

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



**DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UNIDAD DE  
COMUNICACIONES PARA LA ALCALDÍA DE LA CIUDAD DE  
TEPETITÁN, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE**

PRESENTADO POR

CARNÉ

CASTILLO MARTÍNEZ, VICTOR ALEJANDRO

CM07005

IRAHETA ALVARADO, CARLOS ANTONIO

IA07005

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN ELABORADO POR ESTUDIANTES  
EGRESADOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN PERIODISMO**

LICENCIADA ANA MILAGRO HERNÁNDEZ

DOCENTE DIRECTORA

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACIÓN

27 DE AGOSTO DE 2014

CIUDAD UNIVERSITARIA

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

**RECTOR**

Msc. ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MAESTRO ÓSCAR NOÉ NAVARRETE

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

**SECRETARIA GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

LIC. JOSÉ RAYMUNDO CALDERÓN MORÁN

**DECANO**

Msc. NORMA CECILIA BLANDÓN DE CASTRO

**VICEDECANA**

LIC. ALFONSO MEJÍA ROSALES

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LIC. ROBERTO ANTONIO MAZA EMÉSTICA

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

Msc. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO**

LICENCIADA ANA MILAGRO HERNÁNDEZ

**DOCENTE DIRECTORA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente le agradezco a Dios, por permitirme llegar hasta este momento, por darme la sabiduría y la fuerza de concluir esta meta.

Pero los agradecimientos más grandes van para Isabel, mi madre, quien es la persona que más me ha motivado, quien estuvo, está y estará siempre para mí. Este trabajo de graduación, este título universitario, mi persona y todo lo que tengo en la vida se lo debo a ella, porque mis triunfos antes de que míos son de ella.

Le doy las gracias a Antonio, mi papá, quien a pesar de los pesares siempre me ha apoyado.

Le agradezco a mis hermanos y hermanas quienes me apoyaron económicamente; a veces directa y otras indirectamente. Pero en especial agradezco a Sandra, Amada, Leticia, Alfredo y José y que Dios los bendiga siempre.

Le agradezco a mis compañeros de universidad René, Marvin, Madelyne y claro está a mi compañero de Tesis, Victor. Todos ellos ahora son mis amigos, mis buenos amigos.

Agradezco a nuestra asesora de tesis, Licenciada Milagro Hernández por la paciencia que tuvo con nosotros.

Por último y para nada menos importante le doy las gracias a mis dos mejores amigas, Xiomara y Vicky porque a lo largo esta carrera universitaria y de mi vida han estado conmigo en las buenas y las malas.

A todos, infinitas gracias.

**Carlos Iraheta**

“Agradezco a Dios por fortalecer mi carácter en este proceso. A mis padres, que me permitieron estudiar, mis hermanas, que estuvieron siempre alentándome a terminar este proceso, a mis amigos René, Marvin, Madelyne y Carlos, por brindarme su amistad y su apoyo incondicional durante toda la carrera, y a Sandra, mi novia, por la paciencia y su valioso apoyo emocional en este proceso”

Víctor Martínez

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	vii
--------------------	-----

### CAPÍTULO I

1. DEFINICION DEL OBJETO DE ESTUDIO .....	09
1.1 Planteamiento del problema.....	09
1.2 Delimitación espacio-temporal.....	12
1.3 Tipo de investigación .....	13
1.4 Pregunta guía.....	14
2. JUSTIFICACIÓN.....	15
2.1 Relevancia .....	15
2.2 Valor teórico .....	16
2.3 Factibilidad .....	16
2.4 Implicaciones prácticas.....	16
3. OBJETIVOS.....	18

### CAPÍTULO II

2. CONSIDERACIONES TEÓRICO-CONCEPTUALES .....	19
2.1 Antecedentes del objeto de estudio.....	19
2.2 Paradigma teórico.....	21
2.3 Sistema de Conceptos .....	24

### CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA .....	26
3.1 Definición de la muestra o corpus de análisis .....	27
3.2 Técnicas a utilizar .....	28
3.3 Procedimientos del trabajo de investigación .....	31

### CAPÍTULO IV

4. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS .....	32
4.1 Análisis de los datos obtenidos a partir del método cuantitativo .....	32
4.2 Análisis de los datos obtenidos a partir del método cualitativo.....	37
4.3 Propuesta comunicacional.....	40
4.3.1 Generalidades de la propuesta.....	41
4.3.2 Plan comunicacional .....	48

<b>4.3.3 Presupuesto para esta propuesta comunicativa .....</b>	<b>57</b>
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>58</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXOS</b>	

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es una herramienta fundamental en el ejercicio del poder político, por ello, es necesario que las instituciones del Estado conozcan su importancia y valoren su utilidad en el desarrollo de sus distintas funciones, para garantizar mayor eficiencia y al mismo tiempo proyectar una imagen favorable ante la opinión pública.

En el desarrollo de la investigación que dio origen a este documento, se demostró la importancia de la comunicación dentro de la dinámica de una alcaldía municipal, tanto dentro de la estructura organizativa interna de la institución, como de los públicos externos, es decir, la población que habita dicho municipio.

El objeto de estudio fue la Alcaldía de Tepetitán, municipio perteneciente al departamento de San Vicente, en la zona paracentral de El Salvador. La alcaldía es administrada desde 2012 por el FMLN y su alcalde, Guillermo Mejía, ha ejecutado diversos proyectos de mejoramiento en infraestructura, y programas sociales, pero la falta de una Unidad de Comunicaciones que informe sobre los distintos proyectos ha afectado negativamente la imagen institucional de la alcaldía.

Por ello, se planteó una investigación exploratoria que determine las causas del problema y al mismo tiempo proponga soluciones concretas y viables, basándose en la percepción por parte de los públicos internos y externos, es decir, el personal de la alcaldía y la población del municipio respectivamente.

El proyecto se dividió en dos partes. En primer lugar se realizó un diagnóstico que permitió identificar los problemas de comunicación existentes dentro de la alcaldía y su incidencia en el deterioro de la imagen de la alcaldía para con la población de Tepetitán.

A continuación, y con el diagnóstico como punto de partida, se elaboró una propuesta que tiene por objetivo establecer una Oficina de Comunicaciones dentro de la alcaldía; esta oficina diseñará estrategias de comunicación, creará medios impresos o audiovisuales de comunicación, reforzará las estrategias existentes y coordinará las actividades administrativas de la alcaldía, para garantizar la eficiencia de la misma a nivel interno, e

informar oportunamente a la población sobre cada proyecto realizado por la administración municipal.

Para la ejecución de este proyecto de investigación se planteó la fenomenología como fundamento teórico, debido a que gran parte del trabajo realizado por el equipo investigador consistió en observar y entender la interacción social del personal de la alcaldía y cómo las relaciones interpersonales inciden en el desarrollo de las actividades administrativas y ejecutivas de la alcaldía.

A partir de la base fenomenológica se optó por combinar técnicas cualitativas -como la entrevista en profundidad, la observación directa, entre otras- con la encuesta, una de las técnicas cuantitativas más utilizadas en la investigación social. De esta manera se elaboró un diagnóstico más integral, que sirvió como insumo para generar propuestas más específicas, que resuelvan problemas de coordinación y que contribuyan a mantener una imagen favorable entre los y las habitantes de Tepetitán.

Con el diagnóstico se determinaron los componentes de la estrategia. Se analizaron patrones de consumo de medios entre la población y se identificaron problemas de coordinación dentro del personal de la alcaldía.

Al analizar la información obtenida en entrevistas al personal, la encuesta -que se diseñó para la población del municipio- y la observación, se planteó la necesidad de crear una Unidad de Comunicaciones, se establecieron perfiles del personal que la integrará y los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la unidad.

Además se diseñaron medios de comunicación dirigidos tanto a públicos internos como externos, y se planteó la necesidad de reforzar -de entre los canales existentes- aquellos que han tenido un relativo éxito en el fortalecimiento de la imagen institucional.

## CAPÍTULO I

### 1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

#### 1.1 Planteamiento del problema

Tepetitán es uno de los municipios más importantes del departamento de San Vicente; por lo tanto es menester que sus gobernantes y ciudadanos mantengan comunicación. Es decir, que los segundos se enteren de qué están haciendo los primeros y éstos saber si lo que hacen, es del agrado o no para los otros.

Tony Greener dice en su libro *Imagen y Relaciones Públicas*, que para comunicarse se debe contar con *sentido común*. Sin embargo tener esta cualidad no es suficiente pues hay muchas maneras para aplicar ese sentido común, así como un gran número de técnicas profesionales para expresar lo que se quiere decir. Por eso “las Relaciones Públicas son una eficaz combinación del mejor método y la mejor disciplina para alcanzar sus objetivos” (GREENER, 1995, pág. 22)

Sin embargo, esta dinámica comunicativa es difícil de llevarse a cabo debido a que la alcaldía municipal no cuenta con una Unidad de Comunicaciones que se encargue de las Relaciones Públicas de ésta. Además tampoco tiene un personal capacitado para que haga las veces de comunicadores institucionales.

Es así que se hizo apremiante la creación de un proyecto que recogiera los componentes para la construcción de una Unidad de Comunicaciones que trabaje en función de la imagen o identidad de la alcaldía. Como dice el doctor en Ciencias de la Comunicación Social, Heriberto Cardoso Milanés, en uno de sus muchos artículos “La identidad de la organización no es más que el conjunto de rasgos que la caracterizan o distinguen, y la diferencian de otras de similar o distinta categoría. Si ello es así, el problema comenzó por tratar de encontrar, estudiar, definir y hacer valer tales rasgos, y proyectar los modos y vías para comunicarlos (hacerlos percibir) de la manera más efectiva” (CARDOSO, 2010).

Al respecto, sobre Comunicación Institucional L. Muriel y M. Rota (1980) dicen que es el sistema coordinador entre una institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y a través de ello, contribuir al desarrollo nacional, lo que se logra por medio de técnicas periodísticas que sirven como canales de comunicación de enlace entre el público (RODRÍGUEZ, 2009)

El alcalde y su concejo municipal eran conscientes de esta falta y aceptaron que es una necesidad para la alcaldía y la población en general. Sin embargo, también creían que la comuna no contaba con los fondos para encargarle el diseño de la Unidad u Oficina de Comunicación a algún consultor especialista en el área de Comunicación Institucional. Por ello, la problemática no solo se quedó en la falta de una Unidad de Comunicaciones y de personal capacitado.

Es así que el mayor interés de este proyecto fue construir esa propuesta de unidad de comunicación, derivado de un diagnóstico, la cual va satisfacer las necesidades comunicativas de la alcaldía y sus públicos internos y externos.

Para lograr la concreción de tal trabajo, éste se hizo a la luz del paradigma interpretativo. Pero ¿por qué se usó este paradigma? El modelo interpretativo busca supuestos sobre las costumbres, políticas, desarrollo económico, religiosos etc. que se encuentran en una comunidad en general y a esto le denominan CULTURA (LÓPEZ, 2011).

Este paradigma comprende que la realidad es dinámica y diversa dirigida al significado de las acciones humanas, la práctica social, la comprensión y significación. Por lo tanto, fue de gran utilidad teórica, ya que para la concreción del trabajo, tuvo que existir ese acercamiento humano y práctica social con los pobladores del municipio (públicos externos) conociendo sus necesidades para luego comprenderlos y crear esos significados necesarios para el funcionamiento de una buena unidad de comunicaciones.

Los tepetitanecos aceptaron no conocer mucho sobre los proyectos que la comuna ejecutó y mucho menos saben de aquellos que están por realizarse.

Las mismas autoridades resentían la falta de medios, a través de los cuales se puede hacer llegar la información a todos los ciudadanos. Estos medios pueden ser: revistas mensuales,

semanarios, páginas web, cuentas en redes sociales e incluso un canal en YouTube, por mencionar algunos.

Estas eran solo algunas de las necesidades que se lograron identificar en la Alcaldía de Tepetitán. El trabajo no fue fácil, al no contar con un antecedente que hablara de anteriores diagnósticos sobre Comunicación Institucional dentro de la comuna y mucho menos de la propuesta de un plan de Comunicación Institucional. El trabajo se realizó desde cero, sin embargo, es necesario aclarar que si bien en Tepetitán no hay indicios de este tipo de trabajo, sí ha habido en años anteriores otras investigaciones que han abordado esta misma inquietud que tiene que ver con la Comunicación Institucional.

La investigación fue de carácter **cuali cuantitativa** pues hizo uso tanto de métodos cuantitativos, como cualitativos. La **investigación cuali-cualitativa**, considera el análisis cualitativo, pero auxiliándose de la cuantificación; es decir, los investigadores cuali-cualitativos hicieron registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas (FERNÁNDEZ, 2002), pero combinando la sugerencia de autores como Roger Wimmer y Joseph Dominick, quienes recomiendan el uso de técnicas como las encuestas estructuradas o no estructuradas para las investigaciones cualitativas; con una encuesta estructurada se estudió una muestra pequeña de la población residente en la ciudad de Tepetitán para medir tendencias de consumo de medios. (WIMMER y DOMINICK , 2001, págs. 160-190).

Es así, como se llevó a cabo esa construcción de propuesta de Unidad de Comunicación para la Alcaldía de Tepetitán, San Vicente.

## **1.2 Delimitación espacio-temporal**

### **Espacio:**

El trabajo se desarrolló en la Alcaldía del municipio de Tepetitán, departamento de San Vicente. Con una población aproximada de 5, 400 habitantes (MEJÍA, 2012).

### **Tiempo:**

Comprendió los meses que van de marzo a agosto del año 2013.

### **1.3 Tipo de investigación:**

#### **Por su finalidad es aplicada:**

Aplicada porque esta investigación buscó dar una solución práctica a un problema de carácter comunicativo con la propuesta de una Unidad de Comunicaciones que satisfaga la necesidad informativa por parte de los interesados.

Se determinó que la alcaldía de Tepetitán carecía de una Unidad de Comunicación a partir de varias visitas hechas a la comuna en las que se observó la falta de un mecanismo de Comunicación Institucional.

#### **Por su temporalidad sincrónica**

Sincrónica porque el tiempo en que se desarrolló la investigación, fue continuo. Es un reconocimiento del fenómeno en su naturalidad.

#### **Por su profundidad es exploratoria:**

Exploratoria porque en el contexto y lugar en que se desarrolló no se contó con ningún antecedente respecto al fenómeno en estudio; por lo tanto se hizo un diagnóstico que arrojó pistas de la situación, referido a materia de Comunicación, en que se encuentra el objeto de estudio y dio luces para desarrollar las etapas siguientes.

#### **Por su alcance es microsocioal:**

Porque se abordó el fenómeno de la Comunicación Institucional dentro de la alcaldía Municipal de Tepetitán, que no representa la realidad total.

#### **1.4 Pregunta guía**

¿Qué necesidades comunicativas tuvo la Alcaldía de la ciudad de Tepetitán y cuál fue la propuesta de Unidad de Comunicación para solventar sus necesidades?

## **2. JUSTIFICACIÓN**

La Comunicación es un elemento fundamental para garantizar el buen funcionamiento de cualquier institución, sea de carácter público o privado, debido a que a través de ésta, se logrará el consenso necesario para alcanzar y desarrollar la misión y visión de la organización.

Por ello se buscó crear una propuesta de Unidad de Comunicaciones para la alcaldía de la ciudad de Tepetitán. Este objetivo sale de la importancia que tiene la Comunicación y el fomento de las relaciones institución-ciudadano. Esa era la meta que se pretendía alcanzar con este proyecto, porque las relaciones deben ser cultivadas y perfeccionadas en beneficio de una institución y de la comunidad para la que ésta trabaja (ELLIS Y BOWMAN, 1964, pág. 74)

### **2.1 Relevancia**

La importancia de este proyecto y su posterior ejecución radicó en mejorar coordinación entre las distintas funciones que se realizan dentro de la Alcaldía de Tepetitán, y aquellas que involucran directamente a la comunidad, para ello, era necesario establecer un vínculo dentro de la institución –y a la vez- que la institución mantenga una relación armónica con la población del municipio vicentino.

Este proyecto dio a conocer la situación actual de la comunicación interna entre las distintas áreas dentro de la alcaldía, y la proyección del trabajo de la misma desde la perspectiva de los habitantes de Tepetitán.

La Unidad de Comunicaciones tendrá como meta garantizar el mantenimiento de una excelente imagen institucional de la comuna durante la administración actual y las posteriores, así como también facilitar el acceso a la información que la misma comunidad demande.

La imagen e información de las actividades que se realicen por iniciativa de la alcaldía y su relación con los públicos externos, así como para con el personal administrativo y ejecutivo sirvieron como materia prima para el trabajo de la unidad de comunicaciones.

La labor de la Unidad de Comunicaciones no puede pasar desapercibida, debido a la importancia de la Comunicación per se, además en el hecho de que aún no existe una unidad de Comunicación en la alcaldía. Este trabajo marcaría un punto de inflexión no solo en el área de la Comunicación, sino también en el desempeño de las funciones de la organización en general.

La ejecución del proyecto -una vez elaborada la propuesta- quedó a discreción de la alcaldía municipal de Tepetitán. Los investigadores realizaron un diagnóstico y crearon propuestas viables, de acuerdo a las necesidades encontradas y los recursos con los que se cuenta. Al final, será la administración municipal quien determine la realización de la propuesta.

## **2.2 Valor teórico**

Los resultados de esta investigación serán de mucha utilidad para la creación de gabinetes de Comunicación dentro de organizaciones similares, para futuras investigaciones y servirá como un punto de referencia, como fundamento de análisis en proyectos de la misma naturaleza.

Este proyecto puede tener utilidad al convertirse en una referencia para estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador que cursen asignaturas como Relaciones Públicas, Políticas Culturales e Informativas e Información y Sociedad Actual, o aquellos que elaboren un proyecto de servicio social.

Además, permitió a la institución conocer la importancia de los gabinetes de comunicación organizacional, en el desarrollo de las distintas actividades que la entidad realice.

## **2.3 Factibilidad**

El desarrollo del proyecto fue posible en la medida que la alcaldía comprendió la importancia de un gabinete de Comunicación Organizacional, y su desempeño como entidad encargada de mantener una imagen favorable ante el personal que labora en la alcaldía, así como ante los y las ciudadanas del municipio de Tepetitán.

Una vez que las autoridades municipales comprendieron la labor del gabinete de Comunicación, se propuso una estrategia que implique el mayor beneficio al menor costo posible, considerando los recursos de los que la institución dispone.

#### **2.4 Implicaciones prácticas**

El equipo de investigación inició con un diagnóstico de la situación comunicacional actual en la alcaldía, partiendo de las autoridades implicadas directamente: el alcalde Guillermo Mejía y su consejo municipal. Se determinó que son los implicados directos, debido a que desempeñan un rol ejecutivo en la determinación y ejecución de las políticas públicas en el municipio. Además, la población residente en el municipio, quienes obviamente, están implicados en el ejercicio del poder.

A partir de los resultados de dicho diagnóstico, se determinaron las respectivas estrategias de Comunicación interna y externa, en función de la viabilidad práctica, recursos disponibles, y con el fin de solventar las deficiencias señaladas por los diagnósticos previos y además, destacar los logros de la comuna durante la administración actual y las posteriores.

### **3. OBJETIVOS**

#### **General:**

- Elaborar la propuesta de Unidad de Comunicaciones de la Alcaldía Municipal de Tepetitán, departamento de San Vicente.

#### **Específicos:**

- Elaborar un diagnóstico que determine las potencialidades y las necesidades comunicativas con las que cuenta la Alcaldía Municipal de Tepetitán, departamento de San Vicente.
- Proponer un plan de comunicación institucional que esté orientado a mejorar la relación de la institución con sus públicos internos y externos y lograr con ello mantener una imagen institucional favorable.

## CAPÍTULO II

### 2. CONSIDERACIONES TEORICO-CONCEPTUALES

#### 2.1 Antecedentes del Objeto de Estudio

Tepetitán fue fundada por indios yaquis o pipiles en la época precolombina. En idioma náhuat, Tepetitán significa "lugar entre cerros", pues proviene de tepet, cerro; ti, entre, y tan, sufijo locativo; y en efecto la primitiva población se hallaba situada entre el Chichontepec o volcán de San Vicente y el Cerro Grande o Hueytepec. Ese antiguo asentamiento fue destruido por los fenómenos naturales. Después de extinguido ese pueblo, en su lugar existió la hacienda denominada San Lucas Tepetitán, compuesta por 8 caballerías.

Tepetitán fue declarada ciudad por acuerdo de la Asamblea Legislativa a través del decreto 609, y gracias al notable progreso que la comunidad ha experimentado, el 6 de julio de 2008. En la actualidad cuenta con un poco más de 5, 400 habitantes repartidos entre el casco urbano y sus tres cantones: La Virgen, Loma Alta y Cañas.

Posee una extensión territorial de 15.39 km<sup>2</sup> aproximadamente, de los cuales 1.97 km<sup>2</sup> corresponden al área urbana y 13.42 km<sup>2</sup> al área rural. El municipio se divide en los barrios El Centro, San Agustín y San José (Antiguo Tepetitán) y en la zona rural en los cantones Loma Alta, Concepción Cañas y La Virgen.

Dentro de sus actividades predominantes en la actualidad se encuentran los cultivos de caña de azúcar, granos básicos, café, pastos, cereales, frutas y hortalizas; así mismo, la crianza de ganado vacuno, aves de corral, entre otros. La comercialización de estos productos la realizan con el municipio de San Vicente, principalmente, aunque actualmente debido al buen estado de las carreteras, se realiza comercio con todos los municipios vecinos (GENTE, 2012)

En la actualidad, el municipio está siendo gobernado por un concejo municipal de izquierda luego de haber tenido la administración una alcaldesa arenera, quien ocupó el cargo por seis años.

Sobre la Alcaldía municipal de Tepetitán no se encuentran muchos datos de su historia, pues en 1980, ésta fue saqueada y quemada por miembros de la guerrilla salvadoreña. En dicho evento se perdió valiosa información como los libros de registro civil, tanto así que después se tuvo que rescribir el libro en que se encontraban las partidas de nacimiento de los tepetitaneos.

Anterior a esa fecha, la fachada de la comuna estaba construida con portales que daban al parque central del pueblo. También se dice que ésta poseía bartolinas para los detenidos. Posteriormente, en 1999, la alcaldía fue remodelada bajo la administración del entonces alcalde, el señor Manuel Mejía, tío del actual jefe municipal, Guillermo Mejía, bajo los colores del FMLN (MEJÍA, 2012).

Sobre proyectos de Comunicación o algún intento de trabajar con Comunicación Institucional no hay algún tipo de referencia. Sin embargo, el partido FMLN, en los últimos meses ha incentivado a todos sus alcaldes, incluyendo al de Tepetitán, a que hagan una recopilación de las actividades que ellos generan dentro de sus comunas y que redacten notas periodísticas, éstas serán luego publicadas en el semanario que el partido tiene. Esto, quiérase o no, ya es un indicio de comunicación institucional (MEJÍA, 2012)

La persona que fue nombrada para esta actividad por parte de la alcaldía tepetitaneca, no conoce mucho sobre el papel del comunicador institucional o sobre la labor periodística, lo que no quiere decir que no pueda realizar un buen trabajo; muy al contrario, la persona encargada, ha estado jugando las veces del comunicador institucional de la institución (GENTE, 2012).

## **2. 2 Paradigma Teórico**

### **MÉTODO CUALI-CUALITATIVO:**

La investigación social no debe reducirse a cifras, debido a la complejidad de las relaciones humanas, aunque las técnicas propias del método cuantitativo pueden resultar útiles para establecer tendencias, tal y como se realizó en el desarrollo de esta investigación. Por eso, se consideró como punto de partida básico la elección del método cualitativo, el cual abordó al objeto de estudio –en concreto, una alcaldía municipal y su personal administrativo y ejecutivo- de una manera más integral y orgánica; sin embargo, se combinó el método cualitativo con una técnica propia de la investigación cuantitativa: la encuesta.

J.S. Taylor y R. Bogdan, (BOGDAN y TAYLOR, 1986, págs. 19-20) sostienen sobre el método cualitativo, que “se trata de una investigación que produce datos descriptivos, utiliza las propias palabras habladas o escritas de las personas (su propia interpretación), se realiza en escenarios naturales y vistos desde una perspectiva holística. Los sujetos investigados no son meras variables, sino que constituyen un todo: el investigador cualitativo estudia el contexto ecológico en el que evolucionan los sujetos así como su pasado”.

