estudio para que este sea presentado a la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES.
- Para finalizar, y dar por concluido el tema, se puede decir que sí es necesario implementar un plan de medios ciudadanos en la aldea Boca del Monte, Villa Canales y que la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integran, COMUDES, sea quienes administren los vehículos de comunicación expuestos anteriormente – la radio en línea o la página en Facebook -.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES, buscar la colaboración de los pobladores de la aldea Boca del Monte para aportar a la radio en línea o como redactores para la página en Facebook, fomentando así, la participación y trabajo de los lugareños.
2. Para futuras investigaciones relacionadas con el tema de plan de medios ciudadanos a aplicarse a aldeas o comunidades, se sugiere realizar grupos focales con población de otras aldeas aledañas para obtener mayor información al respecto.
3. Se sugiere que se trabaje con base a los ejemplos plasmados en el plan de medios para facilitar el trabajo de las personas encargadas en cada área asignada.
4. Se aconseja a los integrantes de COMUDES ser capacitados por expertos en comunicación para el buen funcionamiento del plan de medios ciudadanos y tengan un mejor respaldo para comunicar la información necesaria.
5. En el caso de no contar con el capital indicado, se recomienda iniciar con donaciones de personas ajenas a COMUDES que estén interesadas en invertir en el plan de medios y llevar a cabo la ejecución de la misma.
6. Se sugiere transmitir hechos noticiosos nacionales como internacionales, con el fin de informar al público de lo que sucede alrededor del mundo y estén abiertos a hablar de cualquier tema con los aldeanos de Boca del Monte.
7. Promover la educación a través de contenidos visuales en redes sociales, así como programas en la radio en línea dirigidos a los jóvenes para reforzar valores y cultura general. Contar con expertos en educación y comunicación para desarrollar temas de interés y que puedan ser vistos o escuchados también por los padres de familia.

8. Se recomienda que los temas de interés vayan separados de las problemáticas descritas anteriormente en la aldea Boca del Monte, Villa Canales, debido a que usualmente se le presta más atención a las imágenes o vídeos de hechos noticiosos, que, a las propias notas con contenidos culturales, de deportes, de salud o de educación.

9. Realizar monitoreo y evaluaciones mensualmente sobre el funcionamiento y alcance que está obteniendo la radio en línea o la página en Facebook, con la finalidad de mejorar estrategias o planes de trabajo para lograr resultados beneficiosos.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación de Mundial de Radios Comunitarias América Latina y El Caribe AMARC ALC (2011). *La radio después de la radio*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Frida.

Recuperado de: http://www.amarc.org/documents/books/LRDdLR_e-book.pdf

Báez, C. (2016). *Diseño del plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna en el Servicio de Contratación de Obras, SECOB*. (Tesis de grado). Universidad Central del Ecuador, Ecuador. Recuperado de:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6176/1/T-UCE-0009-557.pdf>

Bayuelo, S. Cadavid, A. Durán, O. González A. y Vega, J. (2008). *Lo que le vamos quitando a la Guerra*. Colombia, Bogotá. Editora Universidad de Oklahoma, Estados Unidos.

Berganza, G. (2002) *Los medios de comunicación y la sociedad guatemalteca: un retrato a través de sus discursos. Programa de Derechos Humanos para CentroAmérica en la Embajada Real de Dinamarca (PRODECA)*. Recuperado de: <http://www.dosesguatemala.org/wpcontent/uploads/2012/03/Los-medios-decomunicaci%C3%B3n-y-la-sociedad-guatemalteca-2002.pdf>

Buenaño, D. (2012). *Plan estratégico de comunicación para la Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de Pichincha ASOJUPAR*. (Tesis de grado).

Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. Recuperado de:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3506/1/QT03094.pdf>

Carvajal, H. (2015). *Las redes sociales en los medios de comunicación*. Blog. Recuperado de: <https://www.neostuff.net/las-redes-sociales-en-los-medios-de-comunicacion/>

Cobollo, C. (2011). *Propuesta estratégica de un plan de medios para el convenio administrativo de equipamiento de salud*. Tesis de grado. Corporación Universitaria Lasallista, Ecuador. Recuperado de:

http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/281/1/percepcion_docent_s_desercion_escolar.pdf

Código Municipal. Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 12-2002, 2008

Corrales García, Fernanda y Hernández Flores, Hilda Gabriela (2010). *La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación*. En línea. Recuperado de:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/CORRALES-HERNANDEZ_REVISADO.pdf

De León, I. (2016). *Accidente provoca caos en ruta a Villa Canales*. Prensa Libre, Ciudad de Guatemala. Recuperado de:

<http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/accidente-obstruye-el-transito-en-ruta-a-villa-canales>

Díaz, G. Loaiza, N. y Zambrano L. (2009). *Plan de comunicación estratégico para impulsar, fortalecer y respaldar el Plan de Bienestar social de la Secretaría de educación de Bogotá y su difusión exitosa*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Recuperado de:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis334.pdf>

Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Primera edición. Recuperado de:

http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf

Echeverría, M. (2014). *Periodismo digital y redes sociales*. Madrid, España.

Emisoras Unidas (2016). *Estudiantes resultan intoxicados en escuela de Boca del Monte*.

Grupo Emisoras Unidas, Guatemala. Recuperado de:

<https://emisorasunidas.com/noticias/nacionales/estudiantes-resultan-intoxicados-en-escuela-de-boca-del-monte/>

Galán, M. (2009). *El cuestionario en la investigación*. Recuperado de:

<http://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>

García, O. (2016). *Plan de medios y su influencia en la captación de clientes en las cooperativas de ahorro y crédito del casco urbano del municipio de Totonicapán*.

Tesis de grado. Universidad Rafael Landívar.

González, J. (2012). *Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos, digitales del Ecuador*. Tesis de Grado. Quito, Ecuador. Universidad Técnica

Particular de Loja. Recuperado de:

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7295/1/Gonzalez%20Osorio,%20Juan%20Carlos.pdf>

González, S. (2001). *Modelo de un plan de medios para empresas de venta directa en la ciudad capital de Guatemala*. Tesis de grado. Universidad Rafael Landívar. Recuperado de:

<http://200.38.75.90:8980/Tesis/01/04/Gonzalez-Aquino-Silvia/Gonzalez-Aquino-Silvia.pdf>

Granados, R. (2012). *Propuesta de paso a desnivel aldea Boca del Monte, Municipio de Villa Canales, Departamento de Guatemala*. Tesis de grado. Universidad San Carlos de

Guatemala. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_3406_C.pdf

Hernández, N. (2013). *Cómo escribir para web*. Presentación en línea. Recuperado de:

https://issuu.com/normarcela/docs/como_escribir_para_web_612a1a2088f18c

Hernández, N. (2015). Cómo escribir para web 1. Presentación en línea. Recuperado de:
https://issuu.com/normarcela/docs/como_escribir_para_web_1_9a3d76bbb05fff

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Herrera, E. (2017). *Plan estratégico de comunicación para actores locales vinculados a proceso de educación formal en Aldea Achiotes, Jumay del departamento de Jalapa*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/01/Herrera-Evelyn.pdf>

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia (2013). *Plan departamental de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios 2014 – 2020*. Medellín, Colombia. Recuperado de: [Plan Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios 2014-2020 Documento preliminar](#)

Internet World Stats (2016). *Personal Dating Mexico and Central America*. (En Red) Recuperado de: <http://www.internetworldstats.com/central.htm#gt>

Jirón, G. y Pérez, S. (2012). *Influencia de comunicación masiva en el rendimiento académico de las alumnas de tercer ciclo del centro escolar Eulogia Rivas de Cojutepeque, Departamento de Cuscatlán comprendido en el período de febrero a diciembre de 2012*. Tesis de grado. Recuperado de: http://ri.ues.edu.sv/2452/1/TRABAJO_DE_GRADUACION_OCTUBRE_2012.pdf

López, G. (2001). *Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública*. España. Universidad de Valencia, España.

Martín, R. (2008). *Estadística y Metodología de la Investigación*. Universidad Pontificada de Salamanca, España.

Ministerio de Cultura y Deporte (2015). *Adultos Mayores de Boca del Monte participan en actividad recreativa*. Guatemala. Recuperado de: <http://mcd.gob.gt/adultos-mayores-de-boca-del-monte-participan-en-actividad-recreativa/>

Mirabal Barrios, William (2012). *Actores sociales y grupos de interés. Reflexión sobre el caso venezolano*. Recuperado de. Obtenido de: <http://virtual.urbe.edu/eventostexto/JNI/URB-178.pdf>

Mirón, V. (2015). *Procesión de San Benito Abad en Boca del Monte*. Guatemala. Recuperado de: <http://chapinac.blogspot.com/2015/07/procesion-de-san-benito-abad-en-boca.html>

Molina, M. (2014). *Plan de comunicación externa para dar a conocer los servicios turísticos de gofoklore.com con sus públicos*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landivar, Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/68/MolinaMario.pdf>

Moneris, Antonio (2006). *Estrategia de comunicación*. Blog en red. Recuperado de: <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>

Morelo Hermosilla, Antonio José (2005). *Aproximación a un marco teórico, plan de comunicación*. En red. Recuperado de: http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanomunicacion.pdf

Municipalidad de Villa Canales (2016). *Información Pública*. En línea. Recuperado de: <http://www.munivillacanales.com/>

Navarro, L (2014). *El periódico on línea*. En línea. Recuperado de: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_06/6-4-Inve/6-4-09.htm

Orellana, M. (2012). *Propuesta de plan de comunicación en gestión de riesgo para la escuela primaria de la Aldea San José Calderas, Amatitlán*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/01/Orellana-Maria.pdf>

Orosa, B. y López, X. *Las redes sociales como herramienta de distribución on line de la oferta informativa en los medios de España y Portugal*. Universidad de Santiago de Compostela, España.

Owloo (2016). *Usuarios conectados a Internet, Facebook*. En línea. Recuperado de: <https://www.owloo.com/facebook-stats/countries>

Plan de Desarrollo Municipal (2008). *Villa Canales, Guatemala*. Ciudad de Guatemala

Prensa Libre (2016). *Multan con Q5 mil a piloto de tráiler en Boca del Monte*. Prensa Libre, Guatemala. Recuperado de: <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/multan-con-q5-mil-a-piloto-de-trailer-en-boca-del-monte>

Publinews (2014). *Boca del Monte sufre escasez de agua*. Publinews, Guatemala. Recuperado de: <https://www.publinews.gt/gt/guatemala/2014/05/19/boca-monte-sufre-escasez-agua.html>

Rodríguez, A (2016). *La evolución de la radio y la influencia de nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente*. Tesis de grado. Universidad Rafael Landívar.

Rodríguez, C. (2009). *De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término*. Oklahoma, Estados Unidos. Recuperado de: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6416/898>

Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la agenda setting aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid, España.

Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F. Editorial El Comercio S.A. Cuarta edición.

Sartori, (1995). Opinión Pública. Capítulo VIII. Obtenido de:

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectivas*.

Edición Paidós, Barcelona. Recuperado de:

<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/6.pdf>

Solórzano, O. (2016). *Plan de comunicación de Hogar las Marías para la obtención de ayuda y patrocinio*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de:

<http://biblio4.url.edu.gt/Tesis/V20/jcem/Tesis/2016/05/01/Solorzano-Olympia>

Universidad Alcalá. *Plan de medios sociales BUAH*. Madrid, España. Recuperado de:

https://biblioteca.uah.es/biblioteca/documentos/plan_medios_sociales_BUAH.pdf

Vera, L. y Tanasio, A. (2008). *Medios alternativos para promover la justicia*

social. Recuperado de: <http://comunicacionalternativa-uca.blogspot.com/>

Villa Canales (2015). *Ubicación de Villa Canales*. En línea. Recuperado de:

<http://villacanales.com/ubicacion-de-villa-canales/>

ANEXOS



Universidad Rafael Landívar

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Anexo 1. Guía de preguntas dirigidas al presidente de COMUDES

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de preguntas abiertas que debe responder con seriedad y franqueza.

Fecha y lugar: _____

Hora: _____ Nombre: _____

Edad: ____ Puesto: _____

Preguntas:

1. A su criterio ¿cuáles son los problemas de comunicación que hay entre los ciudadanos de Boca del Monte?
2. ¿Por cuál medio cree usted – redes sociales, medios digitales, periódicos, televisión o radio - que se entera la población sobre las problemáticas diarias en Boca de Monte? ¿Por qué? Explique algún otro
3. ¿Cuáles son los problemas más grandes que enfrenta actualmente Boca del Monte?
4. ¿Cree usted que un medio alternativo como por ejemplo periódicos digitales, radio en línea, o redes sociales, serían buenas opciones para que la población de Boca Del Monte esté enterada sobre los hechos noticiosos u otros temas de interés? Y ¿Por qué?
5. Desde su punto de vista, ¿cuáles serían algunos contenidos de interés que les gustaría oír a la población de dicha aldea? ¿Algún otro medio que propondría?

6. ¿Cuáles creería usted que serían los medios idóneos para transmitir las problemáticas y temas de interés a la población de Boca del Monte según sus necesidades? Y ¿por qué?
7. ¿Qué tema les gustaría a ustedes difundir a la población de Boca del Monte?
8. Para finalizar ¿cuáles son los medios con los que ustedes cuentan o quisieran tener para difundir los temas?



Universidad Rafael Landívar

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Anexo 2. Guía de preguntas dirigidas a integrantes de COMUDESOS

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de preguntas abiertas que debe responder con seriedad y franqueza.

Fecha y lugar: _____

Hora: _____ Nombre: _____

Edad: ____ Puesto: _____

Preguntas:

1. A su criterio ¿cuáles son los problemas de comunicación que hay entre los ciudadanos de Boca del Monte?
2. ¿Por cuál medio cree usted – redes sociales, medios digitales, periódicos, televisión o radio - que se entera la población sobre las problemáticas diarias en Boca de Monte?
¿Por qué? Explique algún otro
3. ¿Cuáles son los problemas más grandes que enfrenta actualmente Boca del Monte?
4. ¿Cree usted que un medio alternativo como por ejemplo periódicos digitales, radio en línea, o redes sociales, serían buenas opciones para que la población de Boca Del Monte esté enterada sobre los hechos noticiosos u otros temas de interés? Y ¿Por qué?
5. Desde su punto de vista, ¿cuáles serían algunos contenidos de interés que les gustaría oír a la población de dicha aldea? ¿Algún otro medio que propondría?
6. ¿Cuáles creería usted que serían los medios idóneos para transmitir las problemáticas y temas de interés a la población de Boca del Monte según sus necesidades? Y ¿por qué?
7. ¿Qué tema les gustaría a ustedes difundir a la población de Boca del Monte?

8. Para finalizar ¿cuáles son los medios con los que ustedes cuentan o quisieran tener para difundir los temas?



Universidad Rafael Landívar

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Anexo 3. Guía de preguntas dirigida al administrador de la página de Facebook “Boca del Monte está despierta y necesita un cambio”

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de preguntas abiertas que debe responder con seriedad y franqueza.

Fecha y lugar: _____

Hora: _____ Nombre: _____

Edad: ____ Puesto: _____

Preguntas:

1. ¿Qué problemáticas son las que más comparte en la red social sobre Boca del Monte?
2. ¿Usted escoge las noticias que compartirá en la red social? O ¿cuál es el proceso que sigue usted para compartir la información que le envían las personas a Facebook?
3. ¿Qué tipo de noticias publica en la página de Facebook?
4. A parte de las problemáticas que surgen a diario en la aldea de Boca del Monte como la violencia, los robos, los asaltos, las carreteras en mal estado, la falta agua potable, el tráfico, etc. ¿qué otro tema de interés cree usted que le gustaría a la población oír?
5. ¿Podría ejemplificarnos algunos temas de interés para la población que a usted le gustaría compartir en la red social?
6. ¿Cómo maneja la comunicación con los usuarios?
7. A su criterio ¿Cuáles son las problemáticas que se reflejan a diario en Boca del Monte?

8. ¿Qué otro medio de comunicación alternativo – periódico digital, radio en línea, redes sociales, etc. – serían útiles para la transmisión de hechos noticiosos en Boca del Monte y por qué? Y ¿Qué medio sería el idóneo para transmitir los temas de interés para la población?
9. Para finalizar ¿Qué le necesita a una página de Facebook – en este caso, estamos hablado sobre noticias – para mantener más contacto con los usuarios y que ellos/as estén al tanto sobre los hechos de la aldea de Boca del Monte?



Universidad Rafael Landívar

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDES y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Anexo 4. Guía de discusión grupal para *focus group*

Instrucciones: el siguiente instrumento servirá como guía para el entrevistador.

1. Acerca de los sujetos

¿A través de qué medio se enteran ustedes sobre los hechos noticiosos en la Aldea de Boca del Monte?

Podrían mencionar ¿cuáles son los nombres de algunos medios de comunicación que ustedes conocen en la aldea de Boca del Monte? Y ¿Qué les atrae de ellos?

Desde su perspectiva ¿se les facilitar mejor leer, escuchar o ver algún medio de comunicación y por qué?

2. Problemáticas y temas de interés identificados en Boca del Monte

¿Cuáles son los hechos noticiosos que se hablan dentro de su círculo familiar o amigos referente a la aldea Boca del Monte?

A su criterio ¿cuáles creen que son las problemáticas que más afecta a la aldea de Boca del Monte?

¿Qué contenidos de interés (que no sean solamente problemáticas en la aldea) les gustaría ver en los medios?

3. Perspectivas de los medios de comunicación

¿Creen que informan adecuadamente los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte sobre las problemáticas que surgen a diario?

¿Qué deberían de cambiar los medios para que exista una mejor comunicación entre usuario y el medio?

¿Creen ustedes en las noticias que difunden ciertas páginas de Facebook como por ejemplo “Noticias Boca del Monte y sus alrededores”, “Noticias Boca del Monte”, “Boca del Monte está despierta y busca un cambio”, ¿“Noticias Villa Canales” o “Villa Canales.com”?

¿Qué temas no deberían de difundir los medios de comunicación en la aldea de Boca del Monte?

¿Por cuál medio les gustaría a ustedes enterarse sobre las noticias en la aldea de Boca del Monte, un periódico escrito, un periódico digital, una radio en línea, redes sociales o en televisión en línea?



Universidad Rafael Landívar

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESOS y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Anexo 5. Análisis Plan de Medios

Instrucciones: de acuerdo al rango numérico del 1 a 5, marque con una X la casilla que usted considere correctamente.

Aspectos a evaluar sobre la estructura del plan de medios: indique en que grado le agradó (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Introducción					
b	Organización y desarrollo de los temas					
c	Comprensión del contenido					
d	Calidad visual de los ejemplos presentados					
e	Conclusión					
TOTAL						

Aspectos a evaluar sobre los objetivos planteados dentro del plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión					
b	Coherencia					
c	Mediciones					
TOTAL						

Aspectos a evaluar sobre las estrategias de medios en el plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Aspectos visuales					
b	Claridad					
c	Comprensión					
TOTAL						

Aspectos a evaluar sobre las tácticas incluidas en el plan de medios (-)

1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión					
b	Aspectos visuales					
c	Claridad					
TOTAL						

Aspectos a evaluar sobre el calendario en el plan de medios (-) 1, 2, 3,

4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión					
b	Aspectos visuales					
c	Claridad					
TOTAL						

Aspectos a evaluar sobre el presupuesto presentado para la realización del plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Coherencia					
b	Claridad					
c	Relación Costo-Beneficio					
TOTAL						

Aspectos a evaluar sobre los diversos vehiculos del mensaje incluidos

en el plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión					
b	Coherencia					
c	Creatividad					
TOTAL						

Comentarios

<u>Evaluador</u>	<u>Total:</u>
Nombre: _____	
Firma: _____	



Universidad Rafael Landívar

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Plan de medios para mejorar las vías de comunicación ciudadana entre la Comunidad Cultural Educativa de Desarrollo Integral, COMUDESIO y los pobladores de Boca del Monte, Villa Canales.

Anexo 6. Análisis Plan de Medios

Instrucciones: de acuerdo al rango numérico del 1 a 5, marque con una X la casilla que usted considere correctamente.

Aspectos a evaluar sobre la estructura del plan de medios: indique en qué grado le agradó (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Introducción					x
b	Organización y desarrollo de los temas					x
c	Comprensión del contenido					x
d	Calidad visual de los ejemplos presentados				x	
e	Conclusión					x
TOTAL		24				

Aspectos a evaluar sobre los objetivos planteados dentro del plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión				x	
b	Coherencia					x
c	Mediciones					x
TOTAL		14				

Aspectos a evaluar sobre las estrategias incluidas en el plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Aspectos visuales				x	
b	Claridad					x
c	Comprensión					x
TOTAL		14				

Aspectos a evaluar sobre las tácticas incluidas en el plan de medios

(-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Aspectos visuales				x	
b	Claridad					x
c	Comprensión					x
TOTAL		14				

Aspectos a evaluar sobre el calendario incluido en el plan de medios

(-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión					x
b	Aspectos visuales				x	
c	Claridad					x
TOTAL		14				

Aspectos a evaluar sobre los diversos vehículos del mensaje

incluidos en el plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Comprensión					x
b	Coherencia					x
c	Creatividad					x
TOTAL		15				

Aspectos a evaluar sobre el presupuesto presentado para la

realización del plan de medios (-) 1, 2, 3, 4, 5 (+)

		1	2	3	4	5
a	Coherencia					x
b	Claridad					x
c	Relación Costo-Beneficio					x
TOTAL		15				

Comentarios

<u>Evaluador</u>	<u>Total:</u>
Nombre: Edna Rheiner Firma: 