

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

**Análisis del Contenido de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva,
Departamento de Guatemala**

José Javier Canahú Tot



Guatemala, agosto 2024

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

Análisis del Contenido de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva,
Departamento de Guatemala



Trabajo de Grado presentado por

José Javier Canahú Tot

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

Ph. D. Rosa Idalia Aldana Salguero

Guatemala, agosto 2024

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

Directora en funciones

M.A. Silvia Regina Miranda López

Consejo Directivo

Representante Estudiantil

Oscar Eduardo García Orantes

Representante Egresados

M. Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

Ph. D. Rosa Idalia Aldana Salguero, asesora-presidente.

M.A. Elpidio Guillén de León, lector examinador-vocal 1.

M.Sc. Nilsa Elizabeth Folgar Zúñiga lector examinador-vocal 2.



Guatemala, 22 de agosto de 2024
Orden de Impresión
Ref. CG-Akmg- No. 006-2024

Licenciado
José Javier Canahú Tol
Carné: 2767 37717 0101
Registro académico: 201604315
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado Licenciado Canahú Tol

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de trabajo de grado por asesor, con el título Análisis del contenido de la página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva, Departamento de Guatemala. Se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado

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

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"



Vo. Bo. Silvia Regina Miranda López
Directora en Funciones



PhD. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Grado

Para efectos legales,
el autor es el único responsable del contenido de este trabajo

Dedicatoria

Al Padre, Hijo y Espíritu Santo

Por concederme el don de la vida y la oportunidad de caminar por este sendero, guiado por Su infinita misericordia y amor.

A mi padre espiritual

Cuyas enseñanzas me permitieron trascender los límites de lo terrenal y elevar mi entendimiento espiritual, llevándome a dimensiones de conocimiento que jamás imaginé alcanzar. “Gracias, Apóstol Sergio Enríquez”

A mi familia

Este logro es el fruto de todos nosotros. Juntos estamos destruyendo paradigmas académicos, profesionales y ancestrales, hoy Celebramos juntos este triunfo, unidos como siempre.

A ti, esposa mía Ingrid Hernández

Porque desde el día en que decidiste tomar mi mano, no la has soltado ni un solo instante. Eres la mujer sabia que camina a mi lado, brindándome apoyo incondicional.

A ti, hijo mío Jehú Canahuí

Porque tus sonrisas han iluminado mi vida y has sido mi mayor motivación para seguir adelante y luchar por mis sueños.

A ti, Abel Canahuí

Mi padre quien con tus acciones me enseñaste a ser responsable, constante y a afrontar los desafíos con valentía.

A ti, Diana Tot

Mi madre por tu perseverancia, por tus enseñanzas, por tu apoyo y amor incondicional. Este triunfo es también tuyo, y es una realidad gracias a ti.

A ustedes, Pablo, Daniel y Josías

Mis hermanos porque han sido pilares fundamentales en mi vida. Gracias a su apoyo y comprensión, este es el primero de muchos logros que vendrán, no solo para mí, sino para toda nuestra familia y las generaciones que nos siguen.

A ustedes, Andrés y Matías

Mis sobrinos, así como a mis tíos y primos, quienes han sido parte fundamental de mi existencia, y cuyo cariño y presencia han dejado huella en mi camino.

A mis amigos y amigas

Alba López, Alexandra Abac, Andrea Martínez, Pablo López, Alberto Andrade, Roberto Hernández, Melani Coló, Silvia Rodríguez, Caren Cifuentes y Walter Veliz, quienes me apoyaron de diferentes maneras para alcanzar este triunfo. Desde la motivación para continuar mi formación hasta la última letra escrita en este documento, les agradezco de corazón por su contribución invaluable.

Agradecimientos

A la Ph. D. Rosa Idalia Aldana, mi asesora, por guiarme con dedicación a lo largo de este camino y por su compromiso, que me permitió culminar este ciclo exitosamente.

A la Ph. D. Aracelly Mérida, por su vocación y por siempre estar dispuesta a atender mis inquietudes académicas con dedicación y paciencia.

A la Lcda. Sonia Aldana, por su valiosa gestión para la finalización de los cursos de inglés.

A las Lcdas. Karla Hernández, Ingrid Arévalo y Mildred Méndez, docentes de CALUSAC, por su interés en buscar ajustes razonables de aprendizaje para personas con discapacidad visual. Gracias por su vocación.

A la tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación y a todos los catedráticos que contribuyeron a mi formación. Hoy, me sumo como un profesional más.
¡Muchas gracias!

“la sabiduría llenara tu mente,
y el conocimiento te hará sentir bien.
El buen juicio te cuidara,
Y el entendimiento te protegerá.”
Proverbios 2: 10-11

Índice

Resumen	ii
Introducción:	iii
1. Marco Conceptual	1
1.1. Tema de investigación:	1
1.2. Antecedentes:	1
1.3. Justificación:	6
1.4. Planteamiento del problema:	7
1.5. Alcances y límites	8
2. Marco teórico	9
2.1 Teorías de comunicación	9
2.1.1 Teoría de la comunicación funcionalista	10
2.1.2 Evolución de la perspectiva funcionalista	12
2.1.3 Teorías cibernéticas	14
2.2 Comunicación Digital	15
2.2.1 Redes Sociales Virtuales	16
2.2.2 Facebook	19
2.2.3 Seguidores en las redes.....	21
2.3 Semiología	22
2.3.1 Signo.....	26
2.3.2 Análisis Semiológico.....	28
2.4 Constitución de la República de Guatemala	31
2.4.1 Artículos que dan vida a la Municipalidad.....	33
2.4.2. Conformación del Código Municipal.....	35
2.5. Municipalidad de Villa Nueva	38
2.5.1. Estructura Municipal	39

2.5.2.	Filosofía Municipal.....	45
2.5.3.	Ejes de trabajo municipal	46
2.5.4.	Concejo Municipal	48
2.6.	Historia de Villa Nueva	49
2.6.1.	Cultura y Tradición de Villa Nueva.....	50
2.7.	Página Web de la municipalidad.....	51
2.8.	Página de <i>Facebook</i>	52
3.	<i>Marco metodológico</i>	53
3.1.	Método de investigación	53
3.2.	Tipo de investigación	53
3.3.	Objetivo General.....	54
3.3.1.	Objetivos específicos	54
3.4.	Técnica.....	55
3.5.	Instrumentos	56
3.6.	Población o Universo	57
3.7.	Universo.....	57
3.8.	Muestra.....	57
3.9.	Tipo de análisis.....	57
4.	<i>Marco Analítico</i>	59
	“Análisis del Contenido de la Página de <i>Facebook</i> de la Municipalidad de Villa Nueva, Departamento de Guatemala”	59
4.1.	Principales aspectos en el estudio de las publicaciones de la página <i>de Facebook</i> de la Municipalidad de Villa Nueva	59
4.2.	Análisis de datos.....	60
4.2.1.	Publicaciones con más tendencia por mes.....	60
4.2.2.	Análisis semiológico.....	60
4.2.3.	Análisis de las reacciones	61

4.2.4. Análisis de los comentarios	62
4.3. Presentación de resultados.....	62
4.3.1. Publicaciones	62
4.3.2. Análisis de las publicaciones	63
4.3.3. Resultados de junio.....	63
4.3.4. Resultados de julio.....	79
4.4. Análisis final.....	95
<i>Conclusiones</i>.....	97
<i>Recomendaciones</i>	99
<i>Referencias Bibliográficas</i>	100

Resumen

Título

Análisis del contenido de la página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, departamento de Guatemala

Autor

José Javier Canahuí Tot

Universidad

Universidad de San Carlos de Guatemala

Unidad Académica

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Problema Investigado

Los gobiernos municipales se enfrentan al desafío de comprender a su público externo para proporcionar un mensaje y contenido apropiado, de tal manera que este estudio versa en saber cuál es el resultado del análisis de las publicaciones en Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva.

Instrumento de Contenido de Visualización de Alcance

En el desarrollo de esta investigación de carácter descriptivo, se emplearon instrumentos como el cuestionario, la ficha de notas y la guía de observación.

Procedimiento

Entrevista realizada al personal de comunicación social, guía de observación enfocada a los productos comunicativos, ficha de notas que contienen datos relevantes sobre los contenidos.

Resultados y conclusiones

El resultado de la investigación indica que los criterios aplicados en el análisis semiológico del mensaje dirigido al público externo se ven afectados por el contexto social en el que residen los habitantes del grupo investigado, además se pudo conocer la percepción de los seguidores que interactúan en la red social.

Introducción:

El propósito de esta investigación fue analizar las publicaciones en la red social Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva del departamento de Guatemala. Esta buscó determinar qué tipo de publicaciones fueron mejor recibidas por su audiencia externa y así llevar a cabo un estudio semiológico siguiendo el modelo de Umberto Eco.

El estudio evaluó cómo interactuaron los residentes de Villa Nueva con las publicaciones, las cuales se centraron en cinco ejes establecidos por el gobierno municipal: Bienestar, Desarrollo, Transparencia, Modernización e Inclusión.

Dicha investigación planteó preguntas sobre la toma de decisiones en la Dirección de Comunicación Social y la percepción de la audiencia en relación con las publicaciones, mientras que el respaldo teórico proporcionó una base sólida a la investigación que permitió que este estudio cumpliera su objetivo, facilitando al lector una comprensión concisa del marco legal que rige las operaciones de los gobiernos municipales de Guatemala, así como los aspectos relacionados con la Semiología y la Comunicación.

En un entorno de creciente modernización y acceso a Internet, comprender las preferencias del público es esencial para maximizar el impacto de las publicaciones en las redes sociales y satisfacer a la audiencia, es por ello que los interesados en este estudio podrán utilizarlo como un recurso de referencia para abordar algunos temas que se presentan en este documento.

En la era actual de avances tecnológicos y acceso generalizado a Internet, es crucial identificar formas efectivas de comunicación, el ámbito virtual se ha vuelto vasto, y satisfacer las necesidades de la audiencia se vuelve un desafío sin contar con investigaciones confiables que respalden nuestras acciones, es por esto que para aprovechar al máximo las redes sociales, es esencial conocer las preferencias del público objetivo, esto implica entender quiénes reciben la información, cuáles son los temas más relevantes en las publicaciones y cómo cada publicación impacta a los seguidores.

1. Marco Conceptual

1.1. Tema de investigación:

“Análisis del Contenido de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva, departamento de Guatemala”

1.2. Antecedentes:

Para la fundamentación teórica de esta investigación se tiene en primera instancia el trabajo de grado presentado por Hernández Morán, C. M. (2018). Perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la municipalidad de Villa Nueva [Tesis de Grado, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Repositorio Institucional – Universidad de San Carlos de Guatemala. Esto como requisito para optar al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación que se dicta en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en este trabajo de tesis se establece el Perfil Profesional de los integrantes de la Dirección de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, además de describir sus funciones laborales, así como la exigencia que ha recaído en cada persona, ante la modernidad que avanza a pasos agigantados.

En dicho trabajo se utilizó un enfoque cualitativo, el cual sirvió para describir y responder las preguntas de investigación utilizando cuestionarios, descripciones y las observaciones. Pues lo que se buscaba con esta investigación era sugerir una guía de términos de referencia que sirviera para contratar personal en los distintos cargos.

Con el paso del tiempo el perfil del comunicador de la municipalidad de Villa Nueva ha evolucionado adaptándose a las demandas tecnológicas actuales desempeñando con profesionalismo su función comunicativa dentro de la institución, en el municipio y a nivel nacional.

Al final la estudiante define las características de los comunicadores que la Dirección requiere para el desenvolvimiento profesional, siendo elementos importantes el que sea versátil, proactivo y creativo en la innovación y producción de contenidos para multimedia. No obstante, dentro de las recomendaciones se enfatiza en fortalecer los conocimientos y manejo de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) de redacción, producción, radio, redes, coordinación editorial.

En esta misma labor de consulta se encontró el trabajo de Román Chávez, R. (2010). La página web de la municipalidad de Villa Nueva una herramienta de comunicación institucional y de servicio [Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Repositorio Institucional – Universidad de San Carlos de Guatemala. Esto como requisito para optar al grado de Licenciada de Ciencias de la Comunicación, dicho estudio realizado por medio de una técnica de investigación de casos con enfoque descriptivo y diagnóstico trata sobre la página web de la municipalidad de Villa Nueva al ser una herramienta de comunicación institucional que favorece a los habitantes.

En este sitio web se pueden realizar algunas gestiones en línea, demostrando con ello que el sitio como parte de la era digital está transformando el campo de la comunicación.

Así mismo durante el desglose del documento se enfatiza en la exigencia que tienen los comunicadores sociales al ir adaptándose a los nuevos modelos de trabajo, derivado de los avances tecnológicos, surgiendo la necesidad de ir profesionalizándose e ir adquiriendo conocimiento de esta nueva forma de trabajo, pues muchos profesionales se han quedado sumidos en un modelo tradicional.