Por otra parte, Mariana Ravenet plantea que “A raíz de dos movimientos intelectuales desarrollados entre 1970 y 1980: las Ciencias de la Complejidad, y los Estudios Culturales, se interioriza en el ámbito científico, la necesidad de una mayor interconexión entre las ciencias para desarrollar su creatividad.” (RAVENET, 2003, págs. 3-4) Esta necesidad da origen a la combinación de métodos que se complementen entre sí, dando lugar a lo que Ramirez plantea como “la triangulación metodológica que interconecta métodos cualitativos con cuantitativos”.

### **FENOMENOLOGÍA:**

Para el desarrollo de esta investigación, el objeto de estudio se analizó desde la perspectiva del paradigma interpretativo, en concreto, de la fenomenología, la cual se basa –como su

nombre lo indica- en la interpretación de los fenómenos que se desarrollan dentro del objeto de estudio.

La Fenomenología, planteamiento creado por el filósofo alemán Edmund Husserl, sugiere que el mundo es algo no acabado, está en constante construcción en la medida que los sujetos que en él viven son capaces de cambiarlo. Para ello, definiremos el mundo como “el conjunto total de los objetos de la experiencia y del conocimiento empírico posible, de los objetos que sobre la base de las experiencias actuales son conocibles” (HUSSERL, 1949, pág. 18) . Desde esta perspectiva, el investigador se reconoce a sí mismo como intérprete de las realidades construidas por los sujetos que constituyen el objeto de estudio.

En palabras más simples, la investigación fenomenológica es el estudio de la experiencia vital, del mundo de la vida, de la cotidianidad. Lo cotidiano en sentido fenomenológico es la experiencia no conceptualizada o categorizada. En esencia la fenomenología es la exploración del significado del ser humano.

Para la Fenomenología “...es un error tomar la postura del observador externo” (MENESES, 2006, pág. 38), por lo que en el desarrollo de la investigación se analizaron los significados construidos por observadores internos, personas que conviven en la organización e incluso juegan un rol importante en la misma. Se actúa de esta forma, a partir del hecho ineludible de que las investigaciones sociales deben ser realizadas por sujetos internos.

Esta corriente filosófica abre un camino para la comprensión y análisis del conocimiento del mundo que tienen los sujetos, y su punto de partida es que no se pueden comprender al hombre y al mundo si no es a partir de la facticidad; es decir, de los hechos.

Su interés por hacer una descripción directa de la experiencia de los sujetos en el mundo tal y como es, la convierte en una propuesta que puede aportar mucho a la comprensión de la interacción y, por ende, de la comunicación, en el ámbito de la vida cotidiana.

Debido a que se trató de investigación social, el objeto de estudio —el ser humano en este caso- está en constante cambio. La existencia humana no es estática, así como tampoco lo son la organización y la comunicación, el proceso social por excelencia.

Muchos de los cambios que se dan en la experiencia vital de las personas dependen, en gran medida, del ejercicio del poder político y la organización. En este caso, la administración municipal también determina en gran medida, el rumbo de los y las habitantes del municipio de Tepetitán al dictar políticas que inciden en la vida de quienes coexisten en el municipio vicentino.

El método fenomenológico permitió en este caso, adentrarse al entorno de una administración municipal, su dinámica de trabajo y en los mismos empleados, para identificar cómo viven los cambios y bajo qué condiciones trabajan o viven.

Por su carácter exploratorio, esta investigación estuvo cimentada fundamentalmente en la cooperación y la participación activa del personal que labora en la alcaldía de Tepetitán. Los investigadores debían para ello, establecer estrategias para ganar la confianza de quienes trabajan en la institución, labor que requiere tiempo y paciencia, dada la naturaleza y complejidad del objeto de estudio.

Fue fundamental entender el entorno de interacción social dentro del objeto de estudio, para elaborar un diagnóstico de las necesidades a superar a través de la creación de una Unidad de Comunicaciones, además de la interacción de la institución para con las personas que gobierna. Así como cimentar la importancia y el valor de la Comunicación en el desarrollo de las actividades de la organización, para garantizar el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la misma.

### 2.3 Sistema de conceptos

El trabajo de investigación que se desarrolló tuvo como finalidad crear una propuesta de una **Unidad de Comunicaciones**, que es el departamento o dependencia de una **institución** pública o empresa que se encarga de organizar, canalizar y difundir estrategias y acciones de comunicación, para la Alcaldía de Tepetitán, San Vicente. Por **alcaldía** entendemos aquellos órganos ejecutivos municipales que los hay en la mayor parte de países latinoamericanos (ORELLANA, 1994, pág. 90). La alcaldía es administrada por un **gobierno municipal**, compuesto por un alcalde y su consejo municipal, los cuales son electos mediante el voto popular cada tres años.

Los investigadores se ayudaron de modelos o **paradigmas**, los cuales suelen utilizarse en los ámbitos científicos, religiosos. Por paradigma puede entenderse el concepto de esquema formal de organización, y ser utilizado como sinónimo de marco teórico o conjunto de teorías. Es así que el grupo investigador tomó el **Paradigma Interpretativo** o también llamado **Paradigma Cualitativo**, entre otros nombres, éste se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social, es decir la **Fenomenología**, que no es más que un método de investigación.

Decir que el término **Cuanti Cualitativo** es una palabra compuesta por dos palabras: Cuanti y Quali. La primera, viene del latín “quantitas” y se refiere a cantidad; la segunda, tiene su origen en el latín “qualitativus” y se emplea para nombrar a aquello vinculado a la cualidad (el modo de ser o las propiedades de algo). En este caso particular, se usaron como **técnicas**, la observación, la encuesta y la entrevistas, dichas técnicas son un conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, tecnología, educación, arte o cualquier otra actividad.

El objetivo principal de este trabajo fue la elaboración de una propuesta de comunicación, con lo que se va a crear una oficina que maneje la **imagen institucional**, la que se entiende como una política de **Comunicación Institucional**, que identifica un empresa, organización o en este caso, una institución pública y que va enfocado a mantener y promover las buenas relaciones con los públicos (personas) internos o externos de estas instituciones; a esto se le conoce como el sistema coordinador entre una institución y su públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos

(GRANDE, 2003, pág. 54). Los **públicos** son el conjunto de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado. En el público coexisten varios estilos de recepción y comprensión formados en relaciones dispares y con un comportamiento variado. Estos públicos generan, a través del consumo de información que ofrecen los distintos **medios de comunicación**, una opinión o una postura determinada la cual se entendida como **opinión pública**.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Se entiende por metodología al estudio y evaluación de las relaciones entre cuerpo teórico, fenómenos estudiados y las actividades que involucran el método... (SCRIBANO, 2002, pág. 16)

Aclarar que este trabajo de investigación se desarrolló a través del método cuali cualitativo, característica que ya ha sido explicada en páginas anteriores; con esto se da a entender que se tiene claro el procedimiento de la investigación; es decir que se cuenta con un corpus definido y las técnicas a utilizar, las cuales se detallan en un apartado posterior.

Una vez definidas las técnicas, se procedió a la realización de un diagnóstico, partiendo de una encuesta que se aplicó al personal administrativo y al consejo municipal de la comuna, todo con el fin de determinar las necesidades existentes en materia de comunicación.

A partir de los resultados de la encuesta, se definió una parte de la muestra que pasó a la segunda etapa de análisis, la entrevista. Preliminarmente, se entrevistaría al alcalde, miembros del consejo municipal y parte del personal administrativo.

Una vez realizadas las entrevistas, se analizaron resultados, se definieron las necesidades y se elaboró una propuesta de oficina de Comunicaciones que resuelva las necesidades comunicativas existentes.

### **3.1 Definición de la muestra o corpus de análisis**

El corpus de análisis para este trabajo de investigación fue la Alcaldía de Tepetitán, con su personal administrativo y el concejo municipal. Además de las autoridades municipales se incluyó una muestra de cien habitantes, de una población de 5,400 (GENTE, MI PUEBLO Y SU GENTE, 2012).

La muestra (100 habitantes) se determinó a partir del carácter exploratorio de la investigación; se estableció una muestra del tipo no probabilística, basada en un número representativo y considerable de habitantes, pues se pretendía buscar tendencias y patrones de consumo de medios de comunicación. Cabe destacar el hecho de que la muestra estuvo dividida en dos partes: 50 habitantes de la zona urbana del municipio y 50 pertenecientes al área rural, repartidos entre los cantones Loma Alta, La Virgen y Cañas.

### 3.2 Técnicas utilizadas

#### **Observación.**

La observación es “El método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación” (FABBRI, 2012)

Desde este punto de vista de las técnicas de investigación social, la observación es un procedimiento de recolección de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes y a la gente donde desarrolla normalmente sus actividades.

La observación, como parte de todo un proceso de investigación, consiste en "ver" y "oír" los hechos y fenómenos que se pretende estudiar, y se utiliza fundamentalmente para conocer hechos, conductas y comportamientos colectivos.

#### *El rol de la observación dentro del proyecto de investigación.*

Dentro del proyecto de creación de la Unidad de Comunicaciones de la Alcaldía de Tepetitán, la observación fue una técnica que ayudó a recopilar información sobre la comunicación informal en los distintos entornos en que interviene el personal administrativo de la comuna, como oficinas, comedores, lugares de recreación, entre otros (ver anexo 01).

Su finalidad dentro del proyecto de investigación, fue explorar, describir, comprender, identificar y generar hipótesis sobre el entorno en el que se desarrolla el objeto de estudio y sus distintas variables.

La observación se dió en dos modalidades: Directa e Indirecta.

**Directa:** cuando los miembros del equipo investigador se involucraron en los colectivos para indagar sobre las opiniones respecto al tema planteado y la necesidad de mejorar las estrategias comunicacionales en el interior de la alcaldía.

**Indirecta:** cuando los miembros del equipo investigaron y obtuvieron información relevante sin participar activamente en la dinámica comunicacional del objeto de estudio.

La observación aportó un panorama general sobre la situación del problema en el entorno del objeto de estudio. Esta técnica contribuyó a enriquecer el diagnóstico y aportó elementos que derivaron en una propuesta más completa.

#### **Encuesta estructurada:**

La encuesta estructurada es “la forma más comúnmente usada para realizar sondeos de opinión pública” (SCRIBANO, 2002, pág. 109). Se caracteriza por el uso de preguntas cerradas, que permiten una realización rápida que, a su vez, facilita al investigador la lectura de los datos (ver anexo 02)

La encuesta estructurada, se aplicó –para efectos de esta investigación- en la obtención de datos que permitieron reflejar la percepción de los habitantes de Tepetitán sobre la labor que desarrolla la administración municipal, así como para determinar los medios de difusión idóneos para diseñar la propuesta comunicacional.

#### **Entrevista semi-dirigida.**

La entrevista cualitativa “permite la recopilación de información detallada en vista de que la persona que informa comparte oralmente con el investigador aquello concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida” (FONTANA Y FREY , 2005, pág. 695)

En este caso, se aplicó la entrevista semi-dirigida (ver anexo 03) Esta entrevista requiere la habilidad de un investigador que genere confianza en el entrevistado, pero que al mismo tiempo, ponga en evidencia la respuesta del individuo a ciertos estímulos, con el propósito de descubrir la aptitud del entrevistado y su capacidad de respuesta en función de su conocimiento. Dentro de una entrevista semi-dirigida es posible combinar técnicas proyectivas a fin de profundizar en algún tema o de obtener respuestas que muchas veces el entrevistado no está dispuesto en forma racional y espontánea a proporcionar.

La entrevista semi-dirigida es una de las técnicas más utilizada para obtener información o saber qué opina la gente; ha sido utilizada principalmente en procesos de selección de personal en empresas u organizaciones diversas.

Generalmente, las preguntas cerradas, se emplean para sondear información muy objetiva. Las abiertas, sin embargo, se utilizan para conocer aspectos de la personalidad, impresiones, opiniones, etc. del entrevistado.

El entrevistador sigue un esquema o guión, que le permite ir conociendo distintas facetas de quien es entrevistado: experiencia laboral, formación, preferencias, competencias... Pero a la vez hace preguntas abiertas para que el candidato/a se exprese con libertad y organice la información que quiere proporcionar.

Es muy posible que en esta modalidad de entrevista genere comodidad en la fuente, ya que permite al entrevistado expresarse con naturalidad, pero a la vez el entrevistador va dando a conocer las áreas que le interesan.

### **La entrevista y su rol dentro del proyecto de investigación.**

Esta técnica fue de gran ayuda a la hora de recopilar datos más específicos y esenciales sobre el problema comunicacional dentro de la institución, tanto de autoridades, como de personal administrativo y la población que realiza trámites dentro de la comuna.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se aplicó específicamente la *entrevista semi-dirigida*, a través de la cual, se obtuvo información valiosa y poco accesible por otros medios.

### **3.3 Procedimiento del trabajo de investigación**

#### **Fase I: Fundamentación teórica:**

En este momento o etapa se sometió el anteproyecto a la evaluación de una asesora, quien, con ayuda del equipo de investigación determinó si éste necesitaba mejoras. Además se definieron lineamientos generales para la ejecución del trabajo.

#### **Fase II: Trabajo de campo:**

Es en esta etapa se hizo la recolección de datos, dicho trabajo se hizo con la ayuda de la técnica de **observación directa e indirecta**; así mismo se usó la **entrevista semi-dirigida**. Para la etapa del diagnóstico se recurrió a la utilización de la **encuesta semi-estructurada**. Con esto se identificó cuáles son las necesidades de la institución y a partir de ellas se elaboró la propuesta.

#### **Fase III: Análisis e interpretación:**

Una vez se recopiló toda la información, el equipo procedió al análisis e interpretación de los resultados y se hizo la propuesta.

#### **Fase IV: Conclusiones y recomendaciones:**

Una vez hecha la propuesta, el equipo investigador hizo una evaluación de cómo ha sido el proceso, y realizó sugerencias de acuerdo a las dificultades que se hayan presentado durante la investigación.

#### **Fase V: Presentación del informe final:**

Esta es la fase final, cuando se hizo la presentación del documento que contenía la propuesta comunicativa; dicho informe se hizo bajo los parámetros o normativas que las autoridades académicas han determinado.

## CAPÍTULO IV

### 4. EXPOSICION DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de datos obtenidos a partir del método cuantitativo

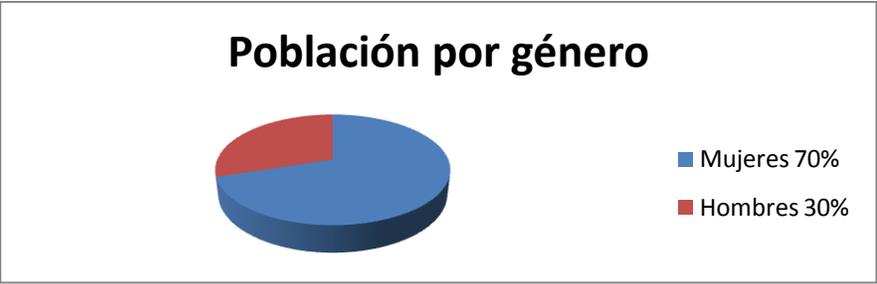
Desde un principio se ha hablado que esta es una investigación cuanti-cualitativa, la cual no solo pretende describir las cualidades de un fenómeno en estudio (investigación cualitativa) (RIVERA, 2013) sino que también lleva como objeto el encontrar datos estadísticos para conocer los patrones de conducta de una población. (VILLAMONTE, 2012)

La prueba se aplicó a una muestra de cien habitantes del municipio de Tepetitán. Se estableció previamente que la encuesta incluiría a cincuenta habitantes del área urbana y los cincuenta restantes, pertenecerían a la zona rural del municipio.

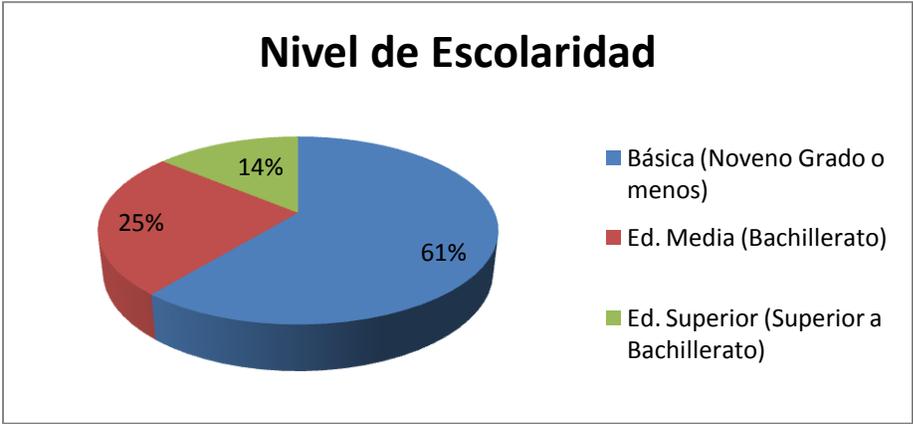
El objetivo de la encuesta es determinar hábitos de consumo de medios de comunicación, y el nivel de conocimiento que la población tiene sobre los proyectos y actividades desarrolladas por la actual administración municipal, estos datos servirán como insumos que permitirán diseñar un plan de comunicación que satisfaga la demanda de información por parte de los y las habitantes de Tepetitán, y que –para mayor efectividad- se utilice los medios de difusión idóneos.

Una lectura preliminar de los resultados arroja datos de gran utilidad.

- Tepetitán, según la muestra establecida para ensayar la encuesta, es una población compuesta principalmente por adultos; y según ésta 75 de cada 100 habitantes son hombres y mujeres entre los 26 y los 65 años, sin embargo hay que mencionar que las horas en las cuales se realizó la encuesta los hombres del municipio se encontraban laborando ya sea en el campo, la industria u otros, por lo tanto era más probable encontrar a las amas de casa en sus hogares ocupándose de los oficios domésticos. De ahí se desprende el resuelta que abajo se muestra.

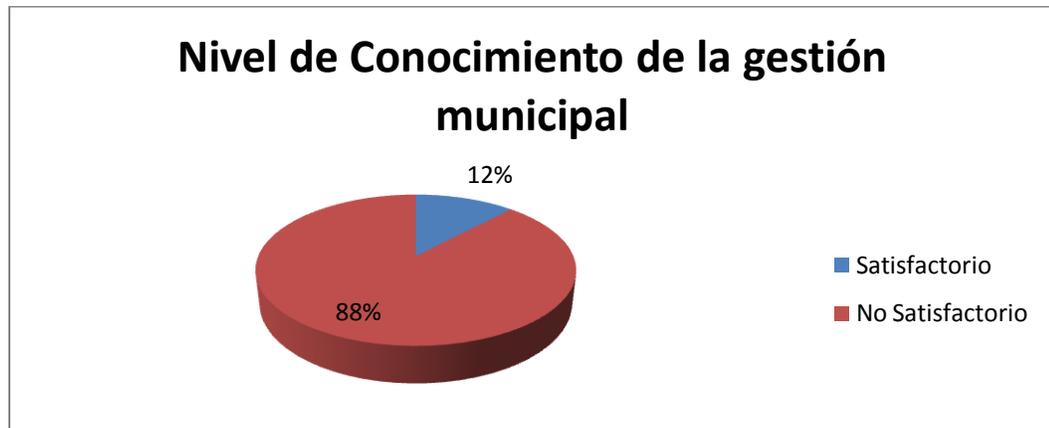


- Según la encuesta, los y las habitantes de Tepetitán tienen mayoritariamente un nivel *básico* de escolaridad; 61 de cada 100 personas han realizado estudios hasta noveno grado o menos. El 25% alcanzó a estudiar bachillerato y apenas 14 de cada 100 habitantes tienen estudios superiores. Esto nos indica que en su mayoría los habitantes del municipio pueden leer, lo que nos dice que una estrategia que incluya material escrito sería bien aprovechada.



- *Un 84% de los y las habitantes del Tepetitán conoce el trabajo realizado por la actual administración municipal. Por otra parte, 88 de cada 100 encuestados no están satisfechos con lo que conocen sobre el desarrollo de actual gestión municipal. Este resultado indica que hay desinformación en cuanto a los proyectos que la alcaldía realiza porque un 84 % dice que sí conoce el trabajo, pero luego se tiene un 88% que no está conforme, es decir que hay cuatro persona, de la muestra*

de 100, que no conoce el trabajo de la alcaldía, pero que de igual forma está inconforme con ésta.



- Según la encuesta, el *Cabildo Abierto* es la principal fuente de información de la alcaldía hacia la población de Tepetitán, *pues 67 de cada 100 encuestados* manifestaron conocer sobre los proyectos de la comuna gracias a cabildos o reuniones informativas impulsadas por la alcaldía en eventos como fiestas patronales, torneos de fútbol, entre otros. Se denota que el medio de información directo para los habitantes de Tepetitán son los cabildos a abiertos o los espacios que se abren en las diferentes actividades ya mencionadas, pero no hay un flujo constante de información, muy a pesar de todo el trabajo que genera la comuna.
- El *uso de equipo de perifoneo* es la segunda estrategia de comunicación más utilizada por las autoridades municipales. Según la encuesta, *30 de cada 100 personas* se han informado a través de las unidades de perifoneo. *Internet* ocupa el tercer lugar, con una efectividad del *15%*, es decir, 15 de cada 100 habitantes de Tepetitán conocen de los proyectos municipales gracias a la Web, específicamente, la red social Facebook. La demanda del uso de internet y específicamente de las redes sociales es cada día mayor, y aunque la encuesta diga que solo 15 % de la muestra se ha informado a través de internet no quiere decir que este número no vaya en aumento, por lo tanto la estrategia comunicativa incluirá estos medios.



- La *prensa escrita no ha sido el principal medio* para difundir información relacionada a la alcaldía municipal. A pesar de que un 57% de la población de Tepetitán consume periódicos con cierta regularidad, *nadie* manifestó haber conocido información relacionada a su municipio en los principales medios impresos. No cabe duda una estrategia que incluya material escrito es una estrategia funcional para el caso de Tepetitán pues sus pobladores, en alguna medida, consumen material escrito.
- Los periódicos más consumidos en Tepetitán son La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, con un 37 y 24% respectivamente. La estrategia de comunicación debe incluir estos medios, pues son ellos los más populares entre los habitantes del lugar.
- 76 de cada 100 habitantes de Tepetitán escuchan radio. De estos, 28 escuchan radio durante la franja *vespertina*; por lo tanto, una eventual estrategia de comunicación dirigida a la población, debe considerar la radio como uno de los principales medios para dar a conocer información; de preferencia, en las tardes, específicamente a las tres o cuatro de la tarde, que son las horas en las que más personas escuchan radio, según la encuesta. Aquí se definen los horarios idóneos para la estrategia que incluirá cuñas radiales y el mini programa, los cuales no pueden ser transmitidos en otros horarios pues no llegaría al público meta ya definido
- La radio más sintonizada por los habitantes de Tepetitán es *Radio Sol fm*; dicha emisora es escuchada por *40 de cada 76 habitantes*. Destacan además radio *La*

*Chévere*, radio *Ranchera*, radio *Qué Buena*, entre otras. Una estrategia de medios por parte de la Alcaldía municipal de Tepetitán debe incluir a Radio Sol fm.

- Según los resultados de la prueba, la televisión es el medio ideal para transmitir información en un eventual plan comunicacional dirigido a la población del municipio de Tepetitán. El 93% de la muestra afirma visualizar televisión y a su vez, *59 de cada cien habitantes consumen televisión durante la noche*. El 33% lo hace durante las tardes. La factibilidad que tiene la televisión es su gran número de consumidores, por lo tanto se debe buscar , en la medida de lo posible, estar frente a las cámaras de los medios de comunicación.
- Los canales más vistos son los pertenecientes a la Tele Corporación Salvadoreña (TCS). En primer lugar, aparece el Canal 4, con un 60% de audiencia; seguido del Canal 2, con un 48% y Canal 6, con un 37% de audiencia. No cabe duda que los canales de Telecorporación Salvadoreña serían los medios a convocar en el caso de una conferencia de prensa o los destinatarios por excelencia de los comunicados de prensa que la estrategia comunicacional contempla.
- Además de la prensa escrita, la *Internet* es quizá el medio de información menos accesible a los habitantes del municipio de Tepetitán. *De los 100 encuestados, 33 tienen acceso a la web*. De los 33 que cuentan con Internet, 28 tienen cuenta en Facebook. De un total de 33 personas que usan Internet con cierta regularidad, solo 19 lo usan a diario. No por ser un medio menos accesible dejar de ser contemplado en la estrategia comunicación. Los usuarios de internet crecen con el paso del tiempo.

## **4.2 Análisis de datos obtenidos a partir de los métodos cualitativos**

Para la elaboración de este diagnóstico se realizaron 20 entrevistas a igual número de personas (ver anexo 03). Las entrevistas arrojaron datos que nos permiten entender que la alcaldía carece de una Unidad de Comunicaciones, pero lo que es peor, desconoce la importancia que ésta tiene para el manejo de las Relaciones Públicas y lo que es lo mismo, el posicionamiento de una buena imagen pública.

Una técnica usada para este apartado fue la ENTREVISTA CUALITATIVA o en profundidad, pues ella permite la recolección de datos detallados a partir de un entrevistado que da información sobre un asunto o tema específico que es de importancia para el investigador. (VARGAS, 2012)

Así mismo, se hizo uso de otra técnica cualitativa, la OBSERVACIÓN, que es muy útil cuando se quiere hacer un acercamiento a la realidad que se está investigando; es un método de recogida de información. Esta técnica también permite describir situaciones y contrastar hipótesis. (PUEBLA, Sara. ALARCÓN, Belén. VALDÉS, María.GOMÉZ, Lucia., 2010)

A partir de ambos instrumentos de recogida de información, los investigadores han podido determinar aquellas áreas en las que el trabajo de la comuna marchar bien, medianamente bien o/y mal en cuanto a materia comunicativa, o lo que es lo mismo, en materia de Relaciones Públicas se refiere. A continuación se detallan los puntos.

### **Ambiente laborar**

Gracias al trabajo investigado se ha identificado que en la comuna, hay un buen ambiente laboral, lo que indica que al crearse una Unidad de Comunicaciones, los encargados de ésta van a tener el apoyo, moral y laboral, de sus colegas o compañeros de trabajo. Ellos (los entrevistados) concuerdan en el punto que es “muy importante” contar con una Unidad de Comunicaciones, aunque la naturaleza y el trabajo de una Unidad de Comunicaciones, como tal, sea desconocido por algunos.

Tanto los miembros del concejo como los empleados han dicho que entre ellos no existen fricciones que lleven a un pésimo desempeño de labores.

## **Flujo comunicativo**

La gran mayoría de los entrevistados maneja el concepto clásico de COMUNICACIÓN, es decir, aquel que se ha enseñado en la escuela: EMISOR-MENSAJE-CANAL-RECEPTOR. Por lo tanto se trabaja con una estructura comunicativa vertical que no permite respuesta, lo que sí se logra en el caso trabajando con una estructura horizontal donde el RECEPTOR deja de serlo para convertirse en EMISOR de un nuevo MENSAJE, que puede usar el mismo CANAL que se usó o uno nuevo.

La comunicación horizontal es aquella que tiene como objetivo la integración y coordinación del personal (CASTAÑO), pero también esta dinámica comunicativa va enfocada a los públicos externos, a quienes, según se ha extraído de las entrevistas, solo se les rinde informe de los proyectos de la alcaldía cuando se celebran cabildos abiertos, que dicho sea de paso solo se llevan a cabo dos veces al año, o bien cuando celebran actividades especiales como El Diez de Mayo.

Los públicos externos, que en este caso son los contribuyentes, tienen que dejar de ser entes pasivos que solo reciben mensajes y comenzar a producir ellos mismos información.

La administración cuenta con un perfil en la red social Facebook, sin embargo, este canal solo es utilizado como una ventana en donde se expone información, pero que ninguno de los contactos (que en este caso serían los contribuyentes) hace un buen uso del medio social pues no se ve que haya consultas directas, quejas o reclamos a la alcaldía. Para efectos de investigación, uno de los miembros del equipo de investigación envió una “solicitud de amistad” (tal y cual es la dinámica en esta red social) desde su cuenta personal de Facebook a la cuenta de la alcaldía; hasta este momento no ha habido confirmación por parte de la persona encargada de administrar la cuenta. El flujo comunicativo falla.

La Alcaldía de Tepetitán trabaja con diferentes proyectos: de infraestructura, como el arreglo de calles; sociales y educativos, como el programa de alba becas; económicos y de

saneamientos, entre otros. Es decir que día a día se genera mucho material informativo que debe ser expuesto, pero que no se hace.

### **Proyección Social vs Comunicación Institucional**

Se encontró que la institución tiene una Unidad llamada Proyección Social, la cual es administrada por una persona que posee estudios en Psicología.

Para continuar con el análisis hay, primero, que definir el concepto de Proyección Social y se tiene que proyección social forma parte de la responsabilidad social que tiene una institución educativa (escuela o universidad) con su entorno (Definición.de). Son aquellas actividades que realizan los estudiantes, como parte de un requisito estudiantil, que va enfocado en tener un impacto positivo en la sociedad. Un ejemplo claro de esto es el servicio social que debe hacer todo estudiante universitario o de educación media que esté a punto de finalizar su carrera.

El concepto de Comunicación Institucional se ha venido manejando a lo largo del trabajo, sin embargo no está demás decir que ésta es el proceso de gestión que se orienta a transformar a la organización en una institución para todos sus públicos, tanto internos como externos (PROGRAMAS EJECUTIVOS).

Ahora bien, partiendo de estos dos conceptos se puede decir que se ha mal entendido el concepto de proyección social. El trabajo que esta Unidad realiza está enfocado en crear eventos o actividades como el Día de la Madre u otras celebraciones. Ella se encarga, básicamente de darle publicidad a las actividades haciendo y enviando invitaciones, también se encargan de la logística el día de la actividad. Al mismo tiempo, la encargada de la Unidad maneja la cuenta de Facebook. Es decir que se hace un poco de trabajo de Comunicación Institucional bajo un nombre que casi nada tiene que ver con el concepto de ésta.

En este sentido, la potencial Unidad de Comunicaciones tendrá que mantener el trabajo que ya se tiene y mejorarlo incorporando técnicas y estrategias propias de la comunicación institucional.

### **Carencia de material informativo**

Proyección Social tampoco crea material informativo como, boletines, comunicados de prensa, reportajes audiovisuales, entre otros, por lo tanto la comuna carece de estos instrumentos de difusión periodística, tan necesarios para las Relaciones Publicas de cualquier institución pública o privada.

La alcaldía tampoco cuenta con el equipo necesario para la creación de material informativo; es decir que no hay computadoras con softwares dedicados a la producción de boletines impresos o creación de videos. De igual forma el recurso humano tampoco está capacitado en las ramas de edición ya sea de texto, imagen o audio, lo que agrava más la situación.

### **Imagen institucional**

Tepetitán tiene un poco más de 5 mil habitantes, por lo tanto los públicos internos y externos a la alcaldía son muy números y diversos, tanto así que mantener una imagen institucional “buena” necesitará de un trabajo duro por parte de los encargados de la Unidad de Comunicaciones.

Sobre la imagen institucional los miembros del concejo que fueron entrevistados, piensan, a priori, que las personas aceptan o aprueban la gestión que su gobierno está realizando. Es muy difícil medir la popularidad cuando no se tienen parámetros, instrumentos ni formación formal para hacerlo.

### **4.3 Propuesta comunicacional**

Debido a la demanda de información por parte de la población de Tepetitán, y después del diagnóstico antes presentado, se propone la creación de una Unidad de Comunicaciones que trabaje de manera coordinada con las personas responsables de la Unidad de Acceso a la Información y la Unidad de Proyección Social, en primera instancia, para difundir información de carácter público que generen las demás unidades de la alcaldía.

Esta oficina se encargará de diseñar estrategias de Comunicación, dirigidas a los públicos internos y externos, además de orientar a la población que demande información de las autoridades municipales.

La Unidad se encargará de diseñar campañas comunicacionales, producir material impreso y audiovisual, como boletines informativos, el microprograma de radio “Tepetitán Transparencia Municipal”, cuñas radiales para convocar a la población a las distintas actividades de la alcaldía y vídeos sobre proyectos importantes.

Uno de los datos arrojados por la encuesta administrada a la población dice que el 33% hace uso de Internet. Este es un porcentaje considerable, lo que hace tener a bien la administración de redes sociales de la alcaldía como Facebook, manteniendo actualizaciones periódicas de los contenidos informativos. Así mismo se abrirá un canal en Youtube para facilitar el acceso a videos producidos por la Unidad, con los cuales se tendrá la ventaja o facilidad de llegar a tepetitaneos que residan fuera del municipio y en el extranjero. En este sentido, lo que se pretende es aprovechar cada espacio posible para llegar a la población.

#### **4.3.1 Generalidades de la propuesta:**

##### **Importancia de la propuesta**

La Alcaldía Municipal de Tepetitán le sirve a más de 4000 habitantes, y siempre está trabajando en proyectos de infraestructura, como pavimentación de calles, remodelación de edificios públicos o proyectos de índole social como programas de becas y de alfabetización.

Esto indica, que si bien es cierto, la alcaldía carece de un equipo profesional y capacitado en las ramas de las Comunicaciones, no deja de generar información de interés público que debe difundirse.

Ya no basta con tener un Oficial de Información, que al final de cuentas es quien debe garantizar la transparencia del trabajo que la alcaldía realiza, sino que es necesario que exista un entidad que trabaje de la mano junto a todas las demás oficinas, en pro de mantener y promover una buena imagen institucional.

##### **.Objetivos de la propuesta**

- Promover la creación de una Unidad de Comunicaciones con el fin de trabajar en pro del mejoramiento y cuidado de la imagen institucional que posee la Alcaldía de Tepetitán.
- Promover y divulgar las actividades que son llevadas a cabo por la Alcaldía de Tepetitán.
- Hacer que los públicos internos y externos demanden cada vez mayor información proveniente de la alcaldía.
- Promover y fortalecer lazos entre la alcaldía y sus públicos.
- Crear material informativo sobre la alcaldía tales como: vídeo, reportajes, noticias, entre otros.

### **Ventajas de esta propuesta**

- Esta propuesta está pensada para ser trabajada únicamente con dos personas: en este sentido la alcaldía puede ahorrar el salario de todo un Gabinete de Comunicaciones, pues esta será una Unidad pequeña y las coberturas solo irán enfocadas en actividades que tengan que ver con la alcaldía solamente, por lo tanto dos personas pueden ser suficientes.
- Requiere de poco presupuesto: al contar con solo dos personas, el gasto en salarios es poco, a eso se le debe agregar que solo se haría la creación de un puesto más pues ya se tiene a una persona en la Unidad de Promoción Social, persona que puede ser capacitada para estar en la Unidad de Comunicaciones.
- La alcaldía es generadora de mucho material informativo: el personal de la unidad de comunicaciones estará siempre ocupado pues la alcaldía se encuentra trabajando en muchos proyectos, está involucrada en varias actividades y todo ello necesita ser divulgado.
- Se tiene definido el público meta: interno y externo: para el caso, la Unidad cuenta con dos tipos de público: interno y externo, ellos son los contribuyentes o personas externas a la alcaldía pero que tienen algún tipo de relación con ésta, así como todo el personal administrativo que labora en la alcaldía, con el objetivo de mantenerlos informados y que ambos manejen la misma información.

## **Análisis organizacional**

Un **organigrama** es una representación gráfica con elementos geométricos que representa la estructura orgánica de una empresa, en ella se visualizan las múltiples relaciones e interacciones que tienen los diferentes órganos que se presentan en la organización, esta herramienta administrativa tiene como fin mostrar las relaciones jerárquicas y competencias en una organización (Enriquez, 2012).

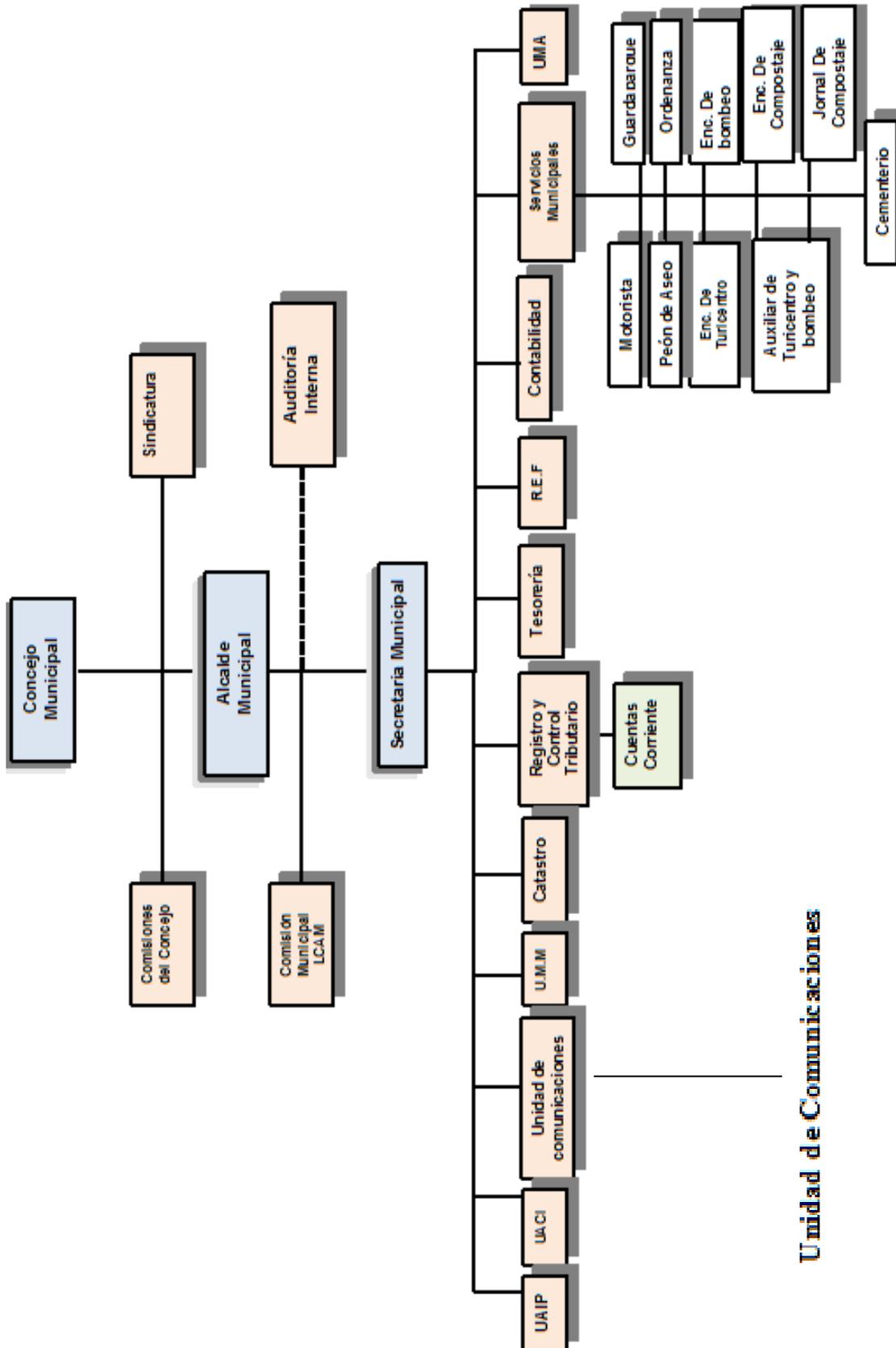
El organigrama que aquí se muestra (imagen 01) es el mismo que ya se tiene definido por la Alcaldía de Tepetitán y con el cual trabajan, sin embargo a éste se le ha hecho una pequeña modificación, pues se le ha incluido una Oficina de Comunicaciones (imagen 02).

La Unidad de Comunicaciones está ubicada junto a las distintas unidades que conforman la alcaldía, debido a que se encargará de difundir información de interés para los públicos internos y externos. En esta propuesta la Oficina de Comunicaciones ocupa el lugar del área de promoción social, trabajo que sería absorbido por Comunicaciones.

Su ubicación radica en el hecho de que las Comunicaciones son un eje fundamental para el buen desempeño de una institución pública, en este caso, la Alcaldía Municipal de Tepetitán. En ningún momento el trabajo que realice esta oficina es más (o menos) importante que el que desempeñan las demás unidades de la alcaldía. Cabe aclarar que esta oficina es el canal para difundir y promocionar las actividades que la alcaldía desarrolle.



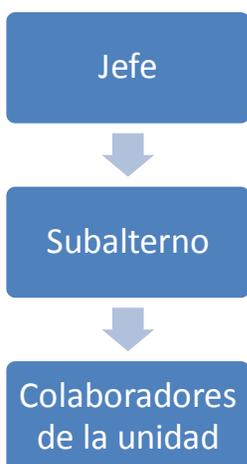
Imagen 02



**Unidad de Comunicaciones**

## **Organigrama de la unidad**

Esta Unidad estará integrada únicamente por dos personas: un jefe sobre quien recaerá toda la responsabilidad del buen funcionamiento de la Unidad, así como un colaborador subalterno quien seguirá órdenes del primero. Ambos, jefe y subalterno, estarán encargados de la recopilación de todo el material informativo que la alcaldía genere y de la distribución o difusión de éste en los diferentes canales o medios. Sin embargo, en vista de todo el que hacer comunicativo, se ha pensado que esta Unidad puede contar con colaboradores que bien pueden ser empleados de la alcaldía o personal del concejo municipal, quienes igualmente seguirán órdenes del jefe o del subalterno, dependiendo el momento y las necesidades. O se puede recurrir a tener colaboradores que vengan de instituciones educativas públicas que se encuentren realizando sus horas de servicio social.



## **Perfil para el personal de la Unidad de Comunicaciones.**

Debido a la demanda de información, es necesario que la Unidad de Comunicaciones cuente con al menos dos personas dedicadas a tiempo completo para dar cobertura a las actividades en las que se encuentre involucrada la alcaldía, además de producir materiales informativos. Las dos personas responsables de la Unidad de Comunicaciones deben cumplir con ciertos requisitos:

Para efectos de orden, la Unidad contara con un jefe encargado de todo el funcionamiento de la oficina; para llenar dicha vacante el postulante debe cumplir con el siguiente perfil.

- Licenciado/a en Periodismo, Marketing o Relaciones Públicas y Comunicaciones.
- Saber de logística y protocolo para la creación de eventos sociales.
- Mostrar aptitudes para el liderazgo y el buen trato hacia las personas.
- Buena presentación.
- Dominio del idioma inglés (de preferencia, aunque no indispensable)
- Edad 25 a 45 años.
- Tener conocimiento y experiencia comprobable en producción de audio, video, fotografía y prensa escrita y manejo de redes sociales.
- Licencia para conducir.

Para hacer más ágil y efectivo el desempeño de la Unidad, se sugiere la contratación de una segunda persona, la que estaría bajo las órdenes directas del jefe de la oficina de comunicaciones, dicho candidato deberá cumplir con el siguiente perfil:

- Técnico/a en Periodismo o Comunicaciones egresado/a o estudiante de tercer año de las Licenciaturas en Periodismo o Relaciones Publicas y Comunicaciones.
- Manejo de cámaras fotográficas y de vídeo.
- Buenas relaciones interpersonales.
- De 20 a 45 años.
- Conocimientos de software para edición tales como: Adobe Audition, Premiere, Photoshop, entre otros.
- Creativo y dinámico.
- Buena presentación.
- Licencia para conducir.

### **Objetivos de la unidad**

#### **Objetivo general:**

- Mantener informados a los públicos internos y externos de las actividades que desarrolla la alcaldía de Tepetitán, para mantener una buena imagen institucional de la misma.

#### **Objetivos específicos:**

- Recopilar el material informativo generado por la Alcaldía de Tepetitán para su posterior publicación.
- Dar cobertura a cuanto evento o actividad realice o en el que se vea involucrada la Alcaldía de Tepetitán.
- Crear material informativo tales como: boletines, cuñas, programas radiales enlatados, reportajes escritos o audiovisuales.
- Distribuir por los diferentes medios todo el material informativo que esta oficina cree.

#### **Misión y Visión de la Unidad de Comunicaciones**

##### Misión:

- Mantener una buena imagen institucional de la alcaldía de la ciudad de Tepetitán ante sus públicos internos y externos; así mismo mantener en buen estado las Relaciones Públicas de la alcaldía con sus contribuyentes.

##### Visión:

- Ser una herramienta útil para el buen desempeño de la alcaldía de la ciudad de Tepetitán a través de la creación y difusión de material comunicativo que mantenga informado a los y las tepetitaneos/as.

#### **4.3.2 Plan comunicacional.**

Para iniciar este apartado es necesario clarificar qué es un **Plan Comunicacional** o **Plan de Comunicación**.

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: el Plan de Comunicación (Hermosilla, 2005)

Tomando como base la definición anterior, se ha planeado formar un Plan de Comunicación que incluya la edición de un boletín informativo, la presentación de un periódico mural, así como usar las nuevas tecnologías en favor de mantener informados, tanto a públicos internos como externos, entendiéndose empleados y contribuyentes de la Alcaldía de Tepetitán.

Este plan, será ejecutado por un personal capacitado en el área de las Comunicaciones, específicamente en Periodismo, ya que son ellos quienes manejan los conocimientos teóricos y prácticos para que un plan comunicativo dé los frutos esperados.

El Plan Comunicacional está compuesto por los siguientes elementos:

### **EL BOLETÍN**

Tomando en cuenta los datos arrojados por la encuesta, en la que se logró identificar que un 57 por ciento de los encuestados aseguran leer periódicos, lo que indica que fomentan el hábito de la lectura, se propone, la creación de un boletín informativo.

Un **boletín informativo** es una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios, particularmente compañías, para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados.

A continuación se encuentran las generalidades de este:

**Nombre:**

“El Tepetitaneco Informativo”

**Slogan:**

“Alcaldía de Tepetitán, tu alcaldía trabajando para tu bienestar”

En el eslogan se identifica la parte institucional del boletín, lo que indica la entidad que lo emite y sobre quién recae la responsabilidad de los contenidos ahí publicados.

### **Objetivos:**

- Ser un medio de comunicación entre la alcaldía y sus empleados así como entre los ciudadanos de Tepetitán.
- Publicar, de manera periódica, los proyectos y actividades que la alcaldía realiza para que los contribuyentes (ciudadanos) conozcan el trabajo que la administración municipal hace con sus fondos.

### **Logotipo:**

El logotipo será el escudo que la municipalidad ya tiene establecido como emblema. Siendo este un escudo rodeado por un carrizo de caña de azúcar y una rama de café con frutos, al centro tiene, en un primer plano, al río Acahuapa, seguido por la fachada de la iglesia y al fondo el volcán Chinchontepec (imagen 03).

### **Imagen 03**



### **Estructura o diseño del boletín:**

- **Portada:** aquí se identificará el eslogan y el logotipo, siendo los mismos para cada publicación. No se moverán de sus lugares y ni tampoco se modificaran en ningún sentido.

La ubicación del eslogan se hará en la parte superior de la portada, justificado al centro con un cintillo.

Así mismo, el logotipo se ubicara en la esquina superior derecha (ver anexo 04)

**Secciones:** esta publicación contará con cuatro secciones.

1. Editorial: un espacio de opinión para el concejo municipal.
2. Noticias: es en esta parte en donde se hablará de todos los proyectos y actividades que la alcaldía haya o esté ejecutando, como por ejemplo, construcción de calles, edificios públicos o donativos; cualquier cosa que involucre directamente a la alcaldía y su personal.  
Las notas deberán ser acompañadas, siempre, por ilustraciones (fotografías). Se deberá identificar siempre a los responsables de la nota, es decir, periodista y fotógrafo.
3. Deportes: se sabe que la actual administración le está apostando a que los jóvenes de la ciudad se integren en actividades deportivas (Portillo, 2013)
4. Misceláneas.
5. Contraportada.

- **Tipografía:**

Tipo de letra arial para títulos, maderas, cintillo.

Tipo de letra times para columnas de texto y entradillas. Las entradillas irán en cursiva.

Tamaño de letra 10 para el texto en columnas, para títulos un tamaño de 16 puntos.

- Distribución del texto:  
El texto se distribuirá en tres columnas.
- Número de páginas: el número de páginas dependerá de la cantidad de información que la publicación contenga, tomando en cuenta que para su maquetación (diseño) e impresión, las paginas deben estar distribuidas en múltiplos de cuatro es decir que las ediciones pueden ser de 8, 12 o hasta 16 páginas.
- Tamaño del boletín: será carta, es decir 8 1/2" por 11" o 21.59cm por 27.94cm

**Tiraje:**

Gracias a los datos arrojados por la encuesta se pueden presupuestar un total de 400 ejemplares. Los cuales deben ser distribuidos entre los tres cantones y los tres barrios en que se divide la ciudad: barrio El Centro, barrio San José, barrio San Agustín y los cantones Loma alta, Cañas y La Virgen.

**Forma de distribución:**

En toda comunidad, urbana o rural, siempre hay pequeños establecimientos en donde se compra, por menos, cualquier producto de consumo humano, llamados tiendas (TheFreeDictionary); es de estos establecimientos de los cuales se puede tomar ventaja y usarlos como pequeños kioskos. La dinámica sería la siguiente:

El comprador va a la tienda, compra su producto y el o la encargada le ofrece el boletín, el o la compradora lo acepta y se regresa a su casa en donde tendrá tiempo para leerlo.

También la misma alcaldía será un medio para la distribución de estas publicaciones. Cada vez que llegue un contriuyente o cualquier persona que tenga una relación la institución se le entregará uno de estos boletines.

**Tipo de publicación:**

Esta publicación aparecerá una vez al mes.

**Presupuesto:**

En el mercado publicitario la impresión por un ejemplar de entre 8 y 12 página, cuesta \$2.00.

Se proyecta tener un tiraje mensual de 400 ejemplares lo que da un total de \$800 al mes de gastos para la publicación.

- **Equipo responsable:**

El equipo encargado del manejo de la Unidad de Comunicaciones.

## EL PERIÓDICO MURAL

Se propone, en aras de crear una Comunicación más dinámica la creación de un periódico mural, pero ¿qué es un periódico mural?

Es importante aclarar que algunos llaman al periódico mural “pizarra informativa” y este no es más que un medio de comunicación gráfico que informa, educa y entretiene. Para el caso de la Alcaldía de Tepetitán este periódico mural es importante en la estrategia comunicativa pues él servirá para informar a las personas que lleguen a la alcaldía así como para mantener informados a los empleados de la comuna.

En este periódico no solo habrá información de los proyectos de la alcaldía, sino que se incluirán temas como ciencia, salud, humor, el empleado del mes, cumpleaños o cumpleaños del mes y deporte. La idea es hacer que los empleados también se sientan parte de una familia.

A continuación se presentan las generalidades de éste.

### **Nombre:**

Info express.

### **Slogan:**

Será el mismo slogan que tiene el boletín informático: “Alcaldía de Tepetitán, tu alcaldía trabajando para tu bienestar”

### **Logotipo:**

Es el mismo que ya está en el boletín informativo: el escudo que la municipalidad ya tiene establecido como emblema. Siendo este un escudo rodeado por un carrizo de caña de azúcar y una rama de café con frutos, al centro tiene, en un primer plano al río Acahuapa, seguido por la fachada de la iglesia y al fondo el volcán Chinchontepec (imagen 04).

### **Imagen 04**



### **Ubicación del logotipo.**

El logotipo se ubicara siempre en la esquina superior izquierda de la pizarra.

### **Ubicación del periódico mural:**

El periódico mural se ubicará en un espacio donde pueda ser visto tanto por los empleados como por los contribuyentes.

### **Para la elaboración del periódico mural se deberá contar con:**

- Una pizarra de madera o metal con las siguientes medidas: 1.50 mt de largo por 1 mt de ancho.
- Se hará uso de papel blanco para las publicaciones y papel de color para hacer más vistoso el contenido.
- Fotografías: las personas encargadas de esta publicación deberán hacer uso de su creatividad y escoger las mejores fotografías, así como decidir la distribución de éstas.

Secciones que tendrá el periódico mural:

- Noticias.
- Humor.
- Salud
- Ciencia.
- Deportes.
- Social (empleado del mes, cumpleaños, entre otros).

Estas secciones pueden estar sujetas a cambio, el periódico mural no tiene que tener una forma rígida siempre y cuando se respete la sección de noticias porque son ellas las que le dan el carácter informativo a este medio de comunicación.

### **Periodicidad de la publicación:**

El periódico mural se publicará cada quince días, recogiendo los acontecimientos más importantes acaecidos durante ese período.

### **Encargados de la elaboración del periódico mural:**

El equipo encargado de la Unidad de Comunicaciones.

Hasta este momento se ha trabajado una estrategia comunicacional dirigida a los públicos internos y externos de la alcaldía, pues el boletín informativo y la pizarra informativa sirven para ambos sectores, para aquellos que están afuera y los que están adentro laborando; sin embargo, a partir de este momento se habla de una estrategia dirigida a aquellos a los que a lo mejor no se puede llegar ni con el boletín, ni con el periódico mural, pero que igual siguen siendo parte de ese público meta que le interesa a la Unidad de Comunicaciones tal es el caso de los medios de comunicación, un canal de transmisión importante para llegar a lugares fuera del municipio.

### **OTROS MEDIOS DE INFORMACIÓN A UTILIZAR: TELEVISIVOS, RADIOFÓNICOS E IMPRESOS**

La encuesta realizada por el equipo investigador demostró que la televisión y la radio son los medios de comunicación con mayor audiencia entre los habitantes de Tepetitán, se ha establecido que la alcaldía –a través de su Unidad de Comunicaciones- realizará convocatoria a las principales televisoras y radios de El Salvador cuando se organicen eventos especiales, como inauguración de obras públicas, cabildos, entre otros.

Los medios que se detallan a continuación serían los convocados para la cobertura de las actividades y proyectos realizados por la alcaldía municipal:

- LA PRENSA GRÁFICA.
- EL DIARIO DE HOY.
- TELECORPORACIÓN SALVADOREÑA.
- RADIO LA CHÉVERE.
- RADIO SOL FM.

## **EL COMUNICADO DE PRENSA**

Es importante mencionar que en muchas ocasiones los medios de comunicaciones no asisten a los eventos que han sido convocados, por lo tanto es necesario contar con un plan B para lograr que la actividad tenga realce, aun cuando los medios no hayan dado cobertura.

Por eso se tiene que contar con un comunicado de prensa; éste es un escrito que reúne la información fundamental sobre algún tema, persona y/o producto, que se envía a los medios de comunicación para que éstos se encarguen de difundirla entre la población (ROJAS, 2003). La idea es asegurar, en alguna medida, el posicionamiento mediático de la imagen institucional de la alcaldía.

### **MICROPROGRAMA RADIAL: “TEPETITÁN: TRANSPARENCIA MUNICIPAL”.**

El microprograma “Tepetitán: Transparencia Municipal” será una iniciativa de la alcaldía, que contendrá noticias en las que se darán a conocer los aspectos más importantes de los proyectos desarrollados por la Alcaldía de Tepetitán, como el costo económico de proyectos, financiamiento, población beneficiada, entre otros.

El programa se emitirá dos veces a la semana, durará entre cinco y siete minutos y estará compuesto por una sola sección de noticias, en la que se presentarán breves resúmenes informativos sobre las actividades más relevantes de la semana y además se dará apertura a la participación ciudadana, a través de espacios en los que los habitantes expongan las principales necesidades de sus comunidades y del municipio en general.

El programa será producido semanalmente por la Unidad de Comunicaciones de la Alcaldía de Tepetitán y será transmitido por Radio SOL FM, en la franja vespertina.

Se seleccionó Radio Sol, por razones como la proximidad geográfica, la accesibilidad y porque según la encuesta realizada previamente, Radio Sol es la emisora más escuchada por los habitantes de Tepetitán.

### **REFUERZO DE LOS CANALES EXITOSOS DE COMUNICACIÓN.**

La encuesta y las entrevistas señalan que los principales canales de comunicación hacia la población son el cabildo abierto y el perifoneo. En este sentido la Unidad de Comunicaciones se encargará de trabajar -junto al alcalde- en la planificación de los dos cabildos de información que por ley se deben ejecutar dos veces al año.

El Cabildo Abierto es una instancia de consulta popular y tradición histórica, que tiene como objetivo informar a la ciudadanía acerca del Plan de Desarrollo Municipal (MUNICIPIO). Los cabildos han sido por excelencia el mejor medio de informar e informarse, por lo tanto no se pretende modificar el trabajo de éstos, sin embargo, con la ayuda del personal de la Unidad de Comunicaciones se busca que los cabildos tengan una dinámica más llamativa para los contribuyentes.

Para ello se deben realizar reportajes o videos que refuercen la información que se da en estos eventos. Ya no es solo la rendición de cuentas de manera escrita u oral, debe usar material audiovisual. Esto le da otro toque a las aburridas sesiones de rendición de cuentas, que al final es la intención de los cabildos abiertos.

#### **4.3.3 Presupuesto para esta propuesta comunicativa: recursos humanos y materiales**

<b>Humanos</b>	<b>Proyección salarial mensual</b>
Jefe	\$450
Subalterno	\$350

<b>Equipo</b>	<b>Proyección de costo</b>
Cámara fotográfica	\$700
Cámara de video	\$700
Grabadora de audio	\$75
Computadora para escritorio	\$1200

## 5. CONCLUSIONS Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- La Alcaldía de Tepetitán mejorará considerablemente su imagen frente a los públicos externos, así como también la coordinación de las distintas actividades desarrolladas por los públicos internos, garantizando mayor eficiencia en el desarrollo de dichas actividades.
- El fortalecimiento de la comunicación entre la población de Tepetitán y las autoridades municipales contribuirá a garantizar la continuidad de los distintos proyectos desarrollados por el alcalde y su consejo municipal, y probablemente, la reelección del alcalde en las próximas elecciones municipales.
- La combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas permitió elaborar un diagnóstico más preciso e integral; esto a su vez, facilitó la creación de propuestas prácticas que contribuirán –una vez ejecutadas- a solucionar los distintos problemas comunicacionales existentes en la Alcaldía de Tepetitán.
- Se concluye que toda oficina pública debe, por rigor, contar con una Unidad de Comunicaciones ya que estas facilitan el trabajo institucional y sirven como lazos para unir a sus usuarios y empleados.
- El desarrollo de este proyecto de investigación complementó los conocimientos adquiridos durante la carrera, y solventó algunos vacíos o deficiencias del plan de estudios en lo referente a Comunicación Organizacional.
- Todo estudiante egresado debe orientar su trabajo de grado a la construcción de conocimiento práctico, es decir que debe trabajar en un proyecto que tenga un pacto real en la sociedad salvadoreña, tal es el caso de este trabajo con la construcción de la Unidad de Comunicaciones.
- El proceso de grado es un proceso por el cual debe pasar cada estudiante que esté próximo a graduarse, no importando el CUM de notas, ya que los estudiantes exonerados pierden la experiencia de generar herramientas útiles a la sociedad, como por ejemplo para una Unidad de Comunicaciones.

## Recomendaciones

- Se sugiere valorar el resultado de esta investigación para mejorar la imagen institucional de la alcaldía. Esto contribuirá a garantizar la continuidad de los proyectos que aún no se han desarrollado y que puedan ejecutarse en un segundo período.
- Es conveniente separar la labor del comunicador institucional con la del oficial de acceso a la información, debido a la naturaleza de ambos cargos. El primero se encargará de informar acerca de los acontecimientos más importantes de la alcaldía, mientras el segundo tiene la responsabilidad de dar a conocer sobre gastos públicos.
- Es necesario que los y las responsables de la Unidad de Comunicaciones informen de manera veraz sobre los principales proyectos desarrollados por la alcaldía, sin enfoques partidarios o propagandísticos.
- Se recomienda a las autoridades encargadas del proceso de grado que avalen o promuevan temas de investigación que tengan un impacto real en la sociedad salvadoreña. Aquellos que al finalizar todo el proceso investigativo dejen herramientas útiles.
- Evitar, en la medida de lo posible, aquellos temas trillados como “análisis comparativos”, “medición de aceptación o rechazo de los medios escritos”, “análisis de discurso”, “análisis semiótico de las imágenes que aparecen el día domingo en la sección de espectáculos del Diario de Hoy”, no porque no sean útiles, sino porque este tipo de temas (por mencionar algunos) son temas que bien pueden ser abordados en asignaturas tales como semiótica. El proceso de grado más que una obligación para graduarse debe verse como la oportunidad de seguir aprendiendo cosas nuevas y necesarias para la carrera periodística.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Libros**

- BOGDAN y TAYLOR. (1986). En *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados* (págs. 19-20). Barcelona: Editorial Paidós.
- ELLIS Y BOWMAN. (1964). *Manual de Relaciones Públicas*. Barcelona: Sagitario, S.A.
- FONTANA Y FREY . (2005). *La Entrevista, de la postura neutral a la participación política*. Londres, Reino Unido: SAGE.
- GRANDE, J. (2003). *Diccionario moderno de la cultura, comunicación e información*. San Salvador: Publicaciones AEP.
- GREENER, T. (1995). *Imagen y Relaciones Públicas*. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A.
- HUSSERL, E. (1949). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica* (Primera ed.). (J. Gaos, Trad.) México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- SCRIBANO, A. (2002). Unidad 1. En *Introducción al proceso de investigación en Ciencias Sociales* (pág. 16). Córdoba, Argentina: Copiar.
- WIMMER y DOMINICK . (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México: International Thompson Editores.

### **Revistas**

- RAVENET, M. (2003) *La investigación cuali cuantitativa espacial y territorial* (pág. 3-4). Revista cubana de la salud.

### **Tesis**

- MENESES, J. (2006). *La Hermenéutica y la Fenomenología: dos visiones en la construcción del conocimiento*. Tesis Doctoral, Tecana American University, Education, Caracas.
- ORELLANA y RODRÍGUEZ. (1994). *Propuesta comunicacional para la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador*. San Salvador.

### **En Línea**

- CARDOSO, H. (2010). *Portal de relaciones públicas*. Recuperado el 01 de febrero de 2013, de <http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninstitucional.htm>
- CASTAÑO, G. (s.f.). *Facultad de Administración, Universidad de Colombia*. Recuperado el 28 de 07 de 2014, de Facultad de Administración, Universidad de Colombia:  
[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.10/3102Tipos\\_comunicacion\\_organizational.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.10/3102Tipos_comunicacion_organizational.htm)
- *Comunicólogos*. (30 de 05 de 2014). Obtenido de <http://comunicologos.org/tecnicas.php?id=72>
- *Definición.de*. (s.f.). Recuperado el 28 de 07 de 2014, de Definición.de:  
<http://definicion.de/proyeccion-social/>
- FABBRI, M. S. (28 de Marzo de 2012). *Las Técnicas de Investigación: La Observación*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de Facultad Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional de Rosario:  
<http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabri1.htm>
- FERNÁNDEZ, P. (2002). *Paradigma Interpretativo*. Recuperado el 02 de febrero de 2013, de [http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp)
- GENTE, M. P. (2012). *MI PUEBLO Y SU GENTE*. Recuperado el 05 de octubre de 2012, de <http://www.mipuebloysugente.com/apps/blog/show/6017973-tepetit-un-lugar-entre-cerros-en-san-vicente>
- HERMISLLA, A. J. (noviembre de 2005). *APROXIMACIÓN A UN MARCO TEÓRICO*. Recuperado el 20 de junio de 2013, de [http://conocimiento.incae.edu/ES/no\\_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf](http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf)
- LÓPEZ, R. (2011). *Paradigma interpretativo*. Recuperado el 01 de febrero de 2013, de <http://paradigmainterpretativo.blogspot.com/>
- *MUNICIPIO*. (s.f.). Recuperado el 28 de 07 de 2014, de MUNICIPIO:  
<http://municipioch.montevideo.gub.uy/tu-gobierno/cabildo-abierto>
- PORTILLO, W. L. (5 de Junio de 2013). *Comunicacion institucional*. (C. Iraheta, Entrevistador)
- *PROGRAMAS EJECUTIVOS*. (s.f.). Recuperado el 28 de 07 de 2014, de PROGRAMAS EJECUTIVOS: <http://www.austral.edu.ar/posgrados-comunicacion/programas-ejecutivos/comunicacion-institucional/#.U9nc42N2OM0>

- PUEBLA, Sara. ALARCÓN, Belén. VALDÉS, María. GOMÉZ, Lucía. (14 de 12 de 2010). *OBSERVACIÓN*. Recuperado el 18 de 06 de 2014, de OBSERVACIÓN: [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/Observacion\\_trabajo.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Observacion_trabajo.pdf)
- RAFAEL CARREÑO, LIGIA SERPAS. (05 de 2003). *Biblioteca utec*. Recuperado el 11 de 06 de 2014, de Biblioteca utec.: <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%203.pdf>
- RIVERA, I. ( 03 de abril de 2013). *Sistemas de Información de Mercadotecnia*. Recuperado el 18 de 06 de 2014, de Sistemas de Información de Mercadotecnia: <http://ilcesim.blogspot.com/2013/04/unidad-3-investigacion-cuanti.html>
- RODRÍGUEZ, M. Z. (2009). *Monografias.com*. Recuperado el 01 de febrero de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos58/relaciones-publicas/relaciones-publicas.shtml>
- SONORA, I. T. (s.f.). *Paradigma de Investigación Cuantitativo*. Recuperado el 22 de abril de 2013, de [http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa3/paradigmas\\_investigacion\\_cuantitativa/p5.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa3/paradigmas_investigacion_cuantitativa/p5.htm)
- VARGAS, I. (2012). La entrevista, de la postura neutral de la participación política. *Revista Calidad en la Educación Superior*.
- VILLAMONTE, M. (2012). *Slideshare*. Recuperado el 18 de 06 de 2014, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/Julianalsola/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo-en-la-investigacion>
- Universidad Tecnológica de El Salvador. (s.f.). *Biblioteca utec*. Recuperado el 11 de 06 de 2014, de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%203.pdf>

## Entrevistas

- MEJÍA, G. (20 de septiembre de 2012). Aproximación a las necesidades comunicativas de la alcaldía de Tepetitán. (C. A. Iraheta, Entrevistador)

**ANEXOS**

**ANEXOS**

## ANEXO 01

### Instrumento de Observación.

Institución: Alcaldía Municipal de Tepetitán, San Vicente.

#### ELEMENTOS OBSERVADOS

#### OBSERVACIONES

##### Ambiente de Trabajo

¿Qué formas de interacción (motivación, disciplina, niveles de empatía o apatía) se dan en el colectivo de empleados de la comuna?

- Ambiente laboral favorable para el desempeño de los empleados.
- Todos los empleados entrevistados están en la disposición de colaborar con una eventual unidad de comunicaciones.
- Falla el flujo comunicativo porque en ocasiones los empleados y los miembros del concejo no manejan la misma información.

¿Hay algún espacio físico disponible para una eventual oficina de prensa en la alcaldía?

Si bien es cierto la alcaldía no cuenta con una oficina de comunicaciones o prensa, hay una pequeña dependencia llamada promoción social que en el mejor de los casos ha hecho un trabajo propiamente de las relaciones públicas.

Con la creación de una unidad de comunicaciones, propiamente dicho, se usaría este espacio físico y la unidad absorbería el trabajo de promoción social.

##### Actividades del Periodista

¿Cuenta la alcaldía con alguna forma de comunicación como periódicos murales, carteles, boletines o similares?

- Carecen publicaciones internas: boletines informativos y/o periódicos murales..
- Se cuenta con una cuenta en Facebook, lo que les posibilita tener un poco de contacto con los públicos externos.

Si se cuenta con algún medio de comunicación ¿Cómo se elabora?

¿Ocurren hechos o eventos con potencial de convertirse en noticia?

Sí. Definitivamente la alcaldía cuenta con muchos proyectos en los que se encuentra trabajando constantemente y muchos otros con miras a comenzar, por lo tanto todo ello es material

potencialmente informativo.

Las alba becas son uno de esos proyectos que si bien es verdad, no son fondos de la alcaldía, es ésta quien canaliza este aporte para los jóvenes del municipio.

Si existiesen medios de comunicación ¿Se puede mejorar considerablemente su presentación o contenido? De ser así ¿Cómo se podría mejorar?

¿Con qué recursos se cuenta para la producción de los mensajes?

- No cuentan con una oficina de comunicaciones.
- No hay equipo audiovisual: cámaras fotográficas o/y de vídeo con calidad adecuada para el trabajo de comunicación institucional.
- No hay equipo de oficina que se pueda utilizar para el funcionamiento de la unidad de comunicaciones.
- Sin embargo sí hay espacios físicos dentro de la alcaldía que se pueden acondicionar como una unidad de comunicaciones y otros espacios, visibles para los contribuyentes y empleados, donde podría colocarse un periódico mural.

Si los hay ¿Hacia quienes van dirigidos los mensajes que se producen en la alcaldía?

Los mensajes que se elaboran más que todo van dirigidos a los públicos externos, olvidando así a los empleados. En ese sentido la comunicación falla pues tanto los empleados como los contribuyentes son dos sectores que le interesan a la oficina de comunicaciones.

## ANEXO 02



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

### **ENCUESTA DE CONSUMO DE MEDIOS 2013**

Esta es una encuesta elaborada y aplicada por estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador dirigido a los y las habitantes del municipio de Tepetitán, Departamento de San Vicente.

*OBJETIVO: Conocer patrones de consumo de medios de comunicación en los y las habitantes del municipio de Tepetitán, para obtener datos que permitan crear una estrategia de comunicación dirigida a la población de Tepetitán.*

*INDICACIONES: Administre las preguntas al encuestado, dé a conocer las opciones de respuesta y marque según lo que el encuestado responda.*

SEXO: M  F

EDAD:  15-25  26-45  46-65  66-85

NIVEL DE ESCOLARIDAD:  BÁSICA  MEDIA  SUPERIOR

ZONA:  URBANA  RURAL

**1. ¿Conoce usted el trabajo que desarrolla la actual administración municipal?**

*SI NO*

2. ¿Le gustaría conocer más de cerca el trabajo que desarrolla la actual administración municipal en Tepetitán?

SI NO

3. ¿Cómo conoce usted de los proyectos realizador por la alcaldía municipal?

a)Radio b) Televisión c) Periódicos d) Internet e) Periódicos Murales f) Perifoneo  
g) Consulta directa a la alcaldía h) Cabildo

4. ¿Lee Periódicos?

SI NO

5. De los siguientes periódicos, ¿Cuáles lee?

Diario EL MUNDO La Prensa Gráfica El Diario de Hoy MAS

EL GRAFICO MI CHERO OTROS

6. ¿Escucha Radio?

SI NO

7. ¿En qué horarios escucha radio?

MAÑANA TARDE NOCHE TODO EL DIA

8. ¿A qué hora suele escuchar Radio? \_\_\_\_\_

9. De las siguientes radios, ¿Cuáles escucha?

LA CHEVERE YXY FUEGO GLOBO MONUMENTAL

RANCHERA EXA FM SOL FM FIESTA QUE BUENA

10. ¿Ve usted television?

SI NO

11. ¿En qué horario ve televisión?

MAÑANA TARDE NOCHE TODO EL DIA

12. De los siguientes canales ¿Cuál ve más?

*CANAL 2      CANAL 4      CANAL 6      CANAL 12      CANAL 21      CANAL 33*  
*CANAL 10*

**13. ¿Usa Internet?**

*SI NO*

**14. ¿Con qué frecuencia utiliza Internet?**

*Diariamente    Una vez a la Semana    Una vez al mes    Días Libres*

**15. ¿Cuánto tiempo invierte en Internet?**

*Una hora    Dos horas    De tres a cinco horas    Todo el día*

**16. ¿Tiene servicio de Internet en su casa?**

*SI NO*

**17. Si no tiene servicio a Internet residencial ¿Cómo accede a la Web?**

*CIBERCAFE      CELULAR      COMPUTADORA DE CONOCIDOS*

**18. ¿Tiene Facebook o Twitter?**

*SI NO*

## ANEXO 03

### **1. Entrevista a Kelvin Antonio Ponce Flores.**

Tesorero municipal, trabaja desde el trece de enero del 2013.

**Entrevistador: Cuando nosotros hablamos de comunicación institucional, que es lo que se te viene a vos a la mente.**

**Entrevistado:** Comunicación institucional, podríamos hablar del ambiente que se genera entre los trabajadores, en ese caso entre nosotros mismos, la misma palabra lo dice, comunicación. Una comunicación tiene que ser racional. Las unidades tienen que tener esa libre expresión para trabajar en conjunto.

**Entrevistador: ¿Se da la comunicación entre los compañeros de trabajo?**

**Entrevistado:** Sí, en algunos. A veces predomina más el egoísmo.

**Entrevistador: ¿Cómo has enfrentado, en tu caso, esa falta de comunicación dentro del personal.**

**Entrevistado:** Bueno, cuando no sé algo, tal vez preguntando. Tampoco tendría lógica preguntarle al ordenanza de lo que yo estoy haciendo y él no me va a poder ayudar.

**Entrevistador: ¿Tiene el alcalde Guillermo, alguna particularidad para gobernar, algo que lo caracterice?**

**Entrevistado:** Yo creo que cada quien trabaja como cree conveniente. Él es abierto. Es bien llevadero porque en cualquier lugar que te lo encuentres él siempre te saluda, claro, siempre guardando el respeto debido.

**Entrevistador: En una o dos palabras ¿cómo describirías al alcalde?**

**Entrevistado:** Trabajador y puntual en sus gestiones.

**Entrevistador: ¿Qué proyectos está realizando la alcaldía?**

**Entrevistado:** El alumbrado público, el proyecto alba becas.

**Entrevistador: ¿Me podés explicar en qué consisten estos proyectos?**

**Entrevistado:** El proyecto alba becas tiene un aproximado de 105 cinco becarios, repartidos entre educación básica, media y superior. A ellos se les beneficia con la cuota mensual para cubrir los gastos.

**Entrevistado: ¿Quiénes pueden optar para esta beca, cual es el perfil que la alcaldía busca?**

Tiene que tener nota arriba de siete, ser de escasos recursos económicos cumplir con las horas sociales que pide la institución.

**Entrevistado: ¿Ser afin a la ideología del frente?**

**Entrevistado:** No.

**Entrevistador: De estas 105 personas ¿cuántas no comulgan con la ideología política del partido, que vos sepas?**

**Entrevistado:** Unas diez.

**Entrevistador: A ver ¿por qué es tan poco el margen de las personas que no son afines a la ideología del partido?**

**Entrevistado:** Se dio el caso, que habían unos cipotes que querían estudiar, pero como los papas eran de otra ideología, no los dejaron que se inscribieran en el programa. Ese es otro factor que influyó a que no se dieran más.

**Entrevistador: A parte de alba becas ¿qué otros proyectos tienen?**

**Entrevistado:** El alumbrado público.

**Entrevistador: ¿Ese en qué consiste?**

**Entrevistado:** Se le cambio los foquitos amarillos que estaban en el parque y se puso lámparas ahorrativas.

**Entrevistador: ¿Y solo en el parque?**

**Entrevistado:** No, también en el cantón La Virgen. Prácticamente se ilumino todo el cantón.

**Entrevistador: ¿Otros proyectos?**

**Entrevistado:** Se está remodelando el sistema de agua: tuberías y todo lo relacionado a ello.

**Entrevistador: A ver todos estos proyectos ¿cuál podría ser el proyecto emblema?**

**Entrevistado:** La pavimentación de la calle de la colonia trece de febrero.

**Entrevistador: ¿De cuánto es la inversión que la alcaldía está haciendo en ese proyecto?**

**Entrevistado:** Unos 100 mil dólares.

**Entrevistador: ¿Cómo se hace para dar a conocer esas actividades a la población, cómo se hace la publicidad?**

**Entrevistador:** A la población se le da a conocer esto por medio de cabildos abiertos.

**Entrevistador: ¿Cada cuánto se hace un cabildo abierto?**

**Entrevistado:** Fíjate que hicieron uno en junio del año pasado. Ahora en este mes toca rendir cuentas para decir en que se está invirtiendo el dinero.

**Entrevistador: ¿Hay otras formas de que la alcaldía diga que es lo que está haciendo o en que está trabajando?**

**Entrevistado:** Claro, si viene alguien, ahí está la encargada del acceso a la información.

**Entrevistador: ¿Quién es la delegada paras el acceso a la información?**

**Entrevistado:** La secretaria municipal. Ella tiene la obligación.

**Entrevistador:** Pero eso es en cuanto a gastos, pero mi pregunta iría más enfocada a saber cómo se hace la comunicación institucional.

**Entrevistado:** Se tiene una cuenta en Facebook.

**Entrevistador: Digamos entonces que la alcaldía carece, de la comunicación institucional ¿Qué es lo que consideras que la alcaldía necesita para mejorar la comunicación institucional?**

**Entrevistado:** Pues sería idóneo hacer un mural. Usar el perifoneo para decirle a la gente que se está trabajando en tal cosa, reuniones con las adescos, y en esas reuniones meterle la noticia de lo que se está haciendo.

También se necesita de capacitaciones.

**Entrevistador: ¿En qué sentido (las capacitaciones)?**

**Entrevistado:** Desarrollar el léxico con las demás personas, con los contribuyentes que se acercan a la alcaldía.

**Entrevistador: ¿Y cómo sería eso?**

**Entrevistado:** Bueno, desde que entra él/ell (contribuyente) atenderlo/a hasta el último trámite que haga.

**Entrevistador: ¿Entonces es ofrecer un buen servicio al cliente?**

**Entrevistado:** Eso, un buen servicio al cliente, porque aquí entran, todo mundo saluda pero son pocos los que se muestran servicial.

**Entrevistador: ¿Considerás vos que los tepetitanecos han aprobado o aprueban la actual gestión?**

**Entrevistado:** La gente si dice “ah están trabajando más o menos” otros si dicen “la están ‘regando’ (no la aprueban), solo en para ellos mismo están trabajando”. Hay de todo, así como hay buenos comentarios hay malos comentarios y existe el más o menos.

**Entrevistador: ¿Pero qué es lo que más se repite, digamos los comentarios buenos o los comentarios malos?**

**Entrevistado:** Pues yo diría que ni muchos malos ni muchos buenos, dejémoslo regular porque no todo lo tenés que aplaudir si sabes que puedes corregir algo y te das cuenta a tiempo, se hace.

**Entrevistador: ¿Cuenta la alcaldía con cámaras fotográficas o de video?**

**Entrevistado:** Hay una fotográfica. Esa la maneja UACI para cuando ejecutan proyectos, toma fotografía en los avances, y después de estos.

**Entrevistador: ¿Quién es el fotógrafo?**

**Entrevistado:** Ella, Flor palacios, la encargada de UACI.

**Entrevistador: ¿Tienen algún software para edición de video, audio o fotografía?**

**Entrevistado:** No.

**Entrevistador: Con todo lo que hemos hablado ¿crees que es necesario que se cree una oficina de comunicaciones o estaría de más?**

**Entrevistador:** Sería bueno. Una oficina de comunicaciones se encargaría de comunicarle a la gente constantemente.

**Entrevistador: Tú eres el tesorero, crees que la alcaldía está en la capacidad económica como para invertir en una unidad de comunicaciones, en el pago de salario, en la compra de equipo, estamos hablado cámaras de video, fotográficas y todo lo que esa oficina puede necesitar?**

**Entrevistado:** Sí, yo digo que sí.

## **2. Entrevista a Olga Margarita Escamilla**

Un año de estar laborando en la alcaldía y el cargo que ocupa es ser la responsable de la unidad de género.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que usted piensa cuando se le habla de comunicación institucional?**

**Entrevistado:** Comunicar a las personas de los proyectos a realizar, de las actividades a realizar, es lo que entiendo yo.

**Entrevistador:** **Ha logrado identificar alguna cualidad que caracterice al actual alcalde?**

**Entrevistado:** Es un poco más humano, más sensible como que le brinda más apoyo a las comunidades, cosas que no tenían otros alcaldes.

**Entrevistador:** **Por qué usted piensa que es así, en qué lo nota?**

**Entrevistado:** En la forma de ayudar y colaborar con las personas que lo visitan. Un ejemplo son las escuelas que han estado solicitando ayuda para la celebración del día de la madre y hasta ahorita a ninguna les ha dicho que no.

**Entrevistador:** **¿Qué proyectos está realizando la alcaldía?**

**Entrevistado:** Está la calle principal que conduce al a trece de febrero, está la calle los Martínez cantón La Virgen, está la acera peatonal de Cantón Cañas. Proyectos de infraestructura.

También está el proyecto de compra de abono para los agricultores, que va a beneficiar, consideramos nosotros, al 100% de los agricultores de Tepetitán.

**Entrevistador:** **¿Y ya se hizo publicidad para este proyecto? ¿la gente ya se enteró, cómo va a ser ese proceso para que les den ese abono?**

**Entrevistador:** En sí la gente ya sabe que como municipalidad se les va a entregar abono.

Nosotros no pretendemos trabajar con listado. Nosotros la vez pasada hicimos un diagnostico a nivel de municipio, pasamos la hoja de un censo en el que preguntábamos, por ejemplo en mi área UNIDAD DE LA MUJER, para tener un dato de cuantas mujeres hay en el municipio, cuantas personas no saben leer, que es otro proyecto que la alcaldía está ejecutando con los jóvenes beneficiarios del proyecto alba becas y los jóvenes del Paty, alfabetización de los adultos mayores.

**Entrevistador: ¿Qué es alba becas?**

**Entrevistado:** Se podría decir que es un proyecto político, en el cual está involucrada la institución. Alba Petróleos de El Salvador solo trabaja en alcaldías gobernadas por la “izquierda”

**Entrevistador: ¿Y cuántos jóvenes se están beneficiando de este proyecto?**

**Entrevistado:** Son 105 jóvenes.

**Entrevistador: ¿Y ellos están en el área de escuela, bachillerato o universidad?**

**Entrevistado:** Tenemos 47 universitarios y el resto son bachilleres.

**Entrevistador: A ver ¿quiénes pueden optar a estas becas, cuál es el perfil que ustedes buscan?**

**Entrevistado:** Jóvenes de escasos recursos , jóvenes que tengan buenas notas y una de las cosas es que ellos tengan que cumplir con horas sociales como alfabetizar a los adultos mayores.

**Entrevistador: ¿Cómo es que se dan a conocer estas actividades? ¿Qué mecanismo utiliza la alcaldía para que la gente se dé cuenta que se está desarrollando esto?**

**Entrevistado:** En sí nosotros desde que sacamos el censo para tener en cuenta cuántas personas adultas que no sabían leer ni escribir, habían en el municipio. Se tiene un estimado. Más o menos tenemos la idea de la visita casa por casa que hicimos. Ahí se les planteo a las personas que el censo era para lanzar el proyecto de alfabetización.

**Entrevistador: Pero eso es cuando se hizo el censo, pero a ver otros mecanismo. Antes del censo no se informó a la población que se iba a hacer eso (el censo)?**

**Entrevistado:** Comono, se hizo una asamblea en el parque.

**Entrevistador: ¿Cómo se convocó a la gente?**

**Entrevistado:** Se convocó por perifoneo.

Y ahora tan famosas las redes sociales, también se hizo por las redes sociales.

**Entrevistador: ¿Cuántas personas tienen en la cuenta de Facebook como contactos?**

**Entrevistado:** En realidad no estoy muy al tanto de eso, la compañeras son las que más se involucran en las redes sociales.

**Entrevistador: ¿Usted qué necesidades cree que tiene la alcaldía en cuanto a la comunicación institucional? ¿Usted cree que necesitan una unidad de comunicaciones?**

**Entrevistador:** Esta la unidad de acceso a la información.

**Entrevistador: Sí, pero eso es cuando se piden cifras de gastos en proyectos. Yo me refería a cuando se hace alguna actividad, porque se va a inaugurar una calle, por ejemplo.**

**Entrevistado:** Pues necesidades siempre hay, independientemente de sea grande el proyecto hay que dárselo a conocer a la gente, porque la gente sabe.

**Entrevistador: ¿Pero cómo se hace?**

**Entrevistado:** Dependiendo. Se hace por perifoneo, se hace por las redes sociales y se hace casa por casa.

Los jóvenes, los compañeros del concejo, nosotros como empleadas y otras personas que nos apoyan.

**Entrevistador: ¿casa por casa dice? A ver ¿cómo, van dejando invitaciones?**

**Entrevistado:** Sí, dejando notas.

**Entrevistador: Digamos ¿tocan la puerta y dicen a que van?**

**Entrevistador:** Sí.

“Buenas, venimos de la alcaldía municipal. Veníamos a dejarle una invitación para tal evento, para tal actividad”

**Entrevistador:** ¿Tiene la alcaldía equipo audiovisual como por ejemplo, cámaras fotográficas? ¿Usted en su área necesita de cámaras fotográficas o cámaras de video?

**Entrevistado:** En si la municipalidad no cuenta con cámaras, pero nosotros desde que inicio el años, tenemos a la disponibilidad, podemos decir la cámara del señor alcalde, que es la que usamos en todos los eventos, ahora que el Paty tiene cámara, también la usamos.

Si una reunión hacemos, tomamos fotos y hacemos constarle a la población que nos hemos reunidos.

**Entrevistador:** ¿Considera que es importante la creación de una unidad de este tipo?

Sí, porque por ejemplo la compañera de promoción social siempre va anotando las actividades innovaciones eventos sociales. No se puede encargar ella de todo, de comunicar y de montar el evento. Ella monta el evento y otra persona de la publicidad. Se facilita el trabajo y se hace mejor.

**Entrevistador:** ¿Y quién es esta otra persona?

**Entrevistado:** Pues la verdad quien se encarga de la publicidad es la misma compañera de proyección social parte de los miembros del concejo. En si los miembros del concejo están bien involucrados en el que hacer de la alcaldía.

**Entrevistador:** ¿Algún nombre específico que haga estos trabajos?

**Entrevistado:** Wilian, es el más involucrado de las actividades, que se encarga del perifoneo.

### **3. Flor Esperanza Villalta Palacio**

Jefa UACI de la Alcaldía de Tepetitán

**Entrevistador:** ¿Qué entiendes cuando se habla de comunicación institucional?

**Entrevistado:** Me imagino que debe de ser el medio por el cual nos damos a entender con los demás. En este caso si hay una buena comunicación entre mi unidad, por decirlo así, y el pagador que es el tesorero, puede realizarse un buen trabajo.

**Entrevistador: ¿Y esa comunicación se da, acá dentro de la alcaldía?**

**Entrevistado:** Sí, nosotros cuando hacemos una compra, como te digo es como una cadenita, primer yo, bueno el concejo o personal me dicen que es lo que necesitan, yo se lo hago ver al señor alcalde, el me da el aval, yo hago las respectivas cotizaciones para luego efectuar la compra.

**Entrevistador: A ver y digamos, una comunicación dentro del personal, ese compañerismo se da dentro de la alcaldía, se da esa fluidez de comunicación.**

**Entrevistado:** Tenemos una buena comunicación con todos, no te voy a decir que somos amigos.

**Entrevistador: ¿Pero hay un compañerismo?**

**Entrevistado:** Sí, sí trabajamos así. Hay buena comunicación. Y a lo mejor si no hay buena comunicación para eso están los jefes para hacernos ver en qué estamos fallando y corregir los errores.

**Entrevistador: ¿Cuánto tenés de estar trabajando?**

**Entrevistado:** Un año.

**Entrevistador: ¿Tiene el alcalde Guillermo alguna forma de manejar la administración, tiene algo que lo caracterice?**

**Entrevistado:** No nada más desde mi punto de opinión porque soy del partido FMLN, sino porque lo veo desde las opiniones que recibimos del público. Muchas veces fallamos, sí; pero por el momento se está haciendo una grandiosa labor, se están viendo los impuestos o el dinero en proyectos, no en palabreríos y eso es algo bueno y es un cambio que he visto.

**Entrevistador: ¿Pero algo así que lo caracterice a él?**

**Entrevistado:** Servicial.

**Entrevistador:** Entonces describiéndolo en una sola palabra, servicial.

**Entrevistado:** Sí, es que tiene muchas cualidades. Es bastante solidario también.

**Entrevistador:** ¿Qué proyectos ha desarrollado la alcaldía?

**Entrevistado:** Han sido la remodelación del parque central José Ramiro Valladares, el concretado de la calle que conduce a la lotificación 13 de febrero. Tenemos también lo que es la entrega de uniformes deportivos. Tenemos la construcción de la calle que conduce a la lotificación la gloria.

De los que sean finalizado el más grande en cuanto a monto y expectativa es la remodelación de la alcaldía.

#### **4. Wilian Lorenzo Alfaro Portillo**

Síndico de la municipalidad.

**Entrevistador:** Cuando se habla de comunicación institucional ¿qué es lo que se te viene a la mente?

**Entrevistado:** Para mí la comunicación de una institución juega un papel importante porque más que todo en una institución de gobierno o una institución de un municipio, como es la alcaldía se dan o se realizan una diversidad de proyectos donde las personas de todo el municipio, simultáneamente no pueden darse cuenta por sí solo, es necesario una divulgación permanente del que hacer de la alcaldía para que las personas se den cuenta. Entonces es así donde es necesario que la comunicación fluya a través de los distintos medio de que es lo que se está haciendo.

**Entrevistador:** ¿Crees que dentro de la alcaldía, en el día a día con los trabajadores se da una comunicación fluida?

**Entrevistado:** Tiene que darse, sino se da no habría razón de ser como podría servirle a la gente, de lo contrario tendríamos un trabajo mediocre si no hubiera comunicación con los empleados. Debe de haber, es indispensable comunicarse con los empleados para estar al

tanto de la problemática de lo bien que pueden estar trabajando o de los problemas que puedan estar presentando al servirle a los contribuyentes. Porque aquí se le da un servicio a los contribuyentes.

**Entrevistador: ¿Pero sí se da?**

**Entrevistado:** Sí, sí se da. Tenemos comunicación directa con los empleados; principalmente el alcalde y yo y la secretaria municipal quienes estamos más al tanto, incluso hacemos reuniones periódicas con los empleados.

**Entrevistador: ¿Cada cuánto tiempo?**

**Entrevistado:** Cada tres meses y ahí es donde ellos presentan una serie de dificultades para que nosotros los solventemos.

**Entrevistador:** No sé si podrías mencionar algún ejemplo de esas dificultades ¿Cuáles son las quejas más comunes?

**Entrevistado:** Las quejas a veces varían en cuanto a la jerarquía dentro de la municipalidad. Tenemos, básicamente todos los empleados son profesionales, y como que es un problema para ellos acatar una orden de alguien que tiene el mismo nivel académico que ellos así que dentro de la alcaldía ellos saben en qué posición se encuentran, sin importar el nivel académico que tengan si es menor o mayor al que tengan que recibir, entonces hay un poco de problemas, hay un poco de resistencia porque ese concejo municipal quien dice quién va a dar las ordenes y así se tiene que hacer porque el concejo municipal es la máxima autoridad dentro del municipio.

**Entrevistador:** Cada alcalde tiene una manera muy particular de gobernar, entonces ¿Tiene el alcalde Guillermo una cualidad que lo caracterice?

**Entrevistado:** Es bien claro y obvio su posición y es que él tiene bien claro su enfoque preferencial para la juventud.

**Entrevistador: ¿En qué sentido?**

**Entrevistado:** Rumbo a proyectos, cuando piensa en iniciativas, siempre piensa en los jóvenes.

**Entrevistador: Un ejemplo.**

**Entrevistado:** Un ejemplo es la remodelación del parque que cuenta con una cancha que esta digamos a la vanguardia, acondicionada para que los jóvenes se sientan cómodos practicando sus actividades deportivas y claro no descuida los otros sectores de la sociedad, pero su opción preferencial es por los jóvenes.

**Entrevistador: ¿Qué proyectos está realizando ahorita la alcaldía?**

**Entrevistado:** En este momento tenemos un proyecto que se desde hace un tiempo está un dinero por ahí del banco mundial que no se había podido administrar de manera tal que se pudiera realizar un proyecto como la pavimentación de la calle que conduce del barrio San Agustín hasta la colonia trece de febrero, entonces esa calle se está pavimentando y también tenemos otros pequeños proyectos , se está haciendo un cordón cuneta y empedrado y fraguado de los pasajes de la colonia trece de febrero al mismo tiempo. Estamos haciendo lo mismo en el Cantón la Virgen, en el Cantón Cañas estamos construyendo o haciendo la acera peatonal en tramo donde a veces tenemos problemas con niños que van a la escuela en el Cantón Cañas.

**Entrevistador: Estos son proyectos de infraestructura ¿Pero otros proyectos que no sean así, que no sean palpables, que tal vez la gente no los ve pero que están?**

**Entrevistado:** Ya tenemos el plan, estamos por iniciar un curso en deporte para los adolescentes y los niños para crear semilleros de niños talentos.

**Entrevistador: ¿Qué tipo de deportes?**

**Entrevistado:** Ahorita vamos a iniciar con futbol y natación. De igual forma se ha estado realizando un proyecto de la elaboración de un plan estratégico.

**Entrevistador:** ¿A qué se refiere ese plan estratégico?

**Entrevistado:** El plan estratégico es un plan en el que se han hecho unas asambleas en todo el municipio en donde mediante una metodología muy particular se ha incluido a la gente para que la misma gente sea la que este diciéndonos dentro de diez años cuales serían los proyectos más importantes que necesitan y ellos mismos han ido priorizando es un material, un insumo que no solo nos puede servir a nosotros, si nosotros hemos sido elegidos para tres años es incierto decir que nosotros vamos a seguir otros tres, sino pasan otras elecciones. Pero es un instrumento para diez años y que va a servir, puede seguir sirviéndonos a nosotros o puede servirle a otro consejo municipal.

**Entrevistador:** A ver, con todos esos proyectos que has mencionado y ese plan ¿Cómo hacen ustedes, para dar a conocer, para que la gente se entere? ¿Cuál es la dinámica que ustedes tienen, qué medios utilizan?

**Entrevistado:** Hasta ahorita debido a las condiciones económicas en que nos encontramos y en aras de ahorrar, maximizando o bien utilizando los recursos económicos con que cuenta la alcaldía, lo estamos haciendo en las actividades que hacemos nosotros que tienen bastante relevancia como el Día de la Madre. En estas celebraciones populares nosotros damos un informe de lo que se está haciendo como alcaldía de igual forma la alcaldía tiene su cuenta en Facebook y también estamos constantemente publicando fotos y dando explicaciones de las actividades que estamos realizando.

**Entrevistador:** ¿Es decir que hasta ahorita no han invertido digamos en una cuña radial o en un boletín, no se ha hecho así? ¿Al menos hoy que están ustedes?

**Entrevistado:** Sinceramente no, lo único con lo que se cuenta es que si hacemos publicidad de las cosas porque es indispensables, a veces aunque se hagan convocatorias escritas pero también hacemos convocatorias poro medio publicitarios, cuñas publicitarias.

**Entrevistador:** ¿Quién hace esas cuñas?

**Entrevistado:** Las mandamos hacer con alguien que trabaja en la radio o a veces las elaboro yo cuando ya no hay mucho tiempo.

**Entrevistador: ¿Cuánto están invirtiendo en estas cuñas?**

**Entrevistado:** La cuña anda costando como 20 dólares y pagar un sonido para que ande por el municipio vale 60 dólares.

**Entrevistador: ¿Pero eso no se hace todo el tiempo?**

**Entrevistado:** No, solo cuando se hace una actividad.

**Entrevistador: ¿Qué necesidades consideras que tiene la alcaldía en cuanto a la comunicación institucional?**

**Entrevistado:** La verdad que decir que se necesita o no, esta demás, toda oficina debería contar con una oficina de comunicaciones así como las entidades políticas tienen su departamento de comunicación pues para una oficina es muchísimo más importante que alguien se encargue de la publicidad, de la información, de las aclaraciones mismas que hay que hacerle a la gente cuando se levantan algunos rumores o suposiciones debe haber una persona encargada que comunique y que aclare, por supuesto.

**Entrevistador: ¿Cómo manejan ustedes la situación cuando se levantan rumores sobre el trabajo que ustedes están haciendo?**

**Entrevistado:** Principalmente ahorita se está dando este tipo de suposiciones por medio de internet. En mi lugar, personalmente no hago caso sobre estas cuestiones. La gente ve lo que hacemos y ahí aclaramos las cosas he los pleitos en las páginas web son de nunca acabar pero pienso que si tuviéramos un medio de comunicación o una oficina de comunicación donde se estuviera cada semana, por lo menos imprimiendo el que hacer de la alcaldía con algunos brossure y se lograra distribuir dentro de la comunidad, pienso que se lograra una mejor postura o un mejor desenlace en este tipo de cosas que se dan.

**Entrevistador:** ¿Y tiene la alcaldía el equipo audiovisual necesario, hasta este momento, para una buena comunicación institucional, es decir, cámara de video o fotográficas computadoras con programas de diseño, de edición?

**Entrevistado:** Eh ahorita tenemos una laptop, que es parte de la adquisición que se ha hecho que va a encaminarse a eso, también tenemos un proyector nuevo y cámaras fotográficas, también hay. A la laptop yo le he puesto un programa que si es para editar audio, es el cooledit.

**Entrevistador:** ¿Tienen grabadoras?

**Entrevistado:** No, grabadoras no. Tenemos un equipo de sonido recién adquirido que lo usamos para eventos. Sonido de 2000 watts de potencia para suene a intemperie.

**Entrevistador:** A un año te trabajo, consideras que los tepetitanecos aprueban la gestión?

**Entrevistado:** La mayoría si lo aprueba porque estamos tratando de ser lo más equitativamente posible para trabajar no estamos viendo colores políticos a la hora de distribuir proyectos, ni destruir beneficios que estemos dando a las personas lo estamos dando de manera imparcial entonces por lo tanto siempre hay resistencia siempre hay contrariedades por parte de las personas que a lo mejor no comulgan con el partido hemos llegado por una bandera política pero hay personas que no nos aceptan como tal, por lo tanto siguen jugando su papel de adversarios políticos. Sin embargo nosotros seguimos trabajando para toda la gente.

**Entrevistador:** Vos sabes cómo están las arcas de la comuna. ¿Tiene la alcaldía los recursos para invertir en una unidad de comunicación?

**Entrevistado:** La verdad en este momento no, al menos no en este año. Es una propuesta que es de llevarse al concejo para que los compañeros consideren llevarlo en el presupuesto del próximo año. Por el momento la alcaldía no tiene una solvencia económica como para hacer una adquisición de esa magnitud. Entonces de momento yo diría que no.

**Entrevistador: ¿De tener una unidad de comunicaciones, estarías dispuesto a colaborar con ésta?**

**Entrevistado:** Sí, por supuesto, yo tengo un poquito de experiencia en ese aspecto. Yo hago cuñas en mi casa. Trabajo en la música tengo algunos clientes, entonces elaboro y también trabajo la parte de hacer publicidad para algunas empresas.

**Entrevista a alcalde de Tepetitán, Guillermo Antonio Mejía Delgado.**

**Entrevistador: ¿Cuando se habla de comunicación institucional, qué es lo que se le viene a la mente?**

**Entrevistado:** Bueno, es algo que ofrecemos a la gente cuando estamos en campaña, ser transparentes y para ser transparentes se necesita tener una buena comunicación. Estamos abiertos a cualquier tipo de solicitud de información que la gente quiera o desea saber.

**Entrevistador: ¿Qué proyectos están realizando?**

**Entrevistado:** Pues tenemos una serie de problemas que son emblemas de nuestra gestión, por ejemplo la remodelación de la alcaldía municipal, tenía 25 años de no haber sido remodelada, por decirlo así y lo hemos hecho en este año. De igual manera la modernización del parque. La modernización del sistema de alumbrado y como decimos, tenemos una ciudad pero no teníamos un alumbrado público, digno de una ciudad.

Hemos introducido el servicio de agua potable en una comunidad que no tenía y tenía aproximadamente entre diez once años de vivir ahí esa comunidad y no tenía el servicio de agua potable.

Quizás serían los proyectos emblemas, aunque en el área social hemos contribuido al desarrollo de los jóvenes como impartiendo cursos de verano, apoyándoles con uniformes deportivos implementos deportivos, entre otros.

**Entrevistador: ¿Cómo es que ustedes le dan publicidad a todos estos proyectos?**

**Entrevistado:** Bueno el medio quizás más simple y que no llega a todos los rincones del municipio son las redes sociales. La página web de la alcaldía que pues hace unos días nos entregaron el proyecto de la página web de la alcaldía.

Aparte de eso se tiene publicidad por micrófono, banners, rótulos, entre otros.

**Entrevistador: ¿Dónde se colocan estos rótulos?**

**Entrevistado:** En la entrada de Tepetitán, aparte de eso tenemos un proyecto para darle más publicidad a los proyectos que hemos realizado y que estamos realizando actualmente.

**Entrevistador: ¿Qué necesidades considera usted que tiene la alcaldía en cuanto a comunicación institucional? ¿Cree que hay necesidad de una unidad de comunicaciones?**

**Entrevistado:** Eh pues por lo que tengo entendido hay muchas necesidades, una de ellas es el área de comunicaciones. Creemos que hacemos mucho y poco lo que informamos a la población y tiene que ir de la mano para que la gente de cuenta de lo que estamos haciendo.

**Entrevistador: ¿Considera usted que la población de Tepetitán está aprobando su gestión. Cree que le están dando el ok?**

**Entrevistado:** Pues en realidad no voy a jalar la silla y voy a quizás a hacer un comentario breve de lo que la gente dice. La verdad si ha existido un verdadero cambio como era nuestro propósito hace aproximadamente un año que recibimos la alcaldía y la gente pues le llama la atención el trabajo que se está realizando como alcalde y concejo municipal.

**Entrevistador: ¿Cómo hacen frente ustedes a los rumores que circulan tanto en redes sociales como por otros medios?**

**Entrevistado:** Nosotros cuando iniciamos nuestra campa, una de las ofertas era que nosotros íbamos a estar abiertos a la población y que de una u otro manera, sugerencias o comentarios que fueran en beneficio de Tepetitán iban a ser bien recibidos; no obstante como bien sabemos siempre habrá gente que no va a estar de acuerdo aunque las cosas se

estén haciendo bien. Pero nosotros estamos infundados a que vamos a escuchar comentarios propositivos y no los negativos porque eso no nos van a sacar adelante.

**Entrevistador:** Usted sabe cómo están las arcas de la alcaldía, de cuantos son los ingresos y hablando de comunicación institucional. ¿Cuenta la alcaldía con la solvencia económica como para invertir en una oficina de comunicaciones?

**Entrevistado:** Actualmente tenemos un proyecto de equipamiento institucional, nos hacía falta algún equipo, como retroproyector, importante en la comunicación, como el sonido e igual para este año, tenemos la capacidad para comprar cualquier equipo que sea necesario para el área de comunicación. Hasta ahorita se tiene planeado comprar un equipo de fotografía semiprofesional para darle mejor cobertura, y un mejor servicio a la población.

**Entrevistador:** En este año que tienen ustedes ¿quién ha sido la persona encargada de la comunicación institucional?

**Entrevistado:** Ay una persona encargada. Es la encargada de proyección social que si bien es cierto hasta este año ha existido en la alcaldía aparte de eso formamos un equipo. También tenemos a una encargada de la página web de la alcaldía que es otra persona que igual se encarga en recopilar información.

**Entrevistador:** ¿Qué tipo de información se está brindando?

**Entrevistado:** Es de informar a la población de lo que se está haciendo, imágenes comentarios de que es lo que se está haciendo en cada comunidad. Aparte de eso sirve como una forma, una manera de invitar a la población a alguna actividad ya sea una reunión pequeña como la que hicimos el día de la madre que tuvimos entre 1000 y 1500 personas reunidas, entre niños, hombres y mujeres. Pues es algo que nos está dando muchos resultados y pues estamos haciendo el uso que creemos, es necesario dentro de esto.

**Entrevistador: ¿Por qué se escogió a esta persona para que fuera la encargada de proyección social, cuáles fueron las cualidades que se le vieron?**

**Entrevistado:** Recuerde que en cada alcaldía siempre hay un equipo de personas que son de confianza para el concejo municipal entonces acá en la alcaldía se tomó a bien tener un equipo profesional, ósea con buenas cualidades y hemos evaluado quien pueda hacer mejor el trabajo de informar y así poderle dar mejor información a la población, como le decía una hace las invitaciones organiza la logística los eventos. La de UACI toma fotografías luego esas fotografías pasan a otro que se encarga de hacer la publicidad de esas fotografías y dan a conocer lo que se está desarrollando en el municipio.

### **5. Francisca Guadalupe López.**

Segunda regidora propietaria.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que usted entiende por comunicación institucional?**

**Entrevistado:** Eh sería que dar información sobre los trabajos que hace la alcaldía, lo proyectos; todo eso.

**Entrevistador: A ver cada alcalde tiene una manera particular de gobernar, ¿tiene el señor Mejía una cualidad que lo diferencie de los demás?**

**Entrevistado:** Bueno lo que yo veo es que es muy diferente a los demás porque él no está aquí solamente para las personas que sean de un partido político, él está aquí para toda la gente, y en cambio, bueno yo me fijaba en los demás., que si no era de su partido político los hacían a un lado y él no, ósea, él trabaja para todos. Sean niños, jóvenes adultos, todos, sin importar ningún tinte político.

**Entrevistador: Cuénteme un poco sobre los proyectos que ustedes están desarrollando o que han desarrollado.**

**Entrevistador:** Eh, hemos desarrollado varios, por ejemplo la calle de la 13 de febrero, el parque, la remodelación de la alcaldía. En los cantones la virgen, un proyecto de agua.

**Entrevistador: ¿Y cómo es que le hacen para la publicidad a todos estos proyectos que ustedes desarrollan? ¿Qué recursos ocupan, que medios ocupan para informarle a la población?**

**Entrevistado:** No más solamente haciendo reuniones, reuniendo a la gente y diciéndole qué es lo que vamos a hacer.

**Entrevistador: ¿Y cómo hacen esas reuniones?**

**Entrevistado:** Si es en los cantones reunimos a la gente de los cantones perifoneamos y llega la gente y nosotros lo comunicamos.

**Entrevistador: ¿Pero esos no son cabildos? ¿Los cabildos los hacen acá?**

**Entrevistado:** No, eso es como de información, osea reuniones para informar a la gente lo que se está haciendo.

**Entrevistador: ¿Cada cuánto se hace esa reunión?**

**Entrevistado:** Se tendría que hacer cada tres meses, pero porque se tiene que hacer una cosas y otra, osea las hemos hecho así, dos veces al años.

**Entrevistador: ¿Usted cree que la alcaldía necesita una unidad de comunicaciones que se encargue de las relaciones públicas?**

**Entrevistado:** Sí, porque tiene necesidades.

**Entrevistador: ¿Cómo cuáles?**

**Entrevistado:** He no sé, por ejemplo, lo que hace usted; dar a conocer lo que se hace aquí, porque alguna no sabe pues. Osea no están informadas porque también aquí, por medio de Facebook lo publican, pero hay gente que no tiene Facebook osea no tiene tiempo para estar en la computadora y todo eso y no se da cuenta.

Si se necesita.

**Entrevistador:** ¿Entonces si cree que es importante una unidad de comunicaciones, tener un equipo?

**Entrevistado:** Sí, es importante.

**Entrevistador:** ¿Usted cree que los tepetitanecos están dándole el ok a esta gestión?

**Entrevistado:** Sí, por lo comentarios.

**Entrevistador:** ¿Qué tipo de comentarios?

**Entrevistado:** Que sí que ahora se ve el trabajo, se ven las obras que si se está poniendo las pilas el concejo el alcalde que si están trabajando bien. Sí, yo digo que sí.

**Entrevistador:** ¿Cuál es el equipo audiovisual con el que cuenta la alcaldía, es decir, si tiene cámaras de video o fotográficas, por ejemplo?

**Entrevistado:** No, no tenemos cámaras.

**Entrevistador:** ¿Y ustedes no han pensado en comprar este tipo de equipo?

**Entrevistado:** Sí hemos pensado, lo hemos hablado y estamos en eso.

**Entrevistador:** ¿Y usted cree que se llegue a comprar?

**Entrevistado:** Yo digo que sí, con un poquito de tiempo. Por lo de FODES que no ajusta. Ya que necesitamos para una cosa para otra.

**Entrevistador:** ¿A esta alcaldía cuanto le ha asignado el FODES?

**Entrevistado:** Como \$43 mil, algo así. No sé exactamente.

**Entrevistador:** ¿Para qué usan este dinero?

**Entrevistado:** Es que va a varias cuentas. Va dijéramos a una de 75 por ciento, de 25 por ciento. Ahí se divide, osea una cosa sirve para construir, para hacer proyectos y otra cosa para el pago de los empleados, así se divide.

**Entrevistador:** Digamos y si ustedes compraran equipo ¿en qué cuenta entrarían esos gastos?

**Entrevistado:** Sería en la cuenta de equipos para la alcaldía. No se cómo decirle.

## **6. Entrevista a José Boris Ramírez Meléndez.**

Primer regidor suplente.

**Entrevistador:** ¿Qué es lo tú piensas cuando escuchas hablar de comunicación institucional?

**Entrevistado:** Primero, como nosotros como concejo municipal podemos informarle a la comunidad todo lo que aquí se está ejecutando. Otra de las cosas es, como nosotros podemos rendir cuentas a través de un medio, rendirle cuentas a la población acerca de la administración de los fondos de los proyectos que se están ejecutando de las entras a la alcaldía, de los saldos en la alcaldía los egresos en la alcaldía, los prestamos las deudas que tiene como alcaldía. Todo eso se me viene a la mente.

**Entrevistador:** Cada alcalde tiene una manera muy particular de gobernar ¿Cómo es en su gestión el alcalde Guillermo?

**Entrevistado:** Sí, él trata de cubrir las necesidades de toda la población, indistintamente sea de uno u otro partido político.

**Entrevistador:** ¿Algún ejemplo de eso?

**Entrevistado:** Por ejemplo, en los proyectos, en la ejecución de los proyectos que se están realizando ahorita en los concretados de las calles de la trece de la febrero, antes ahí trabajaban personas solamente cuando eran afiliadas o seguidoras a un partido político y si tú te vas a la colonia trece de febrero, ahí hay gente de arena, gente de gana hay gente que ha sido del CN hay gente del FMLN, osea, indistintamente del partido político que sea, a la gente se le está apoyando y no vemos la ideología política, sino lo que vemos es la necesidad de la gente.

**Entrevistador:** Me interesa saber cómo es que ustedes hacen para dar a conocer todas estas actividades, para darles publicidad.

**Entrevistado:** Fíjate que uno de los medios que se utilizan ha sido la formación de las adescos. Nosotros tenemos conformadas adescos en cada comunidad del municipio.

**Entrevistador: ¿Qué es una adesco?**

**Entrevistado:** Es una organización que se encarga de velar por los intereses del municipio, por ejemplo se eligen 8 representantes de la comunidad las cañas. Hay un presidente, un vicepresidente, hay un secretario, hay un tesorero entonces esta gente se reúne, se les busca la personería jurídica, porque tienen que estar legalmente establecida entonces cuando esta gente está legalmente establecida comienzan a funcionar como adescos. Entonces lo que hace la adesco es una comunicación más cerca con la alcaldía y la comunidad, pero ellos son los representantes y los voceros en cada comunidad entonces nosotros tenemos establecidos las adescos en todos los barrios y todos los cantones del municipio.

**Entrevistador: ¿De cuántas adescos entonces estamos hablando?**

**Entrevistado:** Siete adescos aproximadamente.

**Entrevistador: Entonces esa es la forma en que ustedes informan.**

**Entrevistado:** Esa es una. Tenemos las redes sociales. Nosotros como alcaldía tenemos una página en redes sociales y la mayoría de gente que no está acá, dentro del municipio, pero que está afuera del país o en otros municipios nos tiene agregados a Facebook y están viendo.

**Entrevistador: ¿Y ésta es una Fanpage o es una cuenta?**

**Entrevistado:** No, es una cuenta.

**Entrevistador: ¿Como cuántas personas entonces tienen como contactos en esta cuenta?**

**Entrevistado:** Te mentaría , pero más de 100.

**Entrevistador: Aparte de Facebook ¿tienen otra forma de comunicar?**

**Entrevistado:** Fíjate que la otra de las maneras que nosotros hemos estado manejando es que por ejemplo para las comunidades cuando se han realizado eventos, ya sea celebración para el día de la madre he celebración del adulto mayor siempre se les brinda un pequeño informe de que es lo que se está haciendo en cada una de sus comunidades.

**Entrevistador:** Si tienen una cuenta de Facebook, quiere decir que hay una persona que la administra ¿Quién es esta persona?

**Entrevistado:** En este caso, la secretaria municipal.

**Entrevistador:** Entonces digamos, Flor (secretaria municipal) se encarga de la cuenta en Facebook, es secretaria municipal también y ¿quién hace las otras actividades, por ejemplo, las convocatorias, quién prepara los eventos?

**Entrevistado:** Va, fíjate que dentro de la alcaldía contamos con una promotora social he se llama Iris Altagracia Meléndez, ella es la encargada junto con Olga, que es la encargada de la unidad de la mujer, ellas son las encargadas de promoción social. Ellas son las encargadas de montar todos los eventos dentro de la alcaldía, todo lo que es proyección social ellas son las encargadas de manejarlo.

**Entrevistador:** ¿Ellas han recibido algún tipo de capacitación? o ¿por qué son ellas las encargadas de esto? ¿Qué cualidades tienen?

**Entrevistado:** Fíjate que iris, ella es psicóloga pero si ha recibido capacitaciones por parte de Insafor, y un centro de capacitación (no recuerda el nombre) que esta de la mano con las alcaldías a la cual se le solicita, según el área o rubro en que vayas a ubicar una persona y ellos se encargan de darle una capacitación y lo bueno que, por ejemplo Olga, que también es la que esta con ella y la acompaña (a Iris) es alguien bien dinámico alguien que si tú le dices estos se va a hacer así y si ella ve que no va a funcionar así, tiene la capacidad también de poderlo resolver en el momento.

**Entrevistador: ¿Consideras que la alcaldía necesita una unidad de comunicación institucional?**

**Entrevistado:** Sí, mira aquí las necesidades son grandes y no solo en comunicación. Si, pienso yo que en el aspecto de comunicación es quizás uno de los puntos más flacos que tenemos como alcaldía, no tanto porque no se le informa a la gente sino porque no tenemos los medios adecuados y quizás los medios adecuados para poderle informa a la población, sino que se hace por medio de eventos, por publicidad pero quizás así que la población pueda entrar a una página o pueda venir acá a ver qué se está haciendo.

**Entrevistador: ¿Cada cuánto hacen ustedes una campaña publicitaria y cuánto invierten en publicidad?**

**Entrevistado:** Para darte un dato exacto de gasto en publicidad, si no lo tengo así exacto, pero si se invierte mucho en lo que es publicidad y no solo publicidad para informar pero también publicidad para cuando tú necesitas contratar a alguien que te invite para una actividad para un evento, que necesitas utilizar un equipo de perifoneo aunque muchas veces no siempre están los fondos, tenemos que ver nosotros como ahorramos.

Lo que nosotros hacemos a veces es que ya contamos con un equipo de audio en la alcaldía, entonces wilian (el síndico) tiene las cualidades de que puede hacer cuñas, entonces él se encarga bastante de eso.

**Entrevistador: Ya hablaste de fondos ¿Tendrá la alcaldía la capacidad para invertir en una unidad de comunicaciones, con todas las implicaciones que esto conlleva?**

**Entrevistado:** Sí, fíjate que nosotros ya nos habíamos planteado eso. De hecho un día de estos estamos hablando con Guillermo (el acalde), con quien tengo bastante cercanía y decíamos que qué bueno sería que contáramos con cámaras un poco más profesionales. Hasta el momento no hemos elaborado por completo el presupuesto para el próximo años, pero si hay un robro que es de compras de materiales y artículos varios para la alcaldía, que es donde se pueden incluir este tipo de materiales de información.

**Entrevistador: ¿Cómo le hacen frente ustedes a ciertas cuestiones que se dicen en las redes sociales, a ciertos rumores?**

**Entrevistado:** Fíjate que lo de las redes sociales en cuanto a la comunicación es complicado porque siempre vas a tener a una oposición que esta que está esperando el momento en que te equivoques para podértelo sacar. Al principio era más difícil, veníamos de una campaña bastante dura, bastante enfrentado, bastante dura en donde a muchos nos pasó factura y más de una vez cometimos errores y contestamos fuimos provocados y contestamos, caímos en ese error de estar en ese conflicto, pero luego nosotros nos dimos cuenta que de que a nosotros como concejo, las críticas son bien recibidas, nosotros estamos para que nos ayuden, para poder escuchar a la población y también estamos en la disposición de no entrar en conflictos, de no entrar en chambres porque como te dijo, si tú me vas a acusar de algo tienes que tener las pruebas bien sustentadas entonces, nosotros a lo que los invitamos a ellos o a cualquier persona es que si necesitan alguna información de lo que aquí se está haciendo, pueden acercarse, aquí la información no se le niega a nadie eh y pueden venir preguntar cuando se gastó en tal proyecto. Osea, nosotros no le escondemos nada a nadie y hemos tratado como concejo, no caer en ese tipo de provocaciones porque al final lo que nos crea es desgaste estar peleados con gente que al final no son de nuestro partido y siempre va a estar queriendo tirarnos la cascarita para que nosotros resbalemos. Entonces así lo hemos manejado como concejo y pues al final duele cuando las cosas cambian y el municipio lo ve, y el municipio lo expresa.

## **7. José Santos Rivas Cárcamo**

Tercer concejal suplente

**Entrevistador: ¿Qué entiende usted por comunicación institucional?**

**Entrevistado:** Bueno, yo como comunicación institucional interpreto que se refiere a la comunicación que tiene que ver entre las distintas instituciones las cuales tengan algún grado de responsabilidad sobre el desarrollo de los municipios. Yo eso es lo que entiendo por comunicación.

**Entrevistador: Con su experiencia como tepetitaneco, ¿ha visto alguna característica especial en el alcalde Guillermo, algo que otros alcaldes no tuvieron?**

**Entrevistado:** Bueno, como en verdad, Guillermo, algunas decisiones la tiene que tomar el personal, pero algunas veces o quizás en su mayoría, tomamos decisiones como concejo y entonces como concejo tratamos de ser lo más justo posible. Cuando nos toca tomar decisiones en las que están involucradas personas de la comunidad, lo que tratamos es de ser lo más justo, osea dejar de lado lo que son los colores políticos porque lo que nos interesa es el bienestar de toda la gente, independientemente de su afinidad política, entonces nosotros no dejamos de lado, esa visión ese objetivo de querer ser lo más transparente lo justo posible en cada una de las decisiones.

**Entrevistador:** En cuanto a la publicidad que ustedes le dan a los proyectos que tienen, ¿cómo es que la hacen, que medios utilizan ustedes para dar a conocer los proyectos?

**Entrevistado:** Uno de los medios es el famosos internet el otro es elaborando rótulos o carteles que se colocan en los lugares más visibles para que la gente pueda darse cuenta de lo que se está realizando.

**Entrevistador:** ¿Dónde es que ponen eso rótulos?

**Entrevistado:** Allá, por la clínica, osea en las entradas donde la gente pueda verlos mejor. Es lo que más se utiliza.

**Entrevistador:** ¿Cuánto cuesta un rótulo de estos?

**Entrevistado:** No, para serle realista esa cantidad no la manejo. Bueno, lo que sé es que una vez pregunte que como era eso de los rótulos y lo que me dijeron a mí fue que eso era algo que lo mandaban a hacer las mismas empresas, es decir, la alcaldía paga cierta cantidad por los proyectos, y las empresas se encargan de diseñar esos rótulos y los ubican en el lugar donde unos se los pide.

**Entrevistador:** ¿Usted cree que la alcaldía tiene alguna necesidad en cuanto a la materia de comunicación?

**Entrevistado:** Bueno, yo pienso que sí. Bueno, nosotros en una serie de actividades que hemos tenido, cuando hemos hecho el estudio el analices de que tan bien salieron las cosas,

o que tan mal vemos que de alguna manera hay un poco de mala comunicación, mala comunicación entre nosotros mismos los del concejo o del personal que trabaja en la alcaldía. Y también con los demás habitantes del municipio que de alguna manera hemos fallado necesitamos mejor la comunicación de los distintos tipos que sean.

**Entrevistador: ¿Entonces usted cree que si sería bueno que hubiera una unidad de comunicaciones dentro de la alcaldía?**

**Entrevistado:** Es posible, porque aunque acá hay empleados que por lo general se le asigna esa función cuando se necesita , cuando se va a montar alguna actividad que uno considera que la gente necesita estar informada de lo que se va a hacer o de cómo se va hacer hay empleados que se asigna, va incluso nosotros como concejales también a veces colaboramos con eso pero al final que las actividades finalizan y que se hace el análisis de como estuvo aquello, terminamos diciendo que siempre hay un error en cuanto a la comunicación.

**Entrevistador: ¿Cómo por ejemplo, qué tipos de error?**

**Entrevistado:** Como por ejemplo, ya montamos varias actividades y a la hora que estamos haciendo el análisis de como salió la actividad siempre sale alguien que viene diciendo “miren, fulano de tal dice que no sabía, que dice que no se dio cuenta, que no le llevaron la tarjeta, que no le llevo la nota” siempre hay personas que salen diciendo así lo que habría que analizar es si lo hacen de buena fe o de mala fe.

## **8. José Luis Flores Bolaños**

Primer regidor propietario

**Entrevistador: ¿Qué es lo que usted piensa sobre comunicación institucional?**

**Entrevistado:** Bueno, como instituciones tiene que haber una buena relación y eso conlleva a que tiene que ver una buena comunicación para que se ejecute lo proyectado para el día o para el mes o para el años.

**Entrevistador: ¿Cómo es que ustedes hacen para dar a conocer el trabajo que realizan?**

A través de asambleas comunitarias nosotros como representantes o miembros del concejo le informamos a la gente, pero más que todo a través de reuniones o asambleas comunitarias.

**Entrevistador: ¿Usted cree que hay necesidades en cuanto a la comunicación institucional dentro de la alcaldía?**

**Entrevistado:** Claro que sí, eso es muy importante porque esté así usted sabe que a las asambleas o reuniones no todas las personas llegan entonces además el mensaje se puede cambiar y también aquí se está utilizando el perifoneo igual verdad, mucha gente escucha pero mucha no entonces sería importante otros medios de combinación para hacerle llegar a la gente y que conozca lo que se está haciendo.

**Entrevistador: ¿Entiendo que ustedes reciben cierta cantidad del FODES Alrededor de los 40 mil dólares, estoy equivocado?**

**Entrevistado:** No estoy muy al tanto, no estoy muy seguro, pero si es menos, aproximadamente de 35 a 40 creo yo.

**Entrevistador: ¿Le pregunto esto porque no sé si estaría la alcaldía en la capacidad económica de invertir en una unidad de comunicaciones en el sentido de comprar equipo audiovisual?**

**Entrevistado:** Yo creo que si, además ya se tocó el tema de adquirir esos medios para poder, como le vuelvo a repetir, hacerle llegar a la gente o que la gente conozca lo que se está haciendo y para nosotros es importante eso.

**Entrevistador: ¿Y cuánto invierte la alcaldía en publicidad?**

**Entrevistado:** Siempre que se hace un perifoneo es de 30 a 50 dólares por actividad, se hace en todo el municipio.

## **9. Julio Cesar Barrera**

Cuarto Regidor

**Entrevistador:** ¿Don Julio cuál es la idea que usted tiene sobre comunicación institucional?

**Entrevistado:** No sé qué es.

**Entrevistador:** A ver don Julio, cuénteme sobre los proyectos que ustedes están realizando hasta ahorita.

Los que se han realizados son el parque central, la alcaldía eh, alumbrado eléctrico, introducción de agua potable en algunos cantones. Y proyectos que se están realizando ahorita son calles, empedrados y fraguados.

**Entrevistador:** ¿Cómo es que ustedes dan a conocer estos proyectos? ¿cómo es que hacen que la gente se dé cuenta? ¿Utilizan perifoneo o cabildos abiertos?

**Entrevistado:** No realmente no utilizamos perifoneo simplemente la gente ya está comunicada con nosotros.

**Entrevistador:** ¿Cómo logran esa comunicación con la gente?

**Entrevistado:** Eh ya está la comunicación con las personas no es necesario hacer perifoneo ni nada, la gente ya está comunicada con nosotros ellos ya están sabedores de todos los proyectos.

**Entrevistador:** ¿Y usted no cree que hay una necesidad de comunicar más de que haya alguien encargado de convocar gente, que se encargue de tomar fotos, que suba información a la cuenta de Facebook?

**Entrevistado:** Eso me parece bien, para darle más publicidad a los proyectos que se están realizando, sería bueno.

**Entrevistador:** ¿Usted cree que la población de Tepetitán está aprobando la actual gestión?

**Entrevistado:** Sí, están respondiendo bien.

**Entrevistador: ¿Por qué?**

**Entrevistado:** No sé, se ve contenta la gente eso nos hace saber que están bastante satisfechos con el trabajo que estamos realizando.

**Entrevistador: Y ustedes, cómo andan en cuanto a las cuestiones financieras ¿Cree que la alcaldía está en la capacidad económica como para invertir en equipo audiovisual?**

**Entrevistado:** Realmente ahí si me agarra en curva porque no estoy muy al tanto.

#### ENTREVISTA CARMEN MURCIA

Coordinadora del proyecto PATI (Programa de ayuda al ingreso).

**1. ¿En qué consiste el proyecto PATI?**

“PATI” quiere decir Programa de Ayuda al Ingreso. Este programa consiste en integrar a jóvenes mayores de 16 años, mujeres –especialmente madres solteras- y a las personas de la tercera edad. Se les da un bono de cien dólares por participar en proyectos de ornato, limpieza o cualquier otro proyecto que la alcaldía estime conveniente.

Este proyecto dura seis meses; durante este tiempo se les da un bono mensual a estas personas –prácticamente- por asistir al proyecto, porque el trabajo no es muy complicado.

**2. Entonces su contratación acá en la alcaldía es solo por el proyecto.**

Ajá, es solo durante los seis meses del proyecto. Cuando se acaben estos seis meses se esperará por un nuevo proyecto. Al terminar los seis meses, si vienen un nuevo proyecto continuaré trabajando. Por ejemplo, hace poco, el 20 de marzo terminó un proyecto y el 22 de abril se inició un nuevo contrato por otros seis meses.

Estos proyectos se ejecutan en convenio con el FISDL y la Alcaldía municipal de Tepetitán.

**3. Cuando se habla de comunicación institucional ¿Qué se le viene a usted a la mente?**

Pues es el desarrollo de las actividades entre las unidades, donde cada uno tiene contacto específico con las demás. Por ejemplo, yo tengo mucha comunicación con Tesorería y tengo bajo mi cargo a ocho personas que son llamados “monitores”; ellos coordinan la labor de cada grupo de personas. Mi comunicación con tesorería es básicamente para solicitar el pago del salario de los monitores.

La comunicación con la UACI es para solicitar contratación de albañiles o gente que ofrece diversos servicios, la compra de material administrativo o cuestiones similares.

**4. A su criterio ¿Qué caracteriza a esta administración municipal de otras?**



Para mi es (...) por ejemplo usted ve que están remodelando el parque, el edificio, el afán de mejorar las cosas. No sé si usted conoció las instalaciones anteriores, no estaban muy adecuadas para el trabajo del personal. Entonces el (alcalde) eso es lo que busca: mejorar el municipio. Ahorita está invirtiendo bastante en obras públicas.

5. Además del proyecto en el que usted participa ¿Qué proyectos se encuentra realizando la alcaldía?

Está la remodelación del parque. Está la compra de un terreno para una cancha de fútbol en el cantón Cañas; también se tiene un proyecto que va a iniciar en junio, que es la remodelación de la casa comunal del cantón Cañas, porque ya está bien deteriorada.

También se tiene la pavimentación de la calle principal de la colonia Trece de Febrero, con el empedrado y fraguado de los pasajes de la misma colonia con el programa PATI.

Está el proyecto de reparación de los baches del casco urbano de Tepetitán; el empedrado y fraguado de las calles de la lotificación La Gloria. Así son bastantes proyectos de obras públicas que se están desarrollando.

6. ¿Cómo se da a conocer a la población las actividades que desarrolla la Alcaldía de Tepetitán?

Pues se hacen reuniones y cabildos abiertos, donde se da a conocer la información de proyectos, tanto en dinero invertido como en actividades desarrolladas. Nada menos el sábado (25 de Mayo) va a haber una celebración del día de la madre, y a la vez se aprovechará la celebración para dar a conocer información sobre los proyectos realizados hasta la fecha.

7. En lo que usted tiene de estar acá en la alcaldía ¿Cuántos cabildos se han hecho, o a cuántos ha asistido usted?

A uno que se hizo a finales del año pasado, como en noviembre. Para este año está programado uno, pero no sé la fecha.

En ese cabildo al que fui se habló de los proyectos que se tenían y que se iban a hacer (en ese tiempo) y que ya se hicieron, como la remodelación del parque, que era uno de los más próximos a hacer.

8. ¿Cómo recibió la gente esos proyectos, cuál fue su percepción? ¿Los vieron bien o mal?

Pues la gente estaba contenta, y muchos manifestaban que nadie había mostrado interés en realizar ese tipo de obras, que las otras administraciones las veían de menos.

9. ¿Qué necesidades considera usted que tiene la alcaldía en lo que se refiere a comunicación?

Pues en la actualidad, con lo único que se cuenta es con cámaras fotográficas. No hay equipo de audio o de video.

En estos días se va a hacer la compra de un cañón para proyectar material como videos, presentaciones, entre otros. La gente capta mejor los proyectos cuando puede ver las ideas concretas en proyecciones.

En estos días se va a comprar ese cañón, porque ya se logró un acuerdo entre los miembros del consejo para aprobarlo.

10. De las cámaras que usted habla ¿Son cámaras “caseras” o profesionales?

No, no son profesionales.

11. ¿Considera usted que la gente aprueba la actual gestión municipal?

Si, porque la gente comenta con satisfacción de ver las cosas que se están haciendo.

12. ¿Se cuenta con algún medio electrónico o con algún boletín interno?

La alcaldía tiene su propia dirección de Facebook. Se toman fotografías de los proyectos que se están desarrollando y se suben a Facebook para que la gente se dé cuenta de algunas actividades que la alcaldía tiene programadas, fechas, entre otras cosas.

13. ¿Usted sabe quién administra la página de Facebook de la Alcaldía?

Si, la secretaria municipal.

14. ¿Considera usted que la creación de una oficina de comunicaciones acá en la alcaldía sería importante para solventar las necesidades de las que usted habló?

Si, sería de bastante utilidad, porque a veces se están haciendo actividades, reuniones u otras cosas, sería más fácil que el encargado de comunicaciones fuera, capte esas actividades y las dé a conocer a la población.

15. Y a su criterio, ¿cuáles serían los medios idóneos para dar a conocer esa información?

Pues quizá a través de videos de las cosas que se estén pasando.

16. Ya para finalizar ¿estaría usted dispuesta a colaborar con las actividades desarrolladas por una eventual unidad de comunicaciones en la alcaldía de Tepetitán?

Si. Colaboraría en todas las necesidades que se tengan de obtener información, pues sí, estaría dispuesta a ayudar.

DAVID CÁRCAMO

Encargado del area de catastro

**1. Cuando se habla de comunicación institucional ¿Qué se le viene a la mente?**

En lo que pienso yo es que (se trata) de mantener una buena relación con los compañeros, ya que aquí –siempre he catalogado yo- cada quien es un “engrane”; si uno se daña pues, toda la institución estaría trabajando mal. Yo pienso que debería haber buena comunicación entre todas las áreas para que saquemos adelante la institución.

A nivel externo, con el municipio, pienso que es de estar en una buena relación, ya que ellos son contribuyentes; entonces (de parte de) la alcaldía debe haber una buena comunicación para cumplir los objetivos de los diferentes proyectos que ejecuta la alcaldía en las distintas comunidades.

**2. En su opinión, ¿Qué caracteriza a esta administración municipal de las anteriores?**

Todas las administraciones son diferentes. En este caso yo a ellos (el actual alcalde y consejo) los veo más apegados a la parte deportiva, social. He visto que han creado el área de proyección social y que la encargada está bien enfocada en su área. Sería una de las pocas cosas que he visto.

**3. ¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando en la alcaldía?** 10 años.

**4. ¿Qué proyectos está realizando actualmente la alcaldía?**

De los que tengo conocimiento es la remodelación del local de la institución, el parque central. Otro que se está haciendo con el FISDL, con fondos del PFGL (Programa de Fortalecimiento a los Gobiernos Locales) es la (restauración de) la calle principal y la que conduce a la lotificación “13 de Febrero”. Además otros proyectitos pequeños de proyección social como torneos de fútbol, la celebración del día de la madre, entre otros.

**5. ¿Cómo se dan a conocer estos proyectos a la población del municipio?**

*Ellos* los dan a conocer a través de cabildos abiertos.

**6. ¿Cuántos cabildos se han realizado desde que entró esta administración?**

Sinceramente no tengo conocimiento, porque ahí *ellos* son los que se reúnen con las comunidades. Cabildos abiertos generales no recuerdo, creo que solo es uno. Aunque también existen los rurales, que es donde se reúnen con gente de cantones y comunidades.

**7. ¿Conoce otro medio a través del cual se den a conocer las actividades?**

Las redes sociales.

**8. ¿Qué necesidades considera usted que tiene la alcaldía en lo que a comunicación se refiere? ¿Cómo se podría mejorar?**

(Con inseguridad) Entre empleados se podría capacitar al personal, porque hay algunos programas de capacitaciones que están enfocados a la convivencia, pues en toda institución existirán desacuerdos. Sería primordial enfocarse en las buenas relaciones interpersonales entre los empleados de las diferentes áreas.

Con la población en general, la mejor comunicación se puede lograr acercándose más a la población y brindándoles información más detallada de las cosas que acá se están haciendo. Para que ellos tengan un conocimiento no tan verídico (¿?), pero sí exacto de lo que aquí se pretende, se hace o se va a hacer.

**9. ¿Considera usted que la población aprueba la actual administración municipal?**

Tal vez en un cien por ciento no, pero sí he visto que tiene una buena nota digamos, de aprobación; ha tocado áreas que otras administraciones no habían tocado. Cada quien tiene lo suyo y la gente ha aprobado los proyectos o beneficios que han llevado a las comunidades.

**10. ¿Sabe si la alcaldía cuenta con equipo como cámaras fotográficas, equipos de video o audio?**

Lo que yo he visto nada más son cámaras fotográficas, y equipo de audio y perifoneo pero no sé si son de la institución

**11. ¿Consideraría usted que una oficina de comunicaciones contribuiría a mejorar la situación de la comunicación acá en la alcaldía y para con el municipio?**

Sí, porque a veces nosotros asumimos responsabilidades de otras áreas o nos delegan otras actividades, entonces la gente que viene no sabe a quién dirigirse; yo creo que si hubiera alguien se abarcaría la cuestión externa. A veces los contribuyentes vienen y no encuentran una persona que los oriente y les brinde información en caso de que los empleados estemos ocupados con nuestras responsabilidades.

**12. ¿Estaría dispuesto a colaborar con una eventual oficina de comunicaciones en el manejo de la imagen institucional?**

Sí. Brindando información que soliciten a mi área, que en mi caso abarca cuestiones geográficas del municipio.

## **ENTREVISTA**

### **ELSY MARIBEL ACEVEDO**

#### **2ª Regidora Suplente**

**1. Entrevistador:** ¿Qué es un regidor?

**Entrevistada:** *Un regidor es el que –para toma de decisiones- tenemos voz, pero no tenemos voto. En nuestro grupo hemos querido que haya igualdad, por eso hemos acordado que todos tenemos poder de decisión para cualquier asunto.*

2. **Entrevistador:** A la hora de elegir ¿Los ocho miembros del consejo deben estar de acuerdo?

**Entrevistada:** *Si, los ocho. Ni el alcalde decide solo, todos debemos estar de acuerdo cuando se decide algo.*

3. **Entrevistador:** A la hora de hablar de comunicación ¿Qué idea se le viene a la mente?

**Entrevistada:** *Cuando hablamos de comunicación nos referimos a lo que ustedes tratan de hacer, de garantizar que todo en la alcaldía o fuera de ella lo podamos comunicar entre empleados y consejo municipal. Con las personas de afuera también podemos tener comunicación.*

4. **Entrevistador:** Debido a que usted tiene cierto tiempo dentro de la alcaldía y ha conocido el trabajo de administraciones anteriores, cuéntenos ¿Tiene el alcalde Mejía alguna forma distinta de gobernar?

**Entrevistada:** *Lo que puedo ver es que él le colabora a cualquier persona, sin ver tintes políticos. Él le apoya en cualquier necesidad que usted tenga, ya sea económica, moral, social si usted le pide ayuda. Él es accesible.*

5. **Entrevistador:** ¿Qué actividades o proyectos está desarrollando la alcaldía?

**Entrevistada:** *Ahorita está desarrollando el proyecto de completar el fraguado de la calle que conduce desde el barrio San Agustín a la colonia 13 de Febrero; se le harán 4 pasajes además de la remodelación de la calle. Además está la remodelación de la alcaldía -como ha podido ver- y la remodelación del parque, de la plaza central.*

6. **Entrevistador:** Además de estos proyectos “visibles”, ¿hay otras actividades que esté desarrollando la alcaldía?

**Entrevistada:** *Hay también proyectos en los cantones, como por ejemplo, la compra de un terreno para una cancha municipal. Ya se adquirió el terreno y además se introdujo agua potable en el caserío La Virgen y Las Vegas. Están proyectos en proceso, que se van a realizar próximamente, como las reparaciones de calles con la colaboración del FISDL y se van a reparar calles vecinales como la de La Gloria y la construcción de la escuela El Refugio, que se llamará Escuela de Tepetitán, además de la reparación de las calles del centro. Viene el engramado de la cancha de futbol de Antiguo Tepetitán.*

7. **Entrevistador:** ¿Cómo hace la alcaldía para dar a conocer esos proyectos que están próximos a realizarse, o que –por el hecho de que se hagan en cantones o zonas aledañas- no se conocen en la zona céntrica del municipio?



**Entrevistada:** *Más que todo se dan a conocer las redes sociales y se anuncian cabildos; por ejemplo para este mes se tiene un cabildo de información, en el que se da a conocer a la gente lo que se está haciendo. También se va a las comunidades y se realizan reuniones con las personas; algunas reuniones se realizan con una organización llamada FUNDE, que anda reuniendo a DESCOS para que se organicen en cada barrio o cantón para que puedan priorizar algunos proyectos. En algunos casos está involucrado el FISDL y el Banco Mundial.*

8. **Entrevistador:** Con estos proyectos ¿Qué necesidades cree usted que tiene la alcaldía con respecto a la comunicación?

**Entrevistada:** *Si, es necesario que se dé más la información hacia la municipalidad, para que la gente sepa lo que se está haciendo, por eso es que es necesario que haya cabildos.*

9. **Entrevistador:** Se habla de cabildos, y de uso de redes sociales, pero ¿qué opina de hacer publicaciones en otros medios de comunicación como revistas, perifoneo u otros?

**Entrevistada:** *Si, sería necesario también que se pague espacio en periódicos, pero también sabemos que es caro. Podría existir alguna revista para dar a conocer los proyectos y promover atractivos turísticos como nuestro turicentro.*

10. **Entrevistador:** En su opinión ¿Cómo considera que está la imagen de la alcaldía?

**Entrevistada:** *Creo que eso es algo que se le debe preguntar a la gente. Alguna gente acepta y es consciente de lo que se está haciendo, a pesar de que no simpatice con el partido. Yo no le podría responder a cabalidad, pero con base a los comentarios que he escuchado de la gente, si, se mantiene una buena imagen y se ha aprobado esta gestión.*

11. **Entrevistador:** ¿Considera que es importante crear una oficina de comunicaciones dentro de la alcaldía?

**Entrevistada:** *Pues para mí sí sería necesaria, para promover y dar a conocer los proyectos de la alcaldía.*

12. **Entrevistador:** En caso de ejecutar el proyecto de la oficina de comunicaciones ¿Estaría dispuesta a colaborar en el trabajo de dicha oficina?

**Entrevistada:** *Si, en mi área y con lo que yo pueda hacer, si. Hay cosas que como yo no manejo o no son de mi área, quizá no, porque no las conozca; pero en lo que respecta a mi área, Si.*

13. **Entrevistador:** A nivel personal y como miembro del consejo. Si en sus manos estuviese la posibilidad de invertir en ese proyecto para que se ejecute. ¿Lo haría?

**Entrevistada:** *Me imagino que si los demás lo aprobarían y estuvieran de acuerdo con la propuesta y los beneficios de la buena imagen y los contenidos de la revista, Si, lo haría.*

Entrevista a Ever de Jesús Delgado, Contador Municipal.

**Entrevistador:** ¿Cuándo se habla de Comunicación qué es lo que se te viene a la mente?

**Entrevistado:** Para mí, comunicación está prácticamente aplicada en todo, básicamente. Imagínate nosotros tenemos que tener una interrelación entre compañeros vea y si no existe una buena comunicación entre nosotros obviamente todos los procesos que tenemos que desarrollar conjuntamente obviamente no van a resultar de la mejor manera.

**Entrevistador:** ¿Bueno entonces ese tipo de comunicación es enfocado en el ambiente laboral?

**Entrevistado:** En el ambiente laboral.

**Entrevistador:** Pero ya digamos hablando así, exteriormente la alcaldía con los ciudadanos, digamos, en este caso, con los tepetitaneos.

**Entrevistado:** Pues, pienso que ahí debería haber un mejor acercamiento con la gente porque si existe una buena comunicación con la comunidad el concejo, digamos, va a tener mayores insumos para poder digamos solventar todas las dificultades que pudieran presentarse a nivel de comunidad.

**Entrevistador:** Cuando decís insumos, ¿a qué te referís?

Determinar en si la problemática que está aquejando a los ciudadanos y de esa forma, digamos, el concejos va a poder determinar cuáles van a ser las soluciones que ellos, las soluciones optimas que ellos van a implementar para solucionarlos.

**Entrevistador:** ¿Cuánto tenés de estar trabajando en la alcaldía?

**Entrevistado:** Nueve años y meses.

En estos nueve años, ¿cuántas han sido las administraciones por las que has trabajado, digamos, si ha habido alcaldes anteriores a este o de otros partidos?

**Entrevistado:** ¿Fíjate que yo entre cuando estaba el PCN. Y de ahí que entro dos periodos ARENA y hoy que estamos con el FMLN.

**Entrevistado:** Digamos ¿tenés la experiencia de tres alcaldes?

Ajá.

**Entrevistador:** En cuando a la forma de cómo este gobierno, ejerce el poder, ¿hay alguna diferencia entre los demás, hay algunas similitudes?

**Entrevistado:** Fíjate que no he podido digamos determinar las diferencias, casi todos vienen a hacer lo mismo, no he visto yo digamos que hayan desarrollado un proyecto emblema. Sino que vienen a hacer más de lo mismo. No veo que hacen algo innovador.

**Entrevistador:** ¿Y éste, en particular, no tiene así una característica que vos decís que el otro no tuvo o el otro quedó cortó en esto?

**Entrevistado:** Pues fíjate que para mí digamos, hablando en proyectos así el más, que tal vez por lo menos ha llenado las expectativas de la comunidad es, quizás es el único; por ejemplo el FMLN, allá por el periodo de Don Evenor, quizás las calles. Él como que se enfocó más en eso, de ahí vino Don Manuel Mejía por el PCN, quizás el único proyecto que él hizo así, bastante, por lo menos que beneficiaba a la población, es el proyecto del agua, de ahí Ana Gladys tal vez las viviendas que hizo en la Fátima (Colonia la Virgen de Fátima).

**Entrevistador:** De las actividades que se han estado desarrollando, aparte de las que son visibles, ¿tenés algún conocimiento?

**Entrevistado:** No, solo los dos proyectos visibles, el de la Alcaldía y el parque, las becas este básicamente eso.

**Entrevistador:** ¿Las becas es un proyecto?

**Entrevistado:** No es un proyecto, pero por lo menos ha sido gestión quizás de ellos por la afinidad política.

**Entrevistador:** ¿Y eso a cuántas personas estará beneficiando ahorita o a qué tipo de gente va dirigido?

**Entrevistado:** Es para bachilleres y universitarios e incluso a nivel técnico. Tengo entendido que es alrededor de 38 a 40 bachilleres y entre 45 y 48 universitarios. No es una beca completa, pero por lo menos las mensualidades.

**Entrevistador:** ¿Qué gastos abarcara?

**Entrevistador:** Básicamente la mensualidad, porque solamente son 80 dólares por universitarios y 30 para bachilleres.

**Entrevistador:** ¿Aparte de estos proyectos, hay otros que se piensan realizar?

**Entrevistador:** Tengo entendido que van a comprar un terreno, por ejemplo, allá a los cantones que casi nunca se les ha dado prioridad. Por ejemplo la compra de un terreno para la construcción de una cancha.

**Entrevistador:** ¿Cómo están haciendo para promover los proyectos?

**Entrevistado:** Fíjate que hasta donde yo pude ver, fue una convocatoria general, yo creo que medio mundo se dio cuenta. El problema es que como en los pueblos casi siempre, acordate que van pensando a la parte de la afinidad política. Obviamente si soy de aquellos areneros natos, por así decirlo, obviamente no voy a querer ir a aplicar a una beca de parte del frente, entonces como que existe esa cierta apatía al gobierno que pudiera estar pero si siento que ellos lo anduvieron promocionando y que viniera el que estuviera interesado.

**Entrevistador:** ¿Cómo lo promocionaron?

**Entrevistado:** Pagaron perifoneo, por el Facebook, por redes sociales.

Últimamente se ha creado una página en Facebook directamente de las becas donde les están dando prácticamente toda la información a los que están comprendidos en ese proyecto.

**Entrevistador:** ¿Quié la administra?

No sé quién es. Me imagino que alguien de confianza del concejo, pero si esta esto.

**Entrevistador:** Según, en estos nueve años, ya casi diez verdad, en cuanto a materia de comunicación institucional, ¿cuáles consideras que son las necesidades que tiene la alcaldía? ¿Crees que le vendría bien una unidad de comunicaciones? O ¿crees que estaría de más?

**Entrevistador:** Acordate que está de moda un departamento de comunicaciones pienso que le serviría al consejo, como te digo a veces ellos por sus múltiples ocupaciones no se enfocan en las necesidades de la comunidad, porque ellos andan en todos lados andan ofreciendo, gestionando, no sé. Este y a veces se descuidan de esa parte y pienso que habiendo una persona encargada creo que les serviría a ellos para comunicarse con la comunidad, pues.

**Entrevistador:** ¿Más que todo la necesidad en dar a conocer?

Dar a conocer todos los proyectos, las actividades que está desarrollando la institución en beneficio de la comunidad. Como te digo, pienso que si les serviría y no sería un gasto si no que una inversión.

**Entrevistador:** ¿Cómo es que se mantiene la imagen de la alcaldía, o como se podría mantener una buena imagen de la alcaldía o crees que hay una imagen, ahorita, aceptable de la alcaldía?

**Entrevistador:** A nivel personal quizás no han llenado las expectativas que la gente esperaba pero igual a veces son gentes (el concejo) que no saben de administración pública y de repente vienen a aprender y todo eso, entonces es un proceso largo, pues, y ahorita tienen prácticamente un año. De aquí para allá quizás si se vería lo que realmente van a desarrollar. Pienso que los primeros días es difícil que alguien que no conozca la administración pública va a trabajar de forma eficaz, no es como alguien que ya conozca del tema. Acordate que la administración pública es algo bien extensa y abarca un montón de áreas y ellos se dedican a otras cosas menos a administrar.

**Entrevistador:** ¿Estarías dispuesto a colaborar con la unidad de comunicaciones, en el caso que ella fuera aprobada?

**Entrevistado:** En lo que yo pudiera, información presupuestaria, cuestiones así. Por lo menos a nivel de función institucional en la que estoy encargado es en lo único que puedo ayudarlos.

**Entrevistador:** ¿Y si vos fueras el alcalde, si de vos dependiera, vos sí invertirías en la unidad de comunicaciones?

**Entrevistado:** Fíjate que sería algo innovador pero como te digo, yo siento que la unidad esa ya no es un lujo, sino que para mí es algo que está de moda no por el hecho que se ponga simplemente por ponerla sino porque debe llevar un objetivo y pienso que si al final el objetivo es beneficiar a la comunidad; yo lo haría. Sí, sí lo haría.

De hecho muchas alcaldías ya lo están implementando. Que el objetivo se esté cumpliendo habría que evaluarlo pero si, por ejemplo San Lorenzo no tenía, Verapaz no tenía y creo que ya tiene, San Vicente tampoco tenía y hoy si ya tiene. Y tendrán un su año de tenerlas. Tienen poco tiempo de haberlas puesto y les ha funcionado.

**Entrevistador:** Y cuándo hay eventos ¿cómo se hace la publicidad o quién es el encargado de hacer esas gestiones. De preparar el evento en sí y de darle publicidad.

Al menos en esta administración quienes he podido ver que se encargan de esa situación, es la promotora social.

**Entrevistador:** ¿Quién es la promotora social?

**Entrevistado:** Iris Meléndez. Ella es la que anda coordinando todo ese tipo de actividades con la secretaria. Yo creo que quizás ya tienen una comisión para poder planificar ese tipo de cosas aunque ahorita proyectos así de grandes son los únicos dos que han hecho (el parque y la alcaldía).

**Entrevistador:** Y cuándo el alcalde sale ¿quién lo acompaña?

Ahí anda siempre él solito, a menos que requiera de alguien, como ahorita que anda haciendo algunas compras siempre lo anda acompañando la jefe de la UACI. Cuando va a eventos, como las invitaciones van dirigidas para él.

**EntrevistadoR:** ¿En cuanto al equipo, poseen alguna cámara fotográfica, cámara de vídeo?

**Entrevistado:** Fotográfica nada más. Aunque para este año tienen ahí un proyecto que quieren ejecutar para el equipamiento institucional, la verdad no sé si han considerado comprar equipo audiovisual para uso municipal.

IRIS MENÉNDEZ

Encargada del área de Proyección Social.

**1. Cuando se habla de comunicación institucional ¿Qué se le viene a la mente?**

Son las diferentes formas o mecanismos de cómo nosotros podemos comunicarnos al interior de la institución como proyectarse al pueblo.

**2. En su opinión, ¿Qué caracteriza a esta administración municipal de las anteriores?**

Creo que estamos apostándole a la participación ciudadana, y eso creo que puede hacer la diferencia. Estamos velando por la totalidad de los pobladores del municipio sin importar sus preferencias políticas.

**3. ¿Qué proyectos está realizando actualmente la alcaldía?**

Actualmente hay diferentes proyectos de infraestructura, como el arreglo de diferentes calles, tramos que conducen a los diferentes cantones; el parque, la remodelación de la alcaldía. Además tenemos proyectado el apoyo a agricultores; apoyo a la educación, gracias al programa ENEPASA y Alba Becas.

**4. ¿Cómo se dan a conocer estos proyectos a la población del municipio?**

Tenemos una página de la alcaldía y otra de Alba Becas, donde se da a conocer información vía virtual. Se ha proyectado un cabildo de rendición de cuentas para este fin de semana (sábado 25 de mayo, celebración del día de las madres). También se ha hecho perifoneo y próximamente se hará un periódico mural para que la gente que no tenga acceso a Facebook pueda conocer lo que se está haciendo.

**5. Para manejar el equipo de perifoneo ¿La alcaldía contrata a alguien externo, o se le delega a algún empleado de la alcaldía?**

Siempre se ha contratado, pero ahorita se hizo la adquisición del equipo. El año pasado se contrataba porque la alcaldía no contaba con un equipo propio. Ya para este año, que se tienen el equipo, la alcaldía lo hará. Se producirán cuñas publicitarias, entre otros.

**6. ¿Cuántos cabildos se han realizado desde que entró esta administración?**

Creo que este sería el tercero. Según la ley deben hacerse dos al año: Uno abierto y otro de rendición de cuentas al final, que es lo que la ley estipula. Se hizo eso el año pasado y este año pretendemos hacer uno el domingo que viene y al final uno de rendición de cuentas.

**7. ¿Qué necesidades considera usted que tiene la alcaldía en lo que a comunicación se refiere? ¿Cómo se podría mejorar?**

Quizá con un programa ya específico acerca de la comunicación interna o externa. Algo específico, como un programa.

**8. ¿Un programa en algún medio de comunicación o alguna publicación interna?**

Si, podría ser. A lo mejor si se crean vínculos con algunas radios o canales. Creo que el programa incluiría una estrategia de comunicación.

**9. ¿Considera usted que la población aprueba la actual administración municipal?**

Según mi experiencia, creo que de un cien por ciento, estaremos en un sesenta o setenta por ciento de aprobación.

**10. ¿Ha existido una respuesta positiva de la población en cuanto a los cabildos realizados? ¿La gente hecho consultas o propuestas de proyectos?**

El año pasado tuvimos el cabildo en octubre –creo-; tuvimos una buena cantidad de personas. Hubo consultas y se ha elaborado el programa “Plan estratégico participativo”, gracias a la Fundación para el Desarrollo Salvadoreño, y gracias a eso, la gente ha planteado necesidades y proyectos.

**11. ¿Sabe si la alcaldía cuenta con equipo como cámaras fotográficas, equipos de video o audio?**

No. Actualmente se cuenta nada más con una cámara fotográfica, pero del PATI. Se compró por el proyecto.

**12. ¿Consideraría usted que una oficina de comunicaciones contribuiría a mejorar la situación de la comunicación acá en la alcaldía y para con el municipio?**

Podría ser una estrategia que dé resultado.

**13. ¿Estaría dispuesta a colaborar con una eventual oficina de comunicaciones acá en la alcaldía?**

Sí, porque es una de mis funciones como proyección social. Me interesaría mucho conocer acerca de cómo se realiza un programa, pues no tengo mucha experiencia al respecto, y estaría brindando todo el apoyo necesario que la institución me faculte dar.

### **Entrevista: FLOR VILLALTA**

Secretaria municipal

**1. Cuando se habla de comunicación institucional ¿Qué se le viene a la mente?**

La forma de comunicación entre los empleados y el consejo, que depende de las líneas jerárquicas; acá por ejemplo, tenemos un organigrama en el cual están los empleados de acuerdo a las categorías y los niveles.

Por lo general acá la comunicación funciona entre el consejo y yo, que soy la mediadora entre los demás (empleados); cuando ellos (el personal administrativo) necesitan comunicar algo, me lo dicen a mí y luego yo se lo comunico al consejo. Cuando el alcalde está acá –y si es algo muy importante- los empleados hablan directamente con él.

**2. En su opinión, ¿Qué caracteriza a esta administración municipal de las anteriores?**

El hecho de tener más iniciativa, son más decididos y administran mejor los recursos. Como el alcalde tiene experiencia en sus propios negocios, es bien especial en cuanto a buscar siempre lo mejor, que las cosas se hagan siempre lo más rápido posible.

**3. ¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando en la alcaldía? Un año.**

**4. ¿Qué proyectos está realizando actualmente la alcaldía?**

Ahorita se está ejecutando el concretado de la calle principal, la calle que conduce a la colonia “13 de Febrero”, el adoquinado, fraguado y cuneta de cuatro pasajes; este proyecto es posible gracias al FISDL y con fondos del PFGL. También está la remodelación del parque, la reparación y bacheo de las calles del casco urbano.

En el canton “La Virgen” tienen el fraguado y las cunetas de la calle “Los Martinez” y la calle que conduce al cantón, son doscientos metros de calle. Además está la pavimentación de cien metros de calle que conduce a la colonia “La Gloria” de acá del centro. La construcción de la acera peatonal de cantón “Las Cañas”, que es una calle muy transitada.

Otro proyecto es el mantenimiento de la cancha de fútbol del parque municipal, que incluye la remodelación de gradas y del muro perimetral.

Además está el programa de Alba Becas; se están invirtiendo cinco mil dólares mensuales en un total de ciento cinco becarios a nivel de municipio. Las becas son gracias a las gestiones de la alcaldía con ENEPASA. (Programa “ENERGÍA PARA EL SALVADOR” que

otorga ciertos beneficios a los municipios socios. ENEPASA forma parte de la Alianza Bolivariana de las Américas)

Las becas se gestionan a través de la alcaldía con ENEPASA, pagamos la membresía a este programa. Con el dinero que se obtiene de las ventas de Alba Petróleos, ENEPASA invierte en infraestructura y obras sociales de los municipios socios. Nosotros somos socios desde que entró esta administración y hemos tenido el beneficio de gestionar las becas. La contrapartida municipal es la coordinación y asistencia logística en diversas actividades, en las que facilitamos estudiantes en servicio social, equipo, entre otros. Existe también un programa de alfabetización.

Además están los proyectos sociales, como celebración de fiestas patronales, y torneos de fútbol en la cancha del parque municipal. Y además se está planificando la reconstrucción del puente de Antiguo Tepetitán y el dragado de la quebrada “Amate Blanco” que se están gestionando con el MOP.

**5. ¿Cómo se dan a conocer estos proyectos a la población del municipio?**

Se dan a conocer a través de un perfil en Facebook, pues como alcaldía no contamos con una página web oficial para colocar información. En Facebook se suben fotografías y descripciones breves de los proyectos realizados o en ejecución. Están las reuniones que mantienen los alcaldes o miembros delegados del consejo con las comunidades.

Se está realizando además trabajo de organización comunitaria, en apoyar las organizaciones existentes que no trabajaban por falta de apoyo de las administraciones anteriores. De las ocho comunidades que habitan el municipio, se ha logrado organizar a cuatro. En las reuniones se forman las comisiones comunales de Protección Civil, por ejemplo. El trabajo de organización comunal es una iniciativa del área de proyección social.

**6. ¿Qué necesidades considera usted que tiene la alcaldía en lo que a comunicación se refiere? ¿Cómo se podría mejorar?**

Lo que haría falta es la creación de algún manual de procedimientos para lograr una comunicación efectiva dentro de la alcaldía. Acá hay varios profesionales que tenemos una noción de la comunicación y la transmisión de información, pero la realizamos de manera empírica, pues no existe ningún documento base que nos sirva de modelo a seguir para la comunicación. Por ejemplo acá la información la difundo a través de memorándums o verbalmente.

**7. ¿Hay consulta directa de la población sobre el quehacer de la alcaldía?**

Si. De hecho, cuando alguien viene a consultar algo lo remiten directamente a mí, porque la alcaldía tiene la Unidad de Acceso a la Información. Esa unidad la manejo yo ad-honórem. En el artículo 42 de la ley –creo- establece que las municipalidades con un

ingreso menor a dos millones de dólares anuales deben tener la unidad, pero ésta va a recaer en la secretaria municipal o en un concejal, de preferencia con estudios universitarios. Como soy quien más pasa acá, me la delegaron a mí.

Cuando alguien necesita información o algo, por ejemplo ustedes que necesitan información para su tesis, el procedimiento a seguir es que presentan una solicitud al oficial de información donde piden la información que necesitan y tengo yo un período de diez días hábiles para dar respuesta a esa solicitud.

Dependiendo de la información requerida, yo la ubico en el área que está, giro un memorándum al encargado, preparo un acta de recepción de información, la entrego y ustedes me la firman de recibido, de acuerdo al formato de salida, si es digital o documento físico.

De acuerdo a la ley, el oficial –yo en este caso- es la única persona autorizada para brindar información detallada y específica a la población. Si alguien más saca información la ley establece una sanción. Aunque acá es mentira, siempre los empleados sacan información y nunca se conoce a los responsables, por lo tanto no se puede sancionar a nadie.

**8. ¿Cuántos cabildos se han realizado desde que entró esta administración?**

El primero fue en agosto del año pasado y fue solamente de información sobre cómo se encontró la alcaldía al momento del cambio de administración; no se había hecho mucho, pues se heredó de la administración anterior un presupuesto agotado en un 70%. En ese momento, solo se tenían cuatro meses de estar en la alcaldía.

Durante los primeros meses lo único que se hizo fue pagar deudas de la administración anterior. No se habían pagado las provisiones de algunos empleados, ni se había pagado los recibos de energía eléctrica. Pasamos tres meses sin pagar los recibos de energía porque no había dinero en el fondo.

Con el presupuesto de este año ya las cosas cambian. Este nuevo presupuesto ya fue hecho por esta administración y se ven más proyectos. Creo que estamos más equilibrados económicamente que el año pasado. Hasta este momento hay doce proyectos en ejecución, más los que vienen.

El próximo cabildo tocaría en agosto de este año y sería de rendición de cuentas.

**9. ¿Considera usted que la población aprueba la actual administración municipal?**

Si. De hecho, en la página de Facebook se ven buenos comentarios. Como yo administro la página, yo subo fotos de los proyectos. Para lo de la (remodelación de la) alcaldía yo subí las fotos de cómo estaba antes y como quedó hace una semana ya cuando nos trasladamos.

La mayoría de la gente acepta lo que se está haciendo, pero quienes no lo aceptan son los del bando contrario, los que no son afines a nuestro partido (FMLN) nunca van a aceptar las cosas que hagamos aunque las hagamos bien.

Se podría decir que esta gente es la que no aprueba la gestión, que le ve los mil y un defectos.

**10. ¿En algún momento se han enfrentado a alguna campaña de desprestigio por parte de quienes no aprueban la gestión? Y si la hay ¿Cómo la contrarrestan?**

Casi siempre. Como ellos también tienen un Facebook y se dedican a hacer *bullying*. Por lo general no lo contrarrestamos desde el Facebook de la alcaldía, sino que la misma gente afín al partido les contesta. Lo que se hace de manera oficial es que en eventos públicos se desmiente lo que la oposición dice.

**11. ¿Cuenta la alcaldía con medios oficiales propios como revistas, boletines u otros?**

No, ninguno. Tal vez el periódico mural, pero como tenemos poco tiempo de habernos trasladado, la compañera (la encargada del área de Proyección Social de la alcaldía) no lo ha puesto todavía.

**12. ¿Sabe si la alcaldía cuenta con equipo como cámaras fotográficas, equipos de video o audio?**

No. Como le decía, la gente de la administración anterior dejó deudas y además se llevó cosas de la alcaldía, como una cámara, retroproyectores y una computadora. La cámara que usamos es propiedad personal del alcalde.

Quien compró una cámara hace poco es la coordinadora del proyecto PATI, pero igual, no es de la alcaldía, porque todo el financiamiento del programa PATI se gestiona a través del FISDL, por lo tanto la cámara es propiedad del FISDL.

Esperamos que la cámara y los materiales adquiridos con fondos del proyecto PATI queden acá en la alcaldía en calidad de “donación” cuando se termine el proyecto actual.

Se está gestionando actualmente compra de un cañón y de equipo de oficina para algunos compañeros, como por ejemplo, la encargada de Proyección Social; esta unidad se abrió este año y se adquirió equipo de oficina para ella. Lo que se compró en este año también fue un equipo de sonido profesional para los eventos, pues antes se prestaba el equipo y el cañón a la escuela que está acá junto a la alcaldía (Centro Escolar “Pedro Pablo Castillo”).

**13. ¿Consideraría usted importante la creación de una oficina de comunicaciones para contribuir a mejorar la situación de la comunicación?**

Como una oficina independiente no. Tal vez si se integrara a la de Acceso a la Información o como si fuera coordinada con ella. Esta alcaldía es pequeña, y a lo mejor una oficina de comunicaciones funcionaría mejor en una alcaldía más grande, donde hay más departamentos y es más compleja la organización.

Tal vez si reforzara o se integrara a la oficina de Acceso a la Información o a la de Proyección Social, que es la que tiene más trabajo de campo, que justamente hace poco elaboró un censo para un proyecto de incentivo a agricultores. Sería importante que se integraran las tres unidades: Acceso a la información, Proyección social y Comunicaciones.

**14. ¿Estaría dispuesto a colaborar con una eventual oficina de comunicaciones en el manejo de la imagen institucional?**

Si. De hecho lo hago con todas las unidades.

MIRIAM MORENO

Jefa del Registro del estado familiar.

**1. Cuando se habla de comunicación institucional ¿Qué se le viene a la mente?**

La comunicación institucional son canales de información, que sirven para comunicar a los contribuyentes y el público en general de los quehaceres internos y externos de la institución.

**2. En su opinión, ¿Qué caracteriza a esta administración municipal de las anteriores?**

En primer lugar, la vocación de servicio. También que esta es una administración de puertas abiertas, donde todos y todas tienen la oportunidad de venir y preguntar sobre las gestiones que se están realizando; esa es una característica bien peculiar del alcalde que, se ha dedicado a tener una relación directa con los habitantes.

**3. ¿Qué proyectos está realizando actualmente la alcaldía?**

Actualmente se está ejecutando el carpeo y recarpeo en la colonia "13 de febrero", que es una vía que servirá para que todos los visitantes o habitantes de dicha colonia puedan tener un acceso fluido.

También está la remodelación del edificio donde se encuentra la alcaldía y la remodelación del parque central.

**4. ¿Cómo se dan a conocer estos proyectos a la población del municipio?**

La alcaldía cuenta con una unidad de acceso a la información pública. La gente puede tener acceso a esa información mediante solicitudes de forma personal o escrita. Están las consultas populares que se hacen en el parque, donde se da a conocer lo que se está desarrollando, cómo se está desarrollando y su finalidad. Son cabildos abiertos a los que ahora se les llama “Consultas populares”.

**5. ¿Cuántos cabildos se han realizado desde que entró esta administración?**

El código municipal establece que se deben hacer cada tres meses, pero hasta hoy –en un período de un año- solo se han hecho dos, prácticamente uno cada seis meses.

Se hizo uno como a finales de junio, no recuerdo muy bien. Al final del año se hizo otro, en los últimos días de diciembre.

**6. ¿Cuál ha sido la respuesta de la población ante esta iniciativa de realizar cabildos?**

Ha sido positiva. De un cien por ciento de aprobación quizá se tenga un ochenta. Siempre habrá gente que tiene desacuerdos por cuestiones políticas, pero eso es normal.

**7. Además de los cabildos ¿Hay otros canales de comunicación como revistas, boletines, periódico mural u otras herramientas que sirvan para comunicar dentro y fuera de la alcaldía?**

No. Hasta ahorita no. No tenemos boletines ni nada de eso.

**8. ¿Considera necesaria la creación de un boletín o alguna publicación institucional?**

Por supuesto. Porque así a la gente se le facilita acceder a la información. Con un boletín, la gente que viene a la alcaldía lo toma y se informa sin necesidad de solicitudes aparte. Sería un mecanismo muy acertado para que los ciudadanos conozcan del quehacer (de la alcaldía).

**9. ¿Qué necesidades considera usted que tiene la alcaldía en lo que a comunicación se refiere? ¿Cómo se podría mejorar?**

En primer término habría que establecer y definir más los canales de comunicación en las unidades. Tenemos un pequeño problema en cuanto a las relaciones en ternas, más que problemas son diferencias. Tendríamos que fortalecer las relaciones interpersonales para mejorar los canales de comunicación interna/administrativa, para que así se mejore la imagen el público en general.

**10. Si en sus manos estuviese la posibilidad de mejorar esas diferencias ¿Cómo lo haría? ¿A través de qué herramientas o mecanismos?**

Tomando en cuenta las herramientas administrativas que ya tiene la institución, como reglamentos; ya existen reglamentos de aplicabilidad. A la vez procuraría cumplir dichos

manuales que ya se tienen, pero que a veces se dejan ahí y quedan en letra; falta aplicarlos.

**11. ¿Considera usted que la población aprueba la actual administración municipal?**

Por supuesto. Pues se escuchan los comentarios afuera. Como yo soy abogada, tengo la oportunidad de tratar con gente de los diferentes sectores y gracias a eso puedo escuchar las buenas opiniones de la gente, los buenos comentarios de la nueva administración.

**12. ¿Sabe si la alcaldía cuenta con equipo como cámaras fotográficas, equipos de video o audio?**

No. En algún momento hubo, pero se deterioraron por el paso del tiempo.

**13. ¿Consideraría usted que una oficina de comunicaciones contribuiría a mejorar la situación de la comunicación acá en la alcaldía y para con el municipio?**

Si, y de preferencia descentralizada. Porque ahorita la tiene ad-honórem la compañera (Flor Villalta, secretaria municipal). A veces por cubrir otras necesidades por la naturaleza de su cargo me imagino que deja espacios sin cubrir.

**14. ¿Estaría dispuesto a colaborar con una eventual oficina de comunicaciones en el manejo de la imagen institucional?**

Por supuesto. En lo personal me gusta indagar sobre el quehacer institucional para responder a las preguntas que los ciudadanos tienen, y de esa forma poder informar verbalmente a quienes pidan conocer sobre lo que se hace. De manera escrita no podría, pues no tengo la documentación pertinente, y además ya hay una persona que maneja esa información.

**15. Y esa información ¿Es accesible al público o solo se maneja exclusivamente dentro de la alcaldía?**

Es una cuestión interna, pero que el público también puede tener acceso, siempre y cuando el ciudadano la solicite verbalmente o por escrito.

ANEXO 04