En las conclusiones de la investigación, la entonces estudiante determina que la página web de la municipalidad de Villa Nueva es útil para los vecinos, sin embargo, su función operativa debería de tener como meta mantener informada a la población respecto a los trámites burocráticos, pues es un modelo que aporta múltiples ventajas como medio de divulgación, además de dar un valor agregado ante los medios de comunicación tradicional por la innovación que esta tiene.

Mientras que en las recomendaciones se plantea la constante tecnificación de la página web para ir generando una interrelación directa con los vecinos y así que esta se pueda desarrollar de manera adecuada mediante la constante evaluación en cuanto a su estructura y contenido.

En tercera instancia se presenta el trabajo de grado por Martínez Rucar, D. J. (2016). Propuesta de Comunicación Alternativa para la municipalidad de San Miguel Petapa [Tesis de Grado, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Repositorio Institucional – Universidad de San Carlos de Guatemala. En donde mediante su trabajo de tesis buscó una solución a la problemática comunicacional de la municipalidad de San Miguel Petapa, ya que el contacto con los vecinos era

muy escueto, por ende, satisfacer las demandas que afectan a la comunidad era un inconveniente abismal, pues los vecinos en ocasiones no cuentan con los canales de comunicación eficientes, teniendo como único recurso avocarse directamente a la municipalidad.

En ese sentido, la necesidad de crear uno o varios canales de comunicación para que los seguidores de San Miguel Petapa optaran al acceso de información actualizada y fácil, pero sobre todo para denunciar situaciones en las que la institución tiene que actuar, fue diagnosticada por el estudiante presentando una propuesta de comunicación.

En dicha investigación se utilizó el Método funcionalista y la investigación de campo, lo que ayudó a extraer datos del problema, permitiendo develar los inconvenientes de comunicación y desinformación de la comuna.

Al cierre del proyecto se concluye que la escasez de herramientas y la falta de un plan de comunicación estratégica por parte de la Municipalidad para informar al vecino y seguidores de las plataformas virtuales, generan desinformación en la población, además lo poco que se proporciona por parte de la institución a través del canal que utiliza, se ve limitada por tiempo y espacio, ya que el ruido comunicativo que acompaña los mensajes limita la efectividad.

Como cuarto trabajo se tuvo a la vista la investigación presentada por Santos Galdámes, M. C. (2017). Análisis de la comunicación Facebook y Twitter, utilizando la herramienta *Engagement Rate*, en las elecciones presidenciales del 2015 [Tesis de Grado, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Repositorio Institucional – Universidad de San Carlos de Guatemala. En donde la investigación se enfoca en el análisis de la digital comunicación política, cuya herramienta *Engagement Rate*, fue aplicada en dos redes sociales siendo estas Facebook y Twitter, durante el proceso electoral del año 2015, específicamente en la segunda vuelta electoral para el puesto de la presidencia de Guatemala. En dicho estudio se expuso la comunicación digital realizada por el Expresidente Jimmy Morales y la Excandidata presidencial Sandra Torres, en donde se proyectó el porcentaje de *Engagement Rate* que se logró alcanzar en las Redes Sociales; y donde se tomó en cuenta para el análisis final la opinión de los educandos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala sobre la comunicación política digital y el manejo de las redes sociales por los políticos durante dicho proceso electoral.

Para los fines semánticos del estudio efectuado, la técnica *Engagement Rate* o por su traducción al español; tasa de participación, consiste en obtener la métrica de porcentajes en reacciones, comentarios, y las veces que algún seguidor comparte una publicación en las Fanpage. Esta técnica determina el grado en que seguidores interactúan con la página y a su vez la popularidad que va adquiriendo.

Al final del proyecto se concluye que el papel de *Facebook* y *Twitter* como recursos para realizar campañas políticas sirve para crear afinidad con los grupos objetivos y popularizar al postulante para obtener votos. También reflejó en un grupo estudiantil que el posicionamiento adquirido en Redes Sociales por ambos candidatos persuadió al alumnado a tomar una decisión para poder hacer efectivo el usufructo.

Consecuentemente se investigó, el documento de Torres Montenegro, S. G. (2016). Comunicación virtual en un gobierno municipal en el departamento de Guatemala [Tesis de Grado, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Repositorio Institucional –Universidad de San Carlos de Guatemala. Esta investigación se realizó previo a conferírsele el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, este tema indaga en las Redes Sociales, ya que estas han vuelto cada vez más esenciales y de importancia, por lo que el conocer la comunicación virtual en un gobierno autónomo, mediante la red social Facebook en la institución municipal de San Miguel Petapa fue el escenario perfecto debido a las grandes cifras de personas que utilizan esta plataforma. Para la realización de esta tesis el estudiante utilizó el método descriptivo al buscar cómo es la comunicación virtual en un gobierno municipal, mediante el análisis semiótico, y sus características, para de esa manera efectuar un análisis basado en las fuentes teóricas, así mismo la investigación fue de carácter descriptivo y cuantitativa, ya que se buscaba describir cómo es la comunicación virtual del gobierno local por medio de la plataforma de *Facebook* y medir los procesos y su magnitud. En esta ocasión fue el nivel de interacción de la municipalidad a través de la plataforma *Facebook*.

Finalmente, se revisaron los datos obtenidos por el monitoreo de la página oficial de la Municipalidad de San Miguel Petapa, en marzo del 2019, fue la constante publicación de publicaciones con una breve información, acompañada de imágenes que le daban sustento, sin embargo, los comentarios por parte de las audiencias eran negativas en su totalidad y las respuestas

dadas por parte del encargado de redes, no tenía congruencia con lo solicitado por el vecino, evidenciando la total ineficiencia y el poco provecho de esta Red Social Virtual.

Entre las recomendaciones la estudiante enfatizó sobre la necesidad de capacitar a la persona encargada de la cuenta oficial y de que se tomara la seriedad del caso al ser un Gobierno abierto, además de que se le sacara provecho a las herramientas que ofrece esta plataforma y así incrementar el nivel de interacción de la población y difusión de mensajes, para lograr una mejor aceptación dentro de los públicos, pues durante el análisis de los resultados los seguidores se mostraron inconformes por las respuestas que se les brindaban por parte del personal municipal en las Redes sociales.

De tal manera, que ante dichos antecedentes esta investigación aportó a la institución de manera analítica, si la comunicación digital se está aplicando de manera correcta y cuál es el criterio semiológico que se utilizó al momento de realizar los productos comunicacionales que están dirigidos al público externo, además del análisis en el comportamiento en las masas, mediante los comentarios emitidos en las publicaciones, lo que dio cuenta de la manera en que las personas están asimilando la información.

Por otro lado, al tener el conocimiento sobre las reacciones que se demostraron por la plataforma de Facebook se evidenció cual es el sentir de los vecinos en cuanto a la información que se publicó en junio y julio de la página de Facebook de la municipalidad de Villa Nueva, pues con el conocimiento adquirido se devela el pensar de los públicos y permite ir mejorando los contenidos e ir buscando una manera más adecuada de que el mensaje llegue con mayor aceptación.

1.3. Justificación:

Las redes sociales son ahora una parte integral de la vida cotidiana, proporcionando una corriente constante de información a millones de personas, sin embargo, a medida que las redes sociales han evolucionado a lo largo de más de dos décadas de revolución en la información a través de Internet, tanto los usuarios como las propias plataformas han tenido que adaptarse y comprender a sus audiencias para crear contenido atractivo.

La obtención de nuevos seguidores en las redes sociales no depende únicamente de la plataforma en sí, sino también del tipo de contenido que se crea y publica, en este estudio, se examinó la relación entre los seguidores de las redes sociales de la municipalidad de Villa Nueva; la aceptación de los contenidos publicados, su carga semiológica, así como las reacciones y comentarios de los seguidores en estas plataformas.

En términos de gobernabilidad, el uso de redes sociales es esencial para mantener una conexión con los ciudadanos, ya que la interacción con ellos es crucial; la entidad debe estar dispuesta a enfrentar el escrutinio y la crítica de sus acciones. Por lo tanto, no es suficiente simplemente publicar contenido, sino que es fundamental analizar qué tipo de material se genera y cómo se comunica el mensaje, esto requiere conocimientos profundos para crear materiales informativos efectivos. Por lo que la formación académica desempeña un papel vital en este contexto, ya que se necesitan profesionales capaces de analizar la realidad social y comprender los indicadores necesarios para identificar tendencias y sugerir estrategias efectivas de comunicación; de tal manera que los conocimientos adquiridos en la educación académica son esenciales para llevar a cabo este tipo de investigación.

1.4.Planteamiento del problema:

Los medios de comunicación han transformado la forma en que la sociedad se comunica, desde la prensa escrita hasta la radio y la televisión, Sin embargo, con la llegada de Internet en la década de los noventa, se abrió un mundo de información con poca garantía de veracidad, agravando esta condición con el acceso ilimitado a la información que se consume actualmente.

El surgimiento de las redes sociales virtuales permitió a los usuarios interactuar, acortar distancias y reavivar amistades, algunos aprovecharon estas plataformas para negocios, mientras otros las utilizaron para difundir información y opiniones; actualmente, las redes sociales cuentan con una amplia variedad de seguidores quienes buscan contenido de su interés, lo que ha llevado a un aumento en la hiperconectividad.

En este contexto, las entidades gubernamentales han tenido que adoptar las redes sociales como un medio para informar sobre sus actividades y rendir cuentas; la percepción del público depende en gran medida de cómo se gestiona la información en estas plataformas, y esas mismas maneras en que las personas reciben la información se ve reflejada en la manera de reaccionar y opinar en las publicaciones o bien en el material compartido socialmente.

El gobierno autónomo del municipio de Villa Nueva se enfrenta al desafío de comprender a su público externo y proporcionar un mensaje y contenido apropiado, la pregunta clave en este estudio es: "¿Cuál será el resultado al analizar el contenido de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva, departamento de Guatemala?". Esto refleja la importancia de analizar el impacto de la comunicación en redes sociales y saber cual es la percepción pública.

1.5. Alcances y límites

Ámbito geográfico

El estudio de esta investigación se realizó en el municipio de Villa Nueva, ubicado al sur oriente del departamento de Guatemala a 17 kilómetros del centro de la ciudad, con una extensión territorial de 114 kilómetros cuadrados.

Ámbito temporal

El proceso de investigación y monitoreo se realizó mediante el análisis aplicado a las publicaciones de la página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, comprendido en junio y julio del año 2023.

Ámbito poblacional

Muestra representativa de los seguidores de la Red Social de la municipalidad de Villa Nueva de la página de *Facebook* con 162 mil seguidores.

Ámbito institucional

La investigación se ejecutó en la Municipalidad de Villa Nueva, Guatemala, Dirección de Comunicación Social, área de Redes Sociales.

Límites

Primeras Publicaciones con mayor tendencia en el periodo de estudio en la red oficial de la municipalidad de Villa Nueva, siendo *Facebook*.

2. Marco teórico

2.1 Teorías de comunicación

El fundamento teórico que respalda la investigación a realizar es importante, debido a que es la parte que propugna el conocimiento que se necesita para el sustento de este proyecto, en el libro “Teoría de la Comunicación y Epistemología de la Comunicación y Análisis de la Referencia” presentado por Serrano en 1982, indica que desde entonces la comunidad científica ya confiaba en los fenómenos que surgían desde el punto de vista de la comunicación y su aplicación en otras ciencias, pues estas les ayudaban a desarrollar temas específicos en sus distintas ramas, lo cual fue esperanzador para los especialistas en la comunicación que buscaban fundamentar teorías.

El trabajo teórico de los especialistas en esta rama ha hecho que esto sea una tarea estimuladora, pues esta se ha desplazado de otras ciencias a la disciplina comunicativa, y a su vez es comprometedor ya que los análisis planteados deben de tener el compromiso de satisfacer los criterios que han puesto en ella los científicos, que básicamente es que las teorías deben de establecerse sobre fundamentos epistemológicos sólidos (Serrano, 1982).

De tal manera que en cuanto a las teorías de la comunicación Martín Serrano argumenta: “Teórico no se opone a práctico, ya que una buena teoría es condición necesaria para guiar toda práctica consciente...” (Serrano, 1982, p.92). Además, la comunicación comparte estudio con la Física, Biología, Etología, así como las Ciencias Económicas, Psicológicas, Sociológicas, y las Ciencias de la Cultura; pues esta teoría explica como los individuos controlan el entorno mediante la información.

Las teorías y la capacidad de los seres humanos en darle distintos significados a la comunicación han con llevado a que varios expertos, estudiosos y científicos estudien y aporten a esta rama, esto según Aguado (2004) pues en las teorías de la comunicación e información se ponen en juego distintos significados para un mismo concepto, el cual es visto desde varias perspectivas y de distintas ciencias en donde entra la comunicación siendo esta multidimensional, lo que implica una gran riqueza y ambigüedad al mismo tiempo, pero de acuerdo al escritor esta puede ser vista desde dos enfoques básicos. El ámbito social, social y tecnológico, es decir intercambiar información de

manera activa y el otro es delimitar la interrelación en los distintos ámbitos de la ciencia la palabra comunicación. Mientras que en el documento denominado “Teorías de la Comunicación” presentado por Marín en 2017, indica que los estudios culturales en las teorías de la Comunicación son fundamentales, ya que a partir de allí se puede construir y transformar distintas posturas conceptuales mediante los distintos focos de la realidad.

2.1.1 Teoría de la comunicación funcionalista

El concepto funcionalista es utilizado en varias disciplinas, esto ha permitido que varios autores y expositores coincidan en que el funcionalismo es necesario para que las prácticas en la sociedad mantengan un equilibrio, aunque los efectos en la integración del sistema no sean los deseados, Calderón (2013) plasma que por muy irracionales que parezcan algunas ideas, si estas son para favorecer a la sociedad pueden ser aceptadas en fin el propósito es satisfacer todas las necesidades de las personas.

La Escuela Funcionalista según Serrano (1987) de manera independiente tiene sus orígenes a inicios del siglo XX, pero Spencer y Durkheim, fueron los antecesores mediante el concepto de la sociología en donde el primero aplicó las leyes naturales de la biología en la sociedad, a tal punto de utilizar la etiqueta de Darwinismo Social para que muchos lograran comprender la base de sus ideas.

Los archivos bibliográficos dan cuenta de la multitud de textos que versan en cuanto a la Teoría Funcionalista, que actualmente construye un proyecto integral que concentra el funcionamiento de la comunicación social y como se establece, pues desde este punto de vista las necesidades sociales van junto a la imperiosa necesidad de comunicarse, siendo objeto de estudio los Medios de Comunicación ya que se busca la relación que estos tienen a nivel individual y colectivo (Calderón, 2013).

Es así como Serrano (1987) indica que desde la teoría funcionalista se pueden reconocer estudios y enfoques sobre cómo los medios de comunicación inciden en las conductas sociales, pero también cómo estos se hilvanan a tal punto de producir lo que emerge de la sociedad, ya que estos

contemplan objetivos para sus audiencias desde el pasado, presente y futuro.

Empero en las teorías de la comunicación, así como en las otras disciplinas que cuentan con sus fundadores, el funcionalismo visto bajo el lente de la comunicación se le atribuye a Harold D. *Laswell* y *Paul Lazarsfeld*. El primero decía “Las respuestas humanas a los medios de comunicación masivos son uniformes e inmediatas”. (Marín, 2017).

Este mismo autor aduce que esta teoría emerge aproximadamente en los años de 1920, posterior a la finalización de la Primera Guerra Mundial en 1918, y que sirvió para estudiar la influencia de las propagandas y la mediatización que estas tuvieron durante el conflicto, pues la comunicación sirvió como un mecanismo para persuadir y manipular en los colectivos ideas, así como instaurar ideologías y objetivos predeterminados.

Así mismo, en el documento denominado “Teoría del Periodismo” presentado por Martínez en 2012, indica que los efectos que tienen los mensajes de los más media al público generan conductas inesperadas, ya que es aplicado el modelo denominado formula de *Lasswell*, el cual indica que este es un tipo unidireccional, basándose en las preguntas “quien dice qué” “en qué canal” “a quién” y “con qué efecto”, cifrando información con algún tipo de código, tomando en cuenta las dimensiones, cognitiva, social y semiótica.

Bajo esta teoría el principal actor es el emisor, quien es el encargado de manera intencionada difundir u un mensaje a un receptor quien en este caso es el público que de manera inconsciente e incapaz puede reaccionar ante el mensaje enviado; lo que promueve una conducta irracional ante ciertos eventos. Esto evidencia la unidireccionalidad al no haber una retroalimentación y permite la conducción segura de las masas al objetivo propuesto (Marín, 2017).

Mientras que, por otro lado, el sociólogo *Paul Lazarsfeld*, desarrolló un estudio cuantitativo en las audiencias tomando en cuenta los perfiles y preferencias, ya que el agregó un criterio al modelo de *Laswell*, el cual fue el de entretenimiento, además con el estudio que denominó investigación administrada, concluyó que los efectos de los medios de comunicación en las masas, responden a los intereses de las instituciones que tienen la capacidad económica de financiarlos (Aguado, 2004). En esa misma línea el escritor continúa indicando que al esquema de *Laswell*, *Lazarsfeld* agrega el

entretenimiento como una función importante, la cual denomina como disfunción narcotizante, que básicamente es utilizar a los medios de comunicación como un instrumento en donde se pueden difundir mensajes con gran poder a las masas, además añade que los más media tienen una función otorgadora de status o prestigio, refuerzo de las normas sociales, informadora, interpretadora, transmisión cultural, entretenimiento, refuerzo de las actitudes personales y disfunción narcotizante, el funcionalismo comprende los procesos sociales y las funciones que los configuran sobre la base de un modelo general del equilibrio y el control" " (Aguado, 2004, p. 170).

En el libro “teorías Sociales de la comunicación” presentado por Caballeros en 2016, define el funcionalismo comunicativo bajo las ideas de Robert Merton como una teoría sociológica la cual es enfocada al estudio de eventos observables, ya que los medios de comunicación son creados como instituciones que se encargan de cubrir algunas necesidades.

Así mismo el fin de estos es ir generando una concepción de la realidad, la cual está a cargo de las grandes instituciones que tienen capacidad en recursos para ir saldando la financiación de sus mensajes, pero a la vez surge un fenómeno social que afecta al sistema tanto a nivel colectivo como cultural y es que según caballeros la sociedad cuenta con tres pilares en el proceso de comunicación, el primero sería aquel encargado de vigilar todo lo referente al ámbito político y del Estado, el segundo es aquel que organiza las respuestas a los mensajes enviados por el primero y un tercero que son los mensajeros que van dirigidos a los colectivos más jóvenes, al final el propósito es ver las situaciones como normales como un consumo informativo.

2.1.2 Evolución de la perspectiva funcionalista

Desde sus fundamentos la teoría funcionalista según Aguado (2004) indica que esta ofrece los instrumentos necesarios que han sido útiles para optimizar los medios en favor de una intervención social, para legitimar poderes o vender productos y servicios, esta teoría que se desprendió de la teoría conductista, aduce que el comportamiento del ser humano son las asociaciones de los estímulos y respuestas al condicionamiento dando forma a lo que se aprende o a las influencias ambientales.

Mientras que en el texto “teorías Sociales de la comunicación” presentado por Caballeros en 2016,

indica que las relaciones sociales son prácticas constituidas por medios y que cada vez más hay retroalimentación debido a que el método de Lazarsfeld contaba con un criterio más que era el control de audiencias, mismo que actualmente genera esa adquisición de información en doble vía, pues los contenidos ahora cuentan con un porcentaje de difusión y existen estudios de mercado.

Un paso evolutivo de esta teoría consiste en que el mensaje que llega a los receptores se ve filtrado por el contexto social en el que se desenvuelve la persona o colectivo, de allí la importancia de un líder de opinión, quién es el encargado de catalizar a los grupos sociales, al utilizar contenidos difundidos por los distintos medios que logran captar grandes audiencias, vinculándolos con un interés mutuo que sirve como un punto de conexión.

Respecto al desarrollo de estudios en el funcionalismo Aguado (2004), argumenta que los enfoques funcionalistas se han incursado en un nuevo ámbito, es decir bajo la lupa del análisis del proceso comunicativo, ya que se cuestionan que hace el medio con los públicos, a preguntarse qué hace el público con los medios, emergiendo con eso la Teoría de los Usos y Gratificaciones.

Esta teoría básicamente se enfoca en las personas como consumidoras de los medios, pero a diferencia de las otras posturas, plantea que los públicos se encuentran activos y son selectivos orientando el uso de los medios a satisfacer sus necesidades de manera individual y social, así mismo, Saperas (1989), citado por Aguado 2004, hace un breve resumen de las funciones de la Teoría de los Usos y Gratificaciones que son:

- a) Función de escape o disminución de la ansiedad
- b) Función de compensación emocional
- c) Función de compañía
- d) Función de información
- e) Función de reafirmación individual influencias y mediaciones, del medio al grupo y de grupo, através del líder de opinión, al individuo (Aguado, 2004, p. 175).

Es bajo esa vertiente propuesta que se define a las personas como consumidoras de productos comunicativos que satisfacen deseos y necesidades específicas, viendo a los públicos como receptores activos que controlan su consumo en los medios y no son receptores pasivos de mensajes.

2.1.3 Teorías cibernéticas

Las principales ideas acerca de la Teoría Cibernética en las Ciencias de la Comunicación, fueron fundamentadas desde los años 40, posterior a la Segunda Guerra Mundial y el cual es atribuido a un matemático quien aportó a que este concepto fuera visto desde otro punto de vista, el cual se encuentra descrito en el libro “Cibernética y Sociedad” presentado por Norbert en 1958, donde se desarrolla una tarea de investigación sobre la teoría de los mensajes, ya que existe un campo más extenso en la emisión de mensajes, el cual trasciende a los aparatos y seres humanos mediante un lenguaje. Bajo este estudio los mensajes enviados y recibidos pasan a un segundo grado, pues lo que importa es el mensaje que el receptor entiende y el contenido de información.

Este mismo autor en una exhaustiva tarea por dilucidar este fenómeno descubierto, lo con llevó a reunir varias teorías de manera lógica, lo que permitió fundamentar la cibernética como una ciencia de la comunicación en donde la información ayuda a entender a la humanidad y la manera en que este se relaciona, es por esto que bajo la perspectiva cibernética la comunicación como ciencia es la relación entre los fenómenos que logra distinguir su esencia natural, por lo que el estudio no se tiene que enfocar como un saber más, por lo contrario debe de ser tomada como un común denominador con los que cuentan las disciplinas.

La Cibernética de acuerdo a Norbert (1958) se definió teóricamente como el estudio de los procesos de comunicación y de control en sistemas biológicos, mecánicos y artificiales” y su raíz etimológico se deriva de kybernetes, que traducido es timonel o gobierno por tal razón, el concepto comunicación es relacionada con las concepciones de control, regulación y dominio, esta corriente teórica indica que la información concreta, tiene como resultado que un mensaje enviado es más fácil de comprender para el receptor, En el escrito “De la Cibernética al Imaginario” presentado por Islas en 2008, texto fundamentado por Wiener, indica que esta teoría se encuentra dentro de las primeras siete fuentes sobre el pensamiento entorno a la comunicación, pues es un punto de partida para estudiar el impacto de la información y el conocimiento que este deja en las personas, ya que el mensaje que alguien o algo envía es procesado por factores en donde la rama de la psicología entra en juego, así como el sistema nervioso.

En este mismo documento se entiende por información a todo aquello que se intercambia con el mundo externo, es decir cuando se recibe y se procesa alguna información de cualquier carácter, no hay manera en que no haya una reacción por parte del receptor, por tal razón el manejar información adecuada ayudará a que se viva de manera efectiva, así pues, la comunicación influye en la vida interna y social de los individuos (Luhan, 2008).

“Tras su análisis comparativo, Wiener concluyó que todo ser, ya sea biológico, artificial o mecánico, puede definirse por la naturaleza de los intercambios de información que sostenga con su ambiente: todos son entes informacionales. En este sentido, el propósito de la cibernética fue comprender los “comportamientos de intercambio de información”, una expresión que Wiener asimilaba paulatinamente al término comunicación. Para Wiener: “La comunicación es concebida como un comportamiento de información, en perpetua reacción con su ambiente” (Castañeda, 2015, p. 89).

2.2 Comunicación Digital

La comunicación digital en palabras de Arango (2013) es un proceso dinámico, globalizado y convergente que intensifica la producción, distribución y consumo de contenido, revolucionando las interacciones sociales, culturales, políticas y económicas, permitiendo comunicar con eficiencia y eficacia la imagen de una marca, en donde gestionar proyectos, mediatizar la información y acrecentar su alcance e incidencia es importante.

La comunicación digital constituye procesos tecnológicos que establecen nuevas formas de construcción y transmisión del mensaje, utilizando nuevos medios y creando nuevas dinámicas de relaciones sociales. En este ámbito la sobreoferta de contenido construye nuevas comunidades de consumidores y audiencias de acuerdo a intereses particulares. El desarrollo de estos procesos surge por las necesidades comunicativas del espionaje durante la guerra fría, sin embargo, su comercialización inicia a finales del siglo XX con la revolución del mercado de los códigos binarios y la producción de dispositivos con lectores ópticos y unidades de almacenamiento, codificación, transporte y decodificación de la información. Posteriormente surge Internet y los

dispositivos móviles que convirtieron la comunicación en “una nueva forma de conocer y aproximarse a la realidad virtual” (Arango, 2013, p.676).

Esta evolución de la comunicación, además de permitirle al usuario seleccionar los contenidos de su preferencia, ha mediatizado la información y “revolucionado la tendencia de una comunicación centrada institucionalmente en los medios media centrista para redefinirla socialmente en escenarios de redes abiertas y colaborativas” (Arango, 2013, p.676). En este contexto, el proceso comunicativo permite una autonomía relativa de la audiencia, condicionada por aspectos económicos, políticos, culturales y sociales, es decir, “ser sujeto es ser autónomo siendo, al mismo tiempo, dependiente” (Morin, 2000, p.97). De acuerdo con la UNESCO (2005) este mundo emergente y cambiante de la comunicación digital, las nuevas generaciones desempeñan un papel importante, porque “suelen hallarse a la vanguardia de la utilización de las nuevas tecnologías y contribuyen a insertar la práctica de estas en la vida diaria” (p.18). Si bien es cierto que, el ser humano necesita constantemente adaptarse a las características y exigencias de la comunicación digital, es más importante que ella se adapte a las necesidades de sus usuarios.

Además, La constante evolución de las formas de producir, compartir, consumir y modificar la información ha revolucionado las relaciones sociales y originado el desarrollo de plataformas digitales que integran nuevas formas de análisis de la comunicación digital y trascienden los paradigmas clásicos (UNESCO, 2005).

2.2.1 Redes Sociales Virtuales

Las redes sociales virtuales son estructuras desarrolladas para crear comunidades de personas u organizaciones con intereses comunes, según Orozco (2007), estas pueden ser horizontales o verticales. En el primero, se comparte todo tipo de contenido; y en el segundo, los contenidos son específicos. Dicho concepto se fundamenta en la teoría de los seis grados de separación, propuesta por Frigyes Karinthy (1930), citado por Orozco 2007 en donde explica que toda persona puede estar conectada a otra en cualquier parte del planeta por un máximo de cinco intermediarios, conectando a ambas con seis enlaces. En este contexto surgió la web 2.0, más conocida como Redes Sociales, dando origen a las plataformas digitales, desde *Classmate* hasta *Tik-Tok*.

Las plataformas digitales han impulsado una sociedad de servicios más segmentada con una atención personalizada, con consumidores interconectados y participativos. En este aspecto, Orozco Gómez (2007) exterioriza que los cambios que experimentó el proceso comunicativo son más que cambios estructurales de las relaciones sociales, son evoluciones que gradualmente definen una cultura comunicacional antes que mediática.

En el ámbito de la comunicación digital, el surgimiento de las plataformas digitales innovó el mundo de las interacciones sociales y de las relaciones económicas, sin embargo, ha generado cierto grado de dependencia de los usuarios y reducido, casi invisibilizado la línea que divide la información de la desinformación, de lo real y lo no real es decir “La comunicación digital nos ha conducido al mundo de las experiencias y las sensaciones mediadas por dispositivos comunicativos que podrían terminar alejándonos del contacto con la realidad y, consecuentemente de la verdad” (Arango, 2013, p.691).

Por otra parte, el autor expone que el constante crecimiento de las redes sociales ha establecido nuevos retos para los gobiernos en materia de políticas de regulación y estudios económicos que determinen los límites y alcances de las empresas, la clasificación de las audiencias y regulen la producción y distribución de contenidos.

En este sentido, el favorecimiento de intereses económicos o ideológicos permite cuestionar la libertad de expresión, vulnerar la privacidad y faltar a la restricción de contenidos.

De Ugarte (2011) expone que todo integrante de una red social puede decidir sobre el contenido que comparte y consume, pero no puede hacerlo con el de los demás, brindándole la capacidad de procesar y producir información, y una relativa autonomía que le permite seleccionar los contenidos de su preferencia de acuerdo a sus intereses sociales, económicos e ideológicos. Sin embargo, Morin (2000) al explicar el principio de la recursividad expone que la interacción de los individuos produce la sociedad que los produce a ellos, es decir, en esta interacción de las redes sociales, el usuario es producto y productor.

En el libro “Adapta tu Comunicación a las Redes Sociales” presentado por Irene Guittin, 2017, indica que la comunicación contemporánea se puede entender en dos enfoques fundamentales: uno "telegráfico" y otro "orquestal"; en el primero, un emisor transmite un mensaje de manera unidireccional a un receptor. Aquí, la publicidad es un ejemplo claro, donde las instituciones difunden su mensaje y el público actúa como receptor pasivo. Mientras que, en el segundo, la concepción "orquestal" implica una comunicación más compleja y bidireccional. Aquí, varios individuos emiten información en una red, y todos los participantes pueden percibir y reaccionar a dicha información en un sistema de intercambio y reciprocidad. Las Redes Sociales son un ejemplo de esta comunicación orquestal, donde las interacciones, reacciones y tiempos de respuesta tienen significado.

La transición de la comunicación tradicional hacia la comunicación en redes sociales refleja este cambio de enfoque. Al emplear las redes sociales, las instituciones pasan de una comunicación unidireccional a una interacción más compleja. Esto requiere considerar la individualidad de los receptores y estar dispuesto a participar en conversaciones activas con el público en lugar de simplemente transmitir mensajes (Guittin, 2017).

La razón por la cual un número creciente de organizaciones emplea las redes sociales en su estrategia de comunicación radica en las múltiples ventajas y oportunidades que esta herramienta proporciona, entre ellas se encuentra la viralidad, La amplia difusión que algunas redes sociales alcanzan a nivel global las convierte en herramientas de divulgación excepcionales; gracias a las conexiones interminables, es posible difundir información a un número impresionante de personas en un lapso corto, y es que en esencia, se trata de llevar el principio del boca a boca a un extremo máximo; como es evidente en la vida cotidiana, desde la aparición de las redes sociales, la información puede dar la vuelta al mundo en cuestión de segundos. Se propaga de manera exponencial, como un contagioso virus (Guittin, 2017).

Uguarte, (2011), indica que Actualmente, se está experimentando una transición de redes descentralizadas a redes distribuidas, esta transformación se manifiesta en diversos ámbitos: en la

comunicación resalta una crisis en los sistemas informativos tradicionales como agencias y periódicos; en la cultura, observamos una crisis en el modelo industrial predominante del cine, el libro y la música; en el ámbito democrático, surgieron movimientos de participación cibernética ciudadana; y en contextos de conflicto, estamos avanzando hacia un nuevo paradigma. Este cambio se refleja también en la esfera de las identidades colectivas, donde están emergiendo comunidades con un enfoque más cercano a las antiguas comunidades locales que a los grandes imaginarios nacionalistas propios de la Modernidad. En este sentido, estamos experimentando una evolución de las naciones hacia las redes como nuevas formas de organización y pertenencia.

2.2.2 Facebook

Esta red social virtual fue una de las que revolucionó al mundo en cuanto a comunicarse y en cuanto a difundir mensajes, aunque ya es del conocimiento de muchos el origen de *Facebook* en este apartado se presenta una breve reseña, la cual se fundamenta en el libro "Nacimiento de *Facebook*" presentado por Ben Mezrich en 2012, en donde se describe la historia de Mark Zuckerberg y Eduardo Saverin, quienes bajo esta narrativa realizada por uno de los inventores explica que esta plataforma fue creada para relacionarse de manera virtual en una Universidad que nació ante actos de segregación que padecían los autores al no encajar en los estándares sociales de la Universidad de *Harvard*, y carecer de renombrados apellidos que los dejaba al margen de una cordial atención de sus compañeros, lo cual dificultaba que entablaran relaciones sociales con otros estudiantes, los llevó a que encontraran refugio en las computadoras, en las matemáticas y la tecnología.

Según Mezrich (2012) esto con llevó a la creación de *Facebook*, la cual surgió cuando Mark Zuckerberg y compañeros de cuarto en la Universidad de Harvard, como Andrew McCollum, Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz, se unieron para crear una plataforma en línea; la génesis de *Facebook* radica en la necesidad de ofrecer a los estudiantes un espacio en línea donde pudieran construir perfiles personales, añadir amigos, compartir fotografías y detalles sobre sí mismos, y participar en interacciones sociales en un entorno virtual; aunque las redes sociales ya existían en la web, la distinción de *Facebook* se basó en su enfoque en conectar a personas reales dentro de contextos académicos, antes de expandirse gradualmente a otros ámbitos.

El 4 de febrero de 2004, lanzaron el sitio web bajo el nombre "*The Facebook*", con la intención original de proporcionar a los estudiantes de Harvard un espacio virtual para conectarse y conocer a otros estudiantes en el campus.

Facebook es la red social más icónica y ampliamente reconocida, indiscutiblemente lidera en términos de cantidad de usuarios. Más allá de su innegable popularidad, Irene Guittin (2017), enfatiza que esta red social virtual ofrece la ventaja de posibilitar la creación de una página profesional independiente de la cuenta personal, esto permite a las instituciones transmitir oficialmente sus noticias y eventos; de hecho, mediante notificaciones, cada seguidor de las páginas recibe información sobre todas las publicaciones que el emisor haga, ya sean comentarios, imágenes, videos o enlaces, entre otros tipos de contenido, lo que es aún más beneficioso, es que estas personas tienen la capacidad de reaccionar, brindando la oportunidad de responder a sus interacciones.

Por otro lado, esta plataforma con el tiempo ha evolucionado y con ello han venido muchas otras, pero *Facebook* sigue siendo una de las más utilizadas, en el libro "El Poder de las Redes" el cual fue presentado por David de Ugarte, en 2011, relata como antes una estructura informativa y el poder tenía un enfoque descentralizado, con poderes jerárquicos, instituciones y figuras con capacidad de filtro, no obstante, las tecnologías de publicación están orientando este sistema hacia una forma distribuida, en la que cualquiera puede descubrir, identificar y comunicarse con cualquier otra persona, *Facebook* es una herramienta de difusión masiva que ha aportado a que las masas puedan conectarse y compartir ideas, por lo que a esta red se le han atribuido grandes movimientos de personas que han logrado hacer incidencia en sus países, pues a esto se le añade el ciber activismo que es una táctica para crear alianzas temporales de individuos que, aprovechando las herramientas en línea, generan suficiente información y debate para que este trascienda la blogosfera y afecte la vida cotidiana o el comportamiento de un número significativo de personas, es por ello que

plataformas como *Facebook*, tienen la capacidad de difundir mensajes que lleven a movilizar masas y varios expertos señalan que no son adecuadas para fomentar una deliberación que lleven a nuevos consensos en un común acuerdo (Ugarte, 2011).

2.2.3 Seguidores en las redes

En el contexto de las redes sociales, Ariel Gurevich (2016), indica que los "seguidores" son personas que han optado por conectar con perfiles y recibir actualizaciones de las publicaciones y actividades en la plataforma, cuando una persona decide seguir en una red social a alguien, significa que ha expresado interés en los contenidos que se postean y desea mantenerse al tanto de lo que se comparte. En la mayoría de las redes sociales, el número de seguidores es un indicador de la cantidad de personas que están interesadas en los distintos perfiles y sus publicaciones en cuantos más seguidores tengan, mayor será la audiencia a la que llegan los mensajes, es importante destacar que este concepto de "seguidores" puede variar según la plataforma; ya que influyen en la presencia de las redes sociales; pues Algunas personas o marcas pueden centrarse en aumentar su número de seguidores como parte de su estrategia de marketing y así ampliar su alcance en línea.

De acuerdo con Gurevich (2016), *Facebook* desempeña un papel clave al contribuir con el 52% del contenido compartido en línea. En términos técnicos, la plataforma emplea lo que se denomina "cultura del embed" o incrustación, permitiendo la inserción de contenido alojado en otros sitios, como vídeos de YouTube o fotos de Instagram, ahora bien en relación a la obtención de noticias, el 47% de los usuarios de *Facebook* obtienen la mayor parte de sus noticias a través de esta red social, lo que hace que estos datos sean significativos por dos razones principales, en primer lugar, dado que el 52% del contenido se comparte a través de *Facebook*, esta plataforma se convierte en un entorno altamente interactivo, lo que podría describirse como una forma de cultura ram, esto según (Muller,2014 citado por Ariel Gurevich, 2016).

En segundo lugar, es relevante destacar que las publicaciones de un usuario en *Facebook* solamente llegan a una parte de sus amigos en los inicios, específicamente a aquellos que han interactuado previamente con dicho usuario; este fenómeno tiene como resultado que las personas

con las cuales uno no está de acuerdo, no comenta o no les da "me gusta", gradualmente desaparecen del flujo de noticias, creando una especie de cámara de eco auto afirmante que refleja las creencias y preferencias (Muller, 2014 citado por Gurevich, 2016).

Este mismo autor hace un análisis, al indicar que las personas experimentan malestar cuando sus creencias o actitudes están en conflicto con sus acciones, por lo que Los seguidores pueden influir en la forma en que los usuarios gestionan esta disonancia al interactuar con su contenido (Gurevich, 2016).

Otra cuestión que muchas instituciones tienen en cuenta con los usuarios de las distintas redes sociales es el valor económico de los seguidores, así como en el caso de una página de Facebook, diversas empresas han realizado análisis al respecto, ya que las campañas efectivas en *Facebook* han demostrado aumentar los indicadores en cuanto a la rentabilidad que se establecen previamente, así como la lealtad de los clientes, pues un dato relevante según este autor se estima que cada seguidor tiene un valor entre 4 y 68 euros (Merodio, 2010).

Mientras que la información recopilada de los seguidores en las distintas redes sociales, con lleva a que entidades que se encuentran en el mercado creen contenidos para ofrecer a la demanda servicios que tengan valor a través de la personalización, pues cada usuario busca identificarse con contenidos, y que al final es lo que lo termina haciendo seguidor de una red social o de una página (Ariel 2016).

2.3 Semiología

El documento denominado “Semiótica y Teoría de la Comunicación. Tomo I” presentado por Vidales en 2010, señala que los estudios y antecedentes de la semiótica a inicios del siglo XIX y XX, Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure, comenzaron con este tema, por lo que se les reconoció como los fundadores de la semiótica, no obstante, desde los estoicos se inició con la teoría sistemática de los signos; y fueron quienes se dedicaron minuciosamente a estudiar lo referente a los signos (Vidal, 2010).

Este mismo autor da cuenta que durante los años que se ha dedicado a investigar esta ciencia, intuye que el ser humano en su desarrollo, tiene la capacidad de reconocer que hay signos a los cuales les ha dado una lectura para su supervivencia, siendo posible una comprensión en todo aquello que le rodea, así mismo argumenta que en los años cincuenta y sesenta el objetivo del estudio de los signos se apoyó en las nociones del estructuralismo fundamentado en las propuestas de Saussure, quien definió a la Semiología como “la ciencia que estudiara la vida de los signos en el seno de la vida social” (Vidal, 2010, p. 75)

Por otra parte Vidal expone que Charles Peirce presenta un modelo en donde la lógica y lo filosófico se mezclan con el propósito de reflexionar la construcción de una manera específica de pensar, pues el signo es una representación que parte de una idea cognitiva y que este es el elemento primario del proceso semiológico, el cual conlleva a una acción que busca una representación mental que busca ser interpretada y que no siempre el signo representará en su totalidad a aquello en lo que se hace referencia, por ello Peirce indicaba que “la única forma en que el pensamiento puede ser encontrado es a través del pensamiento en signos, pero de cualquier forma, sólo mediante los hechos externos el pensamiento puede ser conocido completamente” (Peirce, 1935 citado por Vidal, 2010).

El Autor estadounidense Noam Chomsky (2000) desde otra perspectiva utiliza el concepto “expresiones lingüísticas” que básicamente es utilizar la lengua para verbalizar signos y refiere que cada una de estas expresiones son “un conjunto de propiedades” (p. 15) además expone que de manera técnica un lenguaje tiene la capacidad de generar infinitas expresiones, por lo que a la teoría de un lenguaje se le denomina “gramática generativa”; que según el autor es la capacidad intrínseca del ser humano en poder expresarse y de entender los significados del mensaje, esto debido a la gramática establecida que cada individuo tiene en la mente, es decir son las reglas que establece las manifestaciones lingüísticas de una lengua, dando el significado de lo que se habla (Chomsky, 2010).

Las representaciones del sonido y del sentido es una adición a lo ya expuesto por Noam Chomsky, lo que en pocas palabras y de manera muy sintetizada es una interpretación mental que asocia nuestro cerebro por medio de una cadena lingüística apoyándose del sistema fonológico, en donde

“los sistemas conceptuales dan acceso a determinados aspectos de las expresiones, que nos permiten a la vez hacer todo lo que se hace con el lenguaje: expresar los pensamientos, hablar acerca del mundo” (Chomsky, 2000, p. 32).

Sin embargo, los aportes relevantes en el campo de la semiología de los últimos años que ha realizado Humberto Eco son dignos de resaltar, pues a él se le atribuyen el nacimiento de la semiótica de la cultura, pues esta concepción parte de tres fenómenos normalmente aceptados en el ámbito cultural “a) la producción y el uso de objetos que transforman la relación hombre-naturaleza, b) las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales interinstitucionalizadas y, c) el intercambio de bienes económicos (Vidal, 2010, p. 79).

De esa cuenta, de acuerdo con Vidales (2010) emergen dos tipos de hipótesis en donde la cultura se debe de estudiar como un fenómeno semiótico y la concepción cultural puede estudiarse como actividades semióticas. Por otra parte en otro artículo consultado de Vidales (2009), indica que varios estudiosos que se han dedicado a estas líneas de investigación, aducen que la semiótica inicialmente fue estimada como una ciencia de la comunicación, sin haber tomado en cuenta que esta se establece desde otras disciplinas, pues permite encontrar una explicación en las relaciones que existen entre lo biológico y su extensión hasta lo social, ya que a este nivel es factible trazar la relación y disparidad entre la semiosis y la comunicación.

En el artículo “La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación” realizado por Gumbrecht (2005), como se citó en Vidales (2009) infiere que al realizar un estudio sobre todo el campo que abarca el aspecto comunicativo, refiere a la semiosis como una evocación por medio de signos, que a diferencia de la biosemiótica concibe a la vida como la interpretación de información mediante la genética, apoyándose en la lingüística y en la acción de los signos; por otro lado la semiosis le da cabida a la semiosfera que técnicamente es la representación de los signos que son conformados por un espacio que se encuentra a su vez limitado por otro espacio, en donde la interacción es gracias al significado de los signos que los humanos le dan; es de esa manera que se concluye que la semiótica permite a la comunicación establecer una serie de pasos biológicos y psicogenéticos en los organismos con la sucesión social, lo que le permite tener relaciones de comunicación sobrepasando los límites humanos.

De tal manera que según Vidales (2009) la construcción de la semiótica es la reproducción de una serie de procesos conceptuales, basados en modelos y principios teóricos que permite dar una interpretación a los signos que ayudan a que el conocimiento pueda interpretar el mundo natural y cultural. Sin embargo, la semiótica busca analizar el aspecto biológico y su extensión hasta lo social y cultural en cuanto a los humanos.

En el libro “Semiótica y Filosofía del Lenguaje” presentado por Eco en 1984, indica que el análisis y filosofía de la lengua, así como los sistemas de signos son importantes para comprender temas filosóficos y de la metafísica, pues todo filósofo contemporáneo y de la antigüedad ha creado una propia línea semiótica que ayuda a que el conocimiento de los seres humanos se limite a la física, ética y semiótica. Las filosofías del lenguaje desde los estoicos han abarcado los signos en casi toda su complejidad semiótica; sin reducirla a las líneas de la lógica, lenguaje, ni al aspecto de la semántica, sintaxis y la pragmática

Según el autor una semiótica específica se compone de una gramática que es compuesta por un sistema de signos, sin embargo, al cuestionarse que vínculos existen entre la semiótica y filosofía del lenguaje, primero es menester saber distinguir entre semióticas específicas y semiótica general, pues dentro de estos estudios no se puede obviar los usos lingüísticos, que es de donde emergen muchos signos y es de donde se pueden concluir muchas cosas, ya que cualquier entorno natural puede ser interpretado como un signo. “la semiótica, por tanto, no se ocupa del estudio de un tipo particular de objetos, sino de los objetos corrientes en la medida en que participan en el proceso de semiosis (Morris, 1938, citado por Eco, 1984).

Los sujetos son la réplica del mundo que se reproduce mediante los signos, pues la comunicación y la significación por medio de la semiosis, le establecen al sujeto un patrón sobre el que es y como pensar. “El sujeto es lo que los constantes procesos de resegmentación del contenido le hacen ser” (Eco, 1984, p. 62). Mientras el signo es el proceso que utiliza como instrumento a la semiosis que permite una construcción y desconstrucción del sujeto.

2.3.1 Signo

Gran parte de la semiótica es atribuido al norteamericano Charles Sanders Peirce quien con su gran trabajo conceptualizó a esta ciencia como “la doctrina de la naturaleza esencial de las variedades fundamentales de toda posible semiosis.” (Vidales, 2010). Varios de sus aportes se fundamentan en *Emmanuel Kant* y de algunos escolásticos como lo son *William de Ockham* y *Duns Scotus*. El autor, al igual que Aristóteles adoptó la idea de que los símbolos es el vehículo perfecto por donde se puede comunicar y expresar el universo.

Este mismo autor debate también que está mal conceptualizado asegurar que para exteriorizar un pensamiento es necesario contar con un buen lenguaje, pues la concepción del signo es el desarrollo lógico con el que se construye y se comunica el conocimiento, debido a que los pensamientos se hilvanan por medio de los símbolos., de tal manera que los pensamientos que son comprendidos son aquellos manifestados en signos; y sin no puede ser comprendidos o entendidos, no existen. (Pierce, 1907, citado por Vidales 2010).

Este mismo autor durante el desglose de la investigación refiere que la semiótica se define como “el estudio analítico de las condiciones particulares de los signos y su intención es discernir cuáles deben ser los caracteres de todos los signos y qué debería ser lo definitorio de los signos en cada uno de los casos” (Peirce, 1907 citado por Vidales 2010). Pues en palabras de este autor a la semiótica antes de considerarla como una disciplina formal a priori es menester comprender que es una disciplina y a posteriori saber que es la formalidad y así de esa manera encajar el concepto de la semiología según sea el caso.

La teoría de Peirce da cuenta que un representamen o signo es una representación mental que alguien hace al enunciar algo pues, el signo se posiciona en lugar de algo haciendo referencia a la idea, de tal manera que Peirce agrega tres elementos que permiten una mejor interpretación de la semiosis en donde el representamen, el objeto y el interpretante, tienen un nexo ; es decir que en primera se apela a la mente con las cualidades del objeto, en segunda es aquello concretamente de lo que se ha experimentado y en tercera es la relación que existe entre el signo, objeto y el interpretante (Vidales, 2010).

Mientras que en el documento denominado “Signo” presentado por Eco en 1973, aduce que existen objetos que representan signos de manera directa, como las palabras, ciertas abreviaturas, algunas convenciones de señalización, pero no se debe de dejar por un lado aquello que no se puede hilvanar en dicha categoría como la percepción de experiencias, la capacidad de deducir hipótesis y hacer predicciones basadas en experiencias, desde la perspectiva que se aborda, el mensaje es igual al signo, pues, De hecho, un mensaje puede representar en su máxima expresión la estructura elaborada de múltiples signos.

De tal manera que si en el desarrollo de una comunicación, donde el código sea nulo y cuya significación esté ausente, se minimiza a un proceso de estímulo respuesta en donde por consecuente el signo carece, debido a que este no se fundamenta precisamente al estímulo, es por ello que la semiótica se propone llevar a cabo una tarea que usualmente se le atribuye a la filosofía, ya que esta última ha cometido el error de mezclar en su propio lenguaje las funciones que los signos desempeñan. Una manera que ha sido aceptada de manera científica al referirse al signo es la considerada desde tres ángulos. La primera es bajo la perspectiva de la semántica, que relaciona el estudio de cómo los signos se enlazan con sus significados en el contexto del lenguaje y la comunicación; en segunda la sintáctica, que se ocupa de cómo los signos se combinan entre sí según reglas específicas para crear estructuras coherentes y gramaticalmente correctas; y en tercera la parte Pragmática, en donde el signo es vinculado desde sus orígenes y el efecto que se tiene sobre los destinatarios y el uso que hacen de sus interpretaciones (Eco, 1973).

En el libro “Tratado de Semiótica General” presentado por Eco en 1975, plantea un análisis de lo que es y no es signo, para concluir en el concepto de Función Semiótica bajo el fundamento de un marco teórico de los códigos, lo que permite diferenciar entre significación de ‘comunicación, pues inicialmente, una Semiótica de la Significación es la que se desprende de la teoría de los códigos y por otro lado una Semiótica de la Comunicación es la desarrollada por la teoría de la producción de los signos.

Dicho texto aborda la relación entre la semiótica, la comunicación y la significación, en donde inicialmente, se plantea que la descripción de un campo semiótico puede parecer una lista de comportamientos comunicativos, lo que sugiere la hipótesis de que la semiótica estudia los procesos culturales como procesos de comunicación, no obstante, se argumenta que cada proceso comunicativo se sustenta en un sistema de significación subyacente.

Además, se enfatiza que es crucial aclarar la distinción entre la semiótica de la comunicación y la semiótica de la significación para evitar malentendidos y superar la división teórica ya establecida por algunos estudiosos, de tal manera que el proceso de comunicación se realiza a través de un código, que es un sistema de significación que relaciona entidades presentes y ausentes. La significación ocurre cuando algo presente representa otra cosa a partir de reglas subyacentes, independientemente de la percepción o interpretación del destinatario (Eco, 1935). Se sostiene que un sistema de significación es una construcción semiótica autónoma con existencia abstracta, independiente de la comunicación. Si bien es posible una semiótica de la significación independiente, no es factible una semiótica de la comunicación sin referencia a la significación. A pesar de las diferencias metodológicas entre ambas perspectivas, reconociendo que, en los procesos culturales, estos dos fenómenos están estrechamente vinculados (Eco, 1975).

2.3.2 Análisis Semiológico

Para fines del análisis que se investiga, en el texto “La Estructura Ausente” presentado por Umberto Eco en 1968, junto a otros teóricos fundamentan un perfil que establece que, al analizar un mensaje estético desde la perspectiva semiótica, es necesario transformar los elementos expresivos en elementos de comunicación basados en códigos, ya sean observados o discutidos. La semiótica, o teoría general de los signos, también aborda los fenómenos lingüísticos desde los ángulos sintáctico, semántico y pragmático, teniendo en cuenta todos los aspectos de la situación de comunicación, desde los mecanismos biológicos hasta los procesos psicológicos.

El modelo de Eco (1968), se fundamenta en lo que estructuró Jakobson, y que es ampliamente aceptado en la semiótica para descodificar un mensaje, y es que, según este modelo, este debe de cumplir diversas funciones durante la descodificación, es decir que cada mensaje expuesto debe de llevar alguno de los siguientes elementos.

Función	Descripción	Ejemplo
Referencial	El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	"Esto es una mesa."
Emotiva	El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	"¡Cuidado! ¡Te quiero!"
Imperativa	El mensaje es una orden.	" Haz esto, vete."
Contacto o Fáctica	El mensaje finge la provocación de emociones, pero en realidad solo pretende confirmar el contacto entre dos interlocutores.	"Bien, felicitaciones, etcétera."
Metalingüística	El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	"¿Cómo estás?"
Estética	El mensaje tiene una función estética cuando se estructura de manera ambigua y se presenta como autorreflexivo, es decir, cuando busca atraer la atención del destinatario sobre su propia forma en primer lugar.	

(Eco, 1968).

Es importante destacar que de acuerdo con Eco (1968) en un solo mensaje pueden existir varias de estas funciones, y en el lenguaje cotidiano, se producen continuas interrelaciones y superposiciones, incluso si alguna de las funciones predomina. Sin embargo, un mensaje que carece de base entre información y repetición con lleva a cuestionarse su significado, y al hacer un esfuerzo por entenderlo, se percibe algo que, en su origen guía el proceso de descifrado, lo que equivale a un tipo de mensaje que se puede comenzar a analizar para comprender su estructura.

Los signos adquieren significados apropiados únicamente a través de la interacción con su contexto; bajo la influencia del contexto, se refuerzan mediante aclaraciones y sucesivas interpretaciones, aunque apunta hacia un significado específico, al hacerlo, también surgen otras posibles interpretaciones, si se modifica un elemento del contexto, los demás elementos pierden relevancia por completo (Eco, 1968).

El mensaje puede abarcar múltiples niveles de realidad, en donde se adhieren criterios técnicos y físicos relacionados con los signos, la naturaleza diferencial de estos signos, los significados explícitos, los diversos significados implícitos, así como las expectativas psicológicas, lógicas y científicas a las que hacen referencia los signos. En cada uno de estos niveles, se establecen relaciones estructurales similares, como si todos estuvieran definidos en relación con un único código general que los organiza a todos.

Según la perspectiva de Eco, las similitudes entre los diferentes signos no se deben directamente a los objetos que representan, sino a los códigos culturales que generan esas similitudes. Esto significa que la parte que se refiere directamente a los objetos en los mensajes se convierte en un aspecto meramente formal que tiene poco impacto en la interpretación de los mensajes. Eco proporciona una explicación detallada de lo que ocurre cuando se utilizan iconos o analogías naturales aparentes (Eco, 1968).

El autor distingue entre denotación y connotación, donde la denotación se refiere al significado básico de una palabra, que se encuentra definido en un diccionario y representa el sentido más común y generalizado de cada término. Por otro lado, la connotación implica asociaciones subjetivas que surgen debido al contexto y la cultura. Eco argumenta que la connotación es una posición dentro del campo semántico a la que el código asigna un significante, mediado por una marca denotativa previa (Eco, 1968).

Además, Eco refiriéndose al código vincula un vehículo del signo con algo que él llama significado o sentido, en otras palabras, un signo es algo que hace que una cosa se refiera a un objeto de la misma manera en que el primer signo se refiere a él. Esto significa que el interpretante se convierte a su vez en un signo, y este proceso se repite indefinidamente. Dentro de este constante flujo, la semiosis convierte en signo todo lo que encuentra. Comunicarse implica utilizar el mundo completo como una herramienta de signos (Eco, 1968).

2.4 Constitución de la República de Guatemala.

El conjunto de normas y principios fundamentales que establecen la estructura, organización y funcionamiento de un país, se encuentran regidas en la Constitución de un país, así como los derechos y deberes de sus ciudadanos, En el libro “Filosofía y política II. Teoría del Estado” presentado por Ruiz, en 1996, al referirse a la constitución indica que es un concepto simbólico y combativo cuya razón de ser no radica solo en la búsqueda de conocimiento, sino en su utilidad para debatir con oponentes. Aunque esta afirmación es exagerada, refleja con precisión el período histórico del siglo XVIII en que se comenzó a discutir la escurridiza realidad a la que se refiere este término ambiguo y políticamente significativo.

Con el tiempo, Alfonso Ruiz en el texto afirma que se han aceptado algunas características de la Constitución, pues esta se refiere a la organización del poder político, pero no a cualquier forma abstracta o histórica de él, sino al poder concebido como dominio o soberanía regulado por el Derecho y ejercido sobre quienes limitan ese poder, también puede ser considerada como una herencia del pasado, legitimada por su antigüedad y vivida emocionalmente, o como una proyección hacia el futuro, legitimada por su racionalidad, incluso de manera revolucionaria.

Desde un punto de vista normativo y racional, se puede definir la Constitución como un conjunto completo y sistemático de normas que establecen las funciones fundamentales del Estado, regulan los órganos y sus competencias, y las relaciones entre ellos. Desde una perspectiva política, la supremacía de la Constitución se justifica por el poder constituyente y su trabajo sobre los poderes constituidos. Esta distinción entre poder constituyente y poderes constituidos no opera solo en el

momento de establecer la Constitución, sino que permanentemente fundamenta el orden jurídico y limita la potestad estatal (Ruiz, 1996).

El Tribunal Constitucional tiene la responsabilidad de custodiar el poder constituyente plasmado en la Constitución y es el intérprete supremo de la misma, pues desde un enfoque jurídico, la supremacía de la Constitución se justifica por el principio Kelseniano de jerarquía normativa (Ruiz, 1996).

Por otro lado, en el seminario denominado “La Constitución y Yo” realizado por el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP), en 2019, indica que Este documento constitucional suele incluir disposiciones sobre varios aspectos clave, tales como los Derechos y libertades, como la libertad de expresión, la libertad religiosa, el derecho a la vida, la igualdad ante la ley y otros derechos humanos.

El expositor Roberto Carpio en dicho seminario indicó que esta es la máxima legislatura en donde se organiza y opera el gobierno, incluyendo la separación de poderes entre el poder ejecutivo, legislativo y judicial. También se especifica cómo se eligen o designan los líderes y representantes del gobierno.

La Constitución de la República de Guatemala es el documento legal fundamental que establece las bases para la organización y funcionamiento del gobierno y la sociedad en Guatemala. Fue promulgada originalmente en 1985, después de años de conflictos armados y dictadura militar. La Constitución establece los derechos y deberes de los ciudadanos, la separación de poderes, el sistema de gobierno, y otros aspectos fundamentales de la nación. En ella se destaca el sistema de gobierno, el cual versa en una república democrática con la separación de poderes en los tres órganos, siendo el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial; además resalta la protección de los derechos humanos, ya que es un componente esencial. Esto incluye derechos como la igualdad ante la ley, la libertad de expresión, la libertad religiosa y el derecho a la vida. (Carpio, 2019).

2.4.1 Artículos que dan vida a la Municipalidad

El 31 de mayo de 1985, se aprobó la Constitución de Guatemala, lo que declaró al país como un Estado libre, independiente y soberano, pero no fue hasta el 14 de enero de 1986 que esta tomó vigencia, de esa cuenta esta ley es la que rige al país y quienes Tienen la facultad para proponer reformas a la Constitución son , el Presidente de la República en Consejo de Ministros; diez o más diputados al Congreso de la República; la Corte de Constitucionalidad; el pueblo mediante petición dirigida al Congreso de la República, por no menos de cinco mil ciudadanos debidamente empadronados por el Registro de Ciudadanos. Esto se encuentra regulado en Los artículos 277-280 de la Carta Magna. Constitución Política de Guatemala [Const]. 31 de mayo de 1986 (Guatemala).

La Constitución se estructura en ocho Títulos principales, los cuales dan facilidad a su comprensión; en primera se encuentra la persona humana, fines y deberes del Estado; en segunda Derechos Humanos; en tercera el Estado; en cuarta el Poder Público; en quinta la Estructura y organización del Estado; sexta las Garantías Constitucionales y defensa del orden constitucional; séptima las Reformas a la Constitución; en octava las Disposiciones transitorias. De esta manera se desglosa generalmente la ley vigente del país (Constitución Política de la República de Guatemala, 1986).

En el artículo 174 de la carta magna se indica que, quienes tienen la facultad de proponer leyes son cinco entidades, siendo estos los diputados del Congreso, el Organismo Ejecutivo, la Corte Suprema de Justicia, la Universidad de San Carlos de Guatemala y el Tribunal Supremo Electoral (Constitución Política de la República de Guatemala, 1986).

Sin embargo, en el artículo 171 de la Carta Magna establece en su literal A que una atribución del Congreso es decretar, reformar y derogar las leyes del país, bajo el amparo de esos artículos se creó el Código Municipal, el cual rige a las municipalidades para su funcionamiento, de tal manera que más adelante se profundizará en ello. Al llegar al capítulo séptimo de la Carta Magna inicia la parte legítima del régimen municipal, en donde los artículos del 253 al 262 establecen los fundamentos constitucionales de cómo debe de funcionar, operar y ser administrada la gestión municipal de manera general en los municipios (Constitución Política de la República de Guatemala, 1986).

Código Municipal.

la Constitución reconoce el nivel de Gobierno Municipal en donde cada municipalidad está dirigida por un cuerpo de gobierno local que incluye un alcalde y un consejo municipal, que son elegidos por los ciudadanos de la jurisdicción, con la finalidad de que haya un proceso de modernización y descentralización del Estado guatemalteco, esto implica la autonomía en su gestión. Además, la administración pública tiene como propósito descentralizarse para apoyar dicha noción y para promover el desarrollo integral de la población y alcanzar los objetivos establecidos en la Constitución (Código Municipal, Decreto 12-2002).

Las municipalidades son una entidad gubernamental a nivel local que administra los asuntos y servicios públicos en un área geográfica específica. Los objetivos principales son proporcionar servicios esenciales para mejorar la calidad de vida de los residentes y mantener el funcionamiento eficiente de la comunidad. Estos servicios pueden variar, desde la manipulación de residuos sólidos, el mantenimiento de calles, la planificación urbana, la regulación de construcciones, la emisión de permisos, la administración de parques y áreas verdes, entre otros. En Guatemala se cuenta con el Código Municipal, el cual regula la organización, administración y funcionamiento de las municipalidades en el país. Esta ley establece las normas y regulaciones para la gestión y operación de los gobiernos locales en Guatemala [CM]. Decreto 12-2002 1 de julio de 2002. (Guatemala).

El 1 de julio del año 2002 fue oficializado el Decreto Número 12-2002, el cual da vigencia al Código Municipal, y cuyo designio es desarrollar los principios constitucionales relacionados con la organización, gobierno, administración y operación de los municipios y otras entidades locales, ya que las municipalidades desempeñan un papel crucial en la gestión de los asuntos internos, así como la prestación de servicios básicos (Código Municipal, Decreto 12-2002).

2.4.2. Conformación del Código Municipal

2.4.2.1. Concejo Municipal

El Código Municipal, como ya se ha planteado es la ley que rige a los gobiernos autónomos de los municipios y está ligado a la Constitución de la República de Guatemala, en ella se establece la estructuración del gobierno municipal en donde indica que se ejercerá mediante un concejo conformado por el Alcalde, los Síndicos y los Concejales; el término "Concejo Municipal" se utiliza indistintamente con "Corporación Municipal" o "Municipalidad" en la Constitución y otras leyes vigentes, según el Código Municipal, en su artículo nueve , el Concejo Municipal es el órgano colegiado principal encargado de deliberar y tomar decisiones sobre asuntos municipales. Sus miembros comparten responsabilidad en la toma de decisiones y tienen su base en la cabecera de la circunscripción municipal (Código Municipal, Art. 9, Decreto 12-2002).

Esta ley rige los criterios con los que cuenta el Concejo Municipal, ya que el Concejo Municipal tiene un gran número de atribuciones o facultades. Una buena parte se encuentran descritas en el artículo 35 del Código Municipal, pese a que en realidad se trata de las facultades que le permiten al Concejo atender. La autoridad Máxima es el Concejo Municipal en el municipio. El Alcalde actúa como jefe de la administración municipal y se encarga de ejecutar las disposiciones establecidas por el Concejo Municipal; la igualdad Jerárquica: es algo que sobre sale, debido a que, en un órgano colegiado, todos los miembros tienen igual jerarquía o dignidad. No hay un líder supremo entre ellos. Aunque el jefe edil preside las sesiones y tiene un voto doble en caso de empate, sigue siendo igual a los demás miembros.

El Concejo Municipal es un órgano deliberante, lo que significa que discute y luego toma decisiones en relación con los asuntos que caen dentro de su competencia, además Todos los miembros tienen igual derecho a presentar propuestas o iniciativas ante el Concejo con el fin de buscar el bien de la comuna (Código Municipal, Decreto 12-2002).

Alcalde

Por otra parte, se encuentra el cargo del Alcalde, quien desempeña el papel legal de representante y portavoz de la municipalidad y del municipio, además, ocupa la posición de liderazgo en el

Órgano Ejecutivo del gobierno municipal y forma parte del Consejo Departamental de Desarrollo, asumiendo también la presidencia del Concejo Municipal de Desarrollo.

El Alcalde Municipal es una figura emblemática dentro del municipio debido a su papel fundamental en la administración y desarrollo del territorio, sin embargo, el Concejo Municipal también es de vital importancia ya que constituye la máxima autoridad; la Constitución Política otorga autonomía a los municipios, permitiendo a los residentes elegir a su Alcalde como parte de este proceso autónomo.

Entre las responsabilidades y deberes del Alcalde se incluyen la garantía de la ejecución de las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y otras decisiones adoptadas por el Concejo Municipal, también ejerce la capacidad de acción directa y debe de resolver asuntos municipales no asignados a otras autoridades; en el artículo 53 del Código Municipal se detallan las funciones específicas que debe acatar el jefe edil, como lo es Supervisar la administración municipal, actuar como representante de la municipalidad y el municipio a nivel nacional, presidir las reuniones del Concejo Municipal, Garantizar el cumplimiento de las políticas públicas municipales y los planes de desarrollo(Código Municipal, Decreto 12-2002).

Así mismo esta figura debe de supervisar y promover los servicios públicos y proyectos municipales, autorizar gastos y pagos, además de ser el máximo representante de la jefatura de la Policía Municipal; tomar medidas inmediatas en caso de desastres, informando al Concejo Municipal, también ejercer autoridad en la aprobación de ordenanzas municipales, contratar obras y servicios siguiendo procedimientos legales.

2.4.2.2.Síndicos

Los Síndicos son miembros del órgano de deliberación y decisión en una municipalidad, son pertenecientes al Concejo Municipal, este cargo implica un servicio a la comunidad y generalmente es no remunerado, tal como lo establece el artículo 43 del Código Municipal, sin embargo, existe una compensación a través de dietas por cada sesión completa a la que asistan, pero se requiere el voto favorable de al menos dos terceras partes de los miembros totales del Concejo Municipal para que la remuneración sea aprobada (Código Municipal, Decreto 12-2002).

Los Síndicos que tengan empleos en cualquier sector son favorecidos con una licencia de diez horas semanales en las empresas para las que laboren, pues deben de atender asuntos relacionados con su función en el Concejo Municipal, este permiso no debe de afectar sus salarios, además, durante el ejercicio de sus funciones, no deben de ser removidos por los empresarios, salvo que sea en común acuerdo (Código Municipal, Decreto 12-2002).

El papel del síndico implica la vigilancia y defensa de los intereses municipales. Además de ser miembros electos del Concejo Municipal, tienen la tarea de proteger el patrimonio municipal y supervisar los aspectos relacionados con la hacienda municipal y así como otros miembros del Concejo, deben asistir a las sesiones y participar activamente en las discusiones, además una de las responsabilidades principales es representar a la institución ante tribunales de justicia y oficinas administrativas. Tienen la facultad de actuar como mandatarios judiciales o extrajudiciales con la autorización del Concejo Municipal (Código Municipal, Art. 46, Decreto 12-2002).

2.4.2.3. Concejales

El Concejal es un integrante del cuerpo administrativo de una municipalidad o del Concejo de una localidad, también son conocidos como Regidores, tienen voz y voto en cuestiones deliberativas y de decisión en el municipio, pueden estar encargados de supervisar o gestionar ciertas áreas administrativas. Los Concejales asumen un rol de servicio comunitario y su cargo es honorario (Código Municipal, Decreto 12-2002).

En ausencia temporal del Alcalde, los Concejales lo reemplazan en un orden específico y tienen derecho a una compensación equivalente al sueldo del Alcalde por los días que ocupen su posición, esta sucesión se da primero por el concejal principal y, si las circunstancias no lo permiten, entonces toma posesión el segundo concejal, y así sucesivamente.

El Código Municipal regula las responsabilidades y deberes de los Concejales, establecidos en el artículo 43 de dicha ley, en donde sobre sale la supervisión y verificación de las actividades administrativas del Alcalde y el cumplimiento de las ordenanzas establecidas por el Concejo Municipal; otra actividad que destaca es que se turnan para sustituir en orden de prelación al Alcalde, si este se ausenta de sus actividades, al igual que los derechos de los Síndicos, los Concejales tienen derecho a una remuneración por dietas y trabajar en cualquier sector sin ser removidos de sus actividades, toda vez no violen el marco legal establecido para los gobiernos autónomos (Código Municipal, Decreto 12-2002).

2.5. Municipalidad de Villa Nueva

La municipalidad en Villa Nueva es gobernada por un Concejo Municipal conformado por el Alcalde, los Síndicos y los concejales, quienes son elegidos mediante votación directa y secreta cada cuatro años, este Concejo es el principal organismo de toma de decisiones y deliberación en asuntos municipales, según lo establecido en la Constitución de la República de Guatemala y el Código Municipal.

Dicha institución pública, opera bajo la dirección de un Concejo Municipal, conforme al artículo 254 de la Constitución Política, en este artículo se establece que el gobierno municipal está a cargo de dicho Concejo, que es el órgano colegiado principal de deliberación y toma de decisiones en asuntos municipales, mientras que el Código Municipal, una ley ordinaria aplicable a todos los municipios guatemaltecos, ratifica en su artículo nueve, que el Concejo Municipal opera como la entidad superior de gobierno municipal y se encuentra ubicado en la cabecera de los municipios, así mismo este Código también declara en su artículo 33 que la administración del municipio recae exclusivamente en el Concejo Municipal, el cual se rige por el artículo 254 de la Constitución, que establece que el Concejo está formado por el Alcalde, los Síndicos y los Concejales, estos miembros son elegidos directa y popularmente a través de sufragio universal y secreto por un período de cuatro años, siendo elegibles para la reelección. El mismo principio se refleja en el artículo nueve del Código Municipal, en donde pregona la estructura Constitucional (Código Municipal, Decreto 12-2002).

En Villa Nueva el edificio central de la Municipalidad está ubicado en la 5ta. avenida 4-45 de la zona 1; en este establecimiento los vecinos pueden hacer el pago de sus arbitrios, no obstante para una mayor eficiencia durante estos últimos tres años se han creado más sedes, por lo que existen disponibles 8 Mini Munis en puntos clave y así los residentes no tengan que viajar al centro del municipio, estas se encuentran en plaza Delta zona 3; Linda Vista, zona 4; Centro de Comercio, zona 4; C.C El Frutal, zona 5; Ciudad Peronia, zona 8; Centra Sur, zona 12; Ciudad Real zona 12 y Plaza Villa Nova, zona 11 son las sedes disponibles para que el vecino pueda hacer sus trámites.

2.5.1. Estructura Municipal

Las estructuras de la institución junto a sus principales características se encuentran establecidas en el Manual de Inducción bajo el cual opera actualmente la Municipalidad, dicho documento se encuentra vigente y se encuentra en la Dirección de Recursos Humanos.

* Concejo Municipal

El Concejo Municipal se encuentra conformado por el Alcalde, los Síndicos y los Concejales, quienes son elegidos mediante votación directa y secreta cada cuatro años, tal como lo establece la Ley Electoral y de Partidos políticos, este Concejo es el principal organismo de toma de decisiones y deliberación en asuntos municipales, según lo establecido en la Constitución de la República de Guatemala y el Código Municipal (Municipalidad de Villa Nueva, Manual de Inducción, 2021).

• Alcaldía Municipal

El Alcalde municipal es una figura debido a su papel fundamental en la administración y desarrollo del territorio, este debe de garantizar la ejecución de las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y otras decisiones adoptadas por el Concejo Municipal, actúa como representante de la municipalidad y el municipio a nivel nacional, precede las reuniones del Concejo Municipal, debe de velar por el cumplimiento de las políticas públicas municipales y los planes de desarrollo, ejerce autoridad en la aprobación de ordenanzas municipales, contratar obras y servicios siguiendo procedimientos legales, además es el representante Departamental de Desarrollo, y presidente del Concejo Desarrollo (MIMVN, 2021).

- **Secretaría Municipal**

La Secretaría Municipal desempeña un papel esencial en la organización y administración de la municipalidad, asegurando que los procesos se desarrollen de manera ordenada y que las responsabilidades y decisiones del Concejo Municipal se lleven a cabo de manera efectiva, es una entidad administrativa cuya función principal es brindar apoyo logístico, administrativo y de gestión al Concejo Municipal y al Alcalde en la ejecución de sus responsabilidades y en la administración de los asuntos municipales (MIMVN, 2021).

- **Gerencia Municipal**

En la gerencia municipal recae la administración y gestión de la municipalidad, su función principal es dirigir y supervisar el funcionamiento eficiente y efectivo de los servicios públicos y recursos dentro del municipio, constantemente se tienen mesas técnicas para planificar el desarrollo de la localidad, vela por la prestación de servicios esenciales para la comunidad, también gestiona financieramente el presupuesto municipal, para que los recursos disponibles se utilicen de manera responsables y eficientes para cubrir las necesidades y proyectos prioritarios de la comunidad (MIMVN, 2021).

- **Dirección de Obras Sociales de la Esposa del Alcalde**

Su objetivo principal es dirigirse hacia la atención de las necesidades sociales, con la intención de reconocer a las familias más afectadas por la pobreza y fragilidad social, con el propósito de garantizar sus derechos fundamentales. Adicionalmente, promueve y lleva a cabo iniciativas de corte social que favorezcan a los niños, personas de la tercera edad, personas con discapacidad y sus familias y a la sociedad en su conjunto (MIMVN, 2021).

- **Juzgado de Asuntos Municipales y de Transito**

Las autoridades locales, con el fin de aplicar sus reglas, asegurarse del seguimiento de sus normativas y demás leyes comunes, establecen el Juzgado Municipal. El Juez encargado de Asuntos Municipales tiene la autoridad para tratar, tomar decisiones y aplicar medidas en todos los casos en los que se vean afectadas las normas de conducta adecuadas, la apariencia y limpieza de las áreas urbanas, la preservación del entorno, la salud, los servicios locales y los servicios públicos en general (MIMVN, 2021).

- Dirección de Comunicación Social

La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva es una entidad vinculada a la Alcaldía Municipal cuyo propósito principal es mantener informados a los habitantes del municipio. Su función primordial radica en divulgar, por medio de diversas plataformas de comunicación, las novedades y sucesos relacionados con la Municipalidad de Villa Nueva, además de los servicios que ésta ofrece (MIMVN, 2021).

dentro del municipio, constantemente se tienen mesas técnicas para planificar el desarrollo de la localidad, vela por la prestación de servicios esenciales para la comunidad, también gestiona financieramente el presupuesto municipal, para que los recursos disponibles se utilicen de manera responsables y eficientes para cubrir las necesidades y proyectos prioritarios de la comunidad (MIMVN, 2021).

- Dirección de Recursos Humanos

Esta Dirección desempeña un papel fundamental en la gestión integral del personal que trabaja para la entidad municipal, garantiza el funcionamiento eficiente de los recursos humanos, en ella se identifican las necesidades de personal de la institución, así como el proceso para contratar personal, además gestiona la estructura de salarios, realiza cálculos de remuneraciones, asegura que se apliquen los beneficios y bonificaciones adecuadas, y se encarga de los temas relacionados con los impuestos y las contribuciones, también capacita, soluciona conflictos y ayuda en toda la organización municipal(MIMVN, 2021).

- Dirección de Catastro y Administración del IUSI

Este departamento es el encargado de gestionar y mantener la información relativa a la propiedad y tenencia de la tierra dentro de la jurisdicción de Villa Nueva, así como llevar el control del pago del Impuesto Único Sobre Inmueble, su principal objetivo es administrar registros precisos y actualizados sobre la propiedad inmobiliaria, así como controlar los cambios que puedan ocurrir en la titularidad, el uso y el valor de las propiedades, la planificación urbana, la recaudación de impuestos y la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo territorial, son factores que son regulados por esta Dirección (MIMVN, 2021).

- Dirección de Organización Comunitaria

Entidad responsable de fomentar, consolidar y supervisar las agrupaciones locales, incluyendo Comités de Desarrollo Municipal (CDM), Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODE) y Asociaciones de Vecinos, que velan por el desarrollo de sus comunidades, además, esta entidad incluye la Oficina Municipal Inter denominacional de Asuntos Religiosos (MIMVN, 2021).

- * Dirección de Agua y Saneamiento

Departamento del gobierno municipal cuya responsabilidad abarca la gestión, coordinación y supervisión de la provisión de servicios de agua, así como el debido mantenimiento de los focos de suministro de agua, detecta problemáticas en el sistema de agua para brindar un mejor servicio al vecino (MIMVN, 2021).

- Dirección de Infraestructura

Departamento responsable de llevar a cabo los proyectos de construcción aprobados por el Concejo y el Alcalde Municipal. Lleva a cabo labores de edificación, renovación y expansión de infraestructuras, incluyendo mejoras viales como pavimentación, adoquinado, reparación de baches y reasfaltado, además, se encarga de implementar sistemas de drenaje para aguas pluviales y sistemas de saneamiento, así como de realizar trabajos de soldadura (MIMVN, 2021).

- Dirección Municipal de Desarrollo Económico Local

Esta Dirección es la encargada de fomentar y promover la economía local, así como atraer el comercio y empresas al sector de Villa Nueva, además de fomentar el emprendimiento en los vecinos con programas especiales enfocados al crecimiento de los negocios, o bien a despegar un emprendimiento, es vital para que muchas personas encuentren empleo con los programas direccionados a la búsqueda de empleo (MIMVN, 2021).

- Dirección de Transportes y Movilidad

Esta dependencia es la que regula lo concerniente al transporte público y a todo aquel que presta

servicio de movilidad en el Municipio de Villa nueva, es la encargada de otorgar permisos para que los medios de transporte puedan circular de manera legítima, además es la encargada de brindar beneficios a personas de la tercera edad en el servicio subsidiado por la Municipalidad, legítimamente es una dirección recién constituida (MIMVN, 2021).

- Dirección de Planificación

La División de Planificación Municipal tiene la responsabilidad de coordinar y unificar los análisis, esquemas, iniciativas y emprendimientos que buscan el progreso de Villa Nueva. Asimismo, se encarga de generar datos precisos y de alta calidad requeridos para la eficaz administración de las políticas públicas locales (MIMVN, 2021).

- Dirección de Servicios Públicos

Departamento responsable de gestionar, liderar, coordinar y vigilar áreas como cementerios, mercados, iluminación en espacios públicos, limpieza, embellecimiento de jardines y manejo de desechos sólidos en todo el municipio (MIMVN, 2021).

- Dirección de la Policía Municipal de Tránsito

Dirección encargada de velar por la seguridad de los conductores y de vigilar que se cumpla la Ley de Tránsito, sus miembros están encargados de supervisar y regular el flujo vehicular de acuerdo con las leyes y regulaciones de tráfico dentro de los límites municipales (MIMVN, 2021).

- Policía Municipal

La Policía Municipal garantiza el cumplimiento de las decisiones, regulaciones y reglas locales y determinaciones emitidas por el Concejo Municipal y el alcalde, su tarea principal es asegurar la protección y preservación de los activos municipales, al tiempo que respeta las normas fundamentales de las costumbres y tradiciones arraigadas en las comunidades del Municipio (MIMVN, 2021).

- Dirección de Seguridad Integral

Dirige y desarrolla programas de seguridad y prevención en colaboración con los residentes a través de Asociaciones, Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODE) y otras formas de organización comunitaria. Trabaja en conjunto con entidades municipales y estatales para establecer un nivel óptimo de seguridad preventiva en el municipio. También gestiona el Departamento de la Juventud que tiene programas destinados a los adolescentes del municipio (MIMVN, 2021).

- Dirección de Salud

Administra y planifica jornadas médicas en distintas especialidades, además capacita en aspectos técnicos de salud a comadronas y a las personas con cursos de primeros auxilios, gestiona distintos programas avalados por el Ministerio de Salud Pública, proporciona atención clínica a los residentes del municipio (MIMVN, 2021).

- Dirección de Educación

Encargada de coordinar todas las actividades educativas promovidas por la Municipalidad, como el Día del Niño, la selección de Niño alcalde, concejal y síndico por un día, además, supervisa la organización de cursos cortos, programas de verano y educación universitaria. Brinda respaldo en la ejecución de proyectos educativos (MIMVN, 2021).

- Dirección de Cultura y Deportes

Esta dirección es parte del componente social de la Municipalidad y se encarga de planificar, administrar, coordinar y organizar eventos municipales relacionados con la cultura y el deporte (MIMVN, 2021).

- Dirección Municipal de la Mujer

Encargada de abordar las necesidades específicas de las mujeres en Villa Nueva y de estimular su liderazgo en la comunidad, así como su participación en la esfera económica, social y política, sus programas como CEMUCAI buscan que la villanovana se haga de conocimientos para poder

emprender un negocio, las asesorías jurídicas también son vitales en esta dirección ya que apoyan legalmente a las mujeres que son víctimas de distintos delitos (Municipalidad de Villa Nueva, Manual de Inducción, 2021).

2.5.2. Filosofía Municipal

La Municipalidad en su manual de inducción, desarrollado específicamente para el empleado, establece los lineamientos institucionales que ayudan a la cultura organizacional y ayudan a que el empleado tenga claro los parámetros para alcanzar el propósito municipal.

Misión

“Proporcionar los servicios que reúnan las exigencias que requieren los vecinos, logrando reivindicar la confianza de los habitantes hacia sus autoridades” (Manual de Inducción, p. 9, 2021).

Visión

“Establecer el punto de equilibrio exacto entre el ingreso y la inversión a hacerse en Villa Nueva para llevar a los vecinos el máximo bienestar y así elevar su nivel y calidad de vida” (Manual de Inducción, p. 9, 2021).

Valores Municipales

- Honestidad
- Responsabilidad
- Transparencia
- Eficiencia
- Respeto

(Manual de Inducción, p. 9, 2021).

Competencias Municipales

- Liderazgo
- Calidad del Trabajo

- Integridad
- Trabajo en Equipo
- Adaptabilidad
- Servicio

(Manual de Inducción, p. 9, 2021)

2.5.3. Ejes de trabajo municipal

Desarrollo: la institución municipal se enfoca en proporcionar acceso a servicios básicos, mejorar las condiciones de movilidad y llevar a cabo proyectos gubernamentales para impulsar el crecimiento económico y social en todas las zonas del municipio, Obras de infraestructura como los recapeos, adoquinados y pavimentación contribuyen al desarrollo que el municipio necesita (Municipalidad de Villa Nueva [MVN], 2023).

Bienestar: Los programas municipales fueron diseñados para brindar atención integral a los ciudadanos, incluyendo servicios de salud, capacitación técnica, asistencia legal, apoyo psicológico, físico y empresarial, además de llevar a cabo proyectos de cuidado de la salud, como clínicas móviles y oftalmológicas, así como sedes de capacitación para mejorar la calidad de vida de los habitantes (MVN, 2023).

Modernización: La modernización de la administración municipal se mantuvo en curso con la implementación de nuevas tecnologías y procesos electrónicos que facilitaron las gestiones de los ciudadanos; se abrieron nuevas sedes municipales y se ofrecieron servicios en línea para mayor comodidad, además la Ventanilla Única Móvil llevó los servicios directamente a las colonias (MVN, 2023).

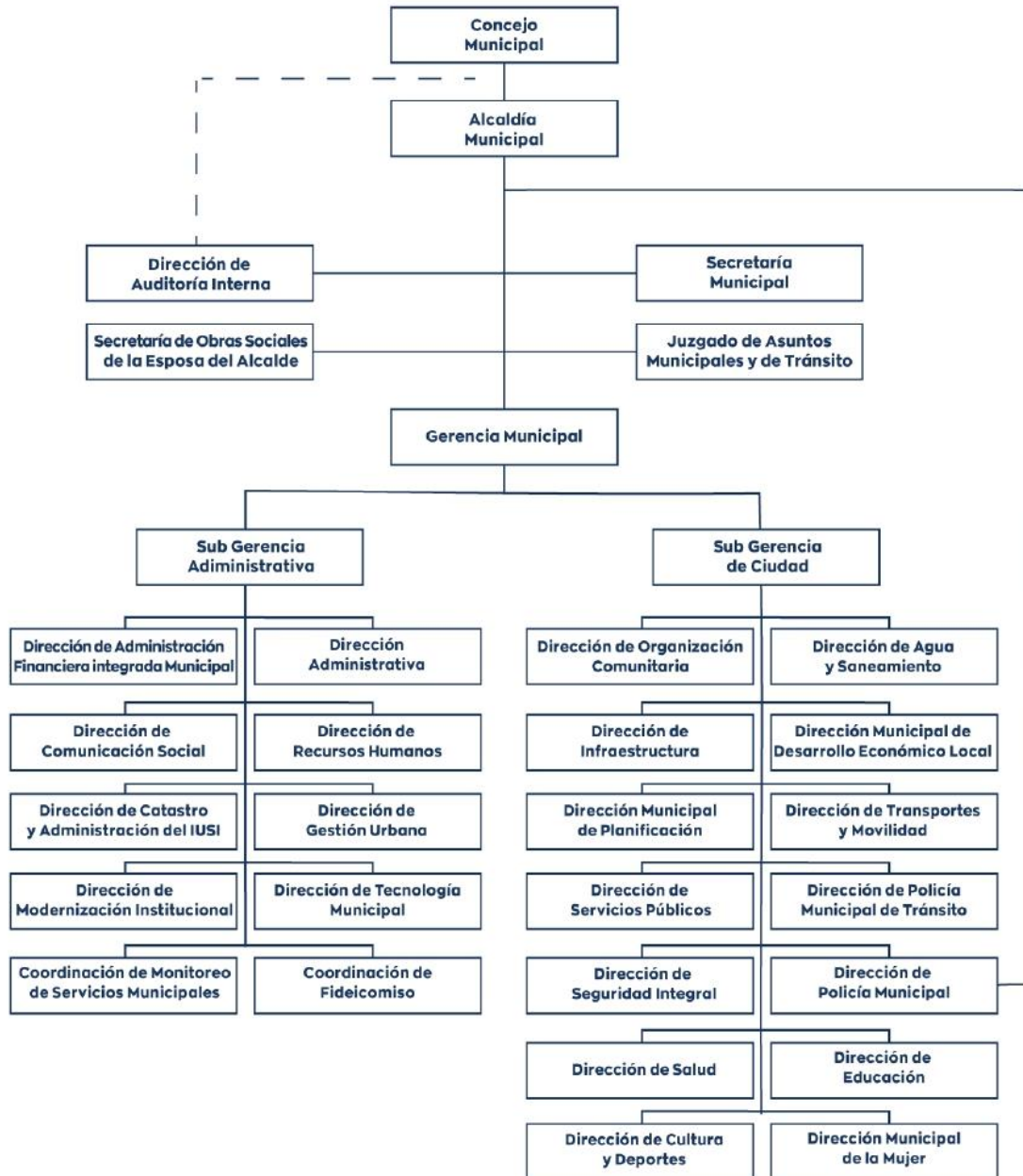
Inclusión: Se promueve la inclusión y el respeto a los derechos humanos, especialmente para grupos vulnerables; se realizan talleres para fomentar la contratación de personas con discapacidad en el sector privado, se apoya a emprendedores con discapacidad y se brinda atención especial a los adultos mayores, además se imparten cursos de Lengua de Señas para mejorar la comunicación con personas con discapacidad auditiva (MVN, 2023).

Transparencia: Se enfatiza la transparencia como un pilar fundamental para la gobernanza, se cumple con la rendición de cuentas y se proporciona acceso a la información a través de medios electrónicos y oficinas de Información Pública, para promover la confianza de los ciudadanos en las autoridades municipales (MVN, 2023).

La Municipalidad de Villa Nueva trabaja en múltiples frentes para mejorar la vida de sus ciudadanos, promoviendo el desarrollo, el bienestar, la modernización, la inclusión y la transparencia; en su gestión se espera que estas iniciativas continúen beneficiando a la comunidad de Villa Nueva.

2.5.4. Concejo Municipal

ORGANIGRAMA DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA



(Municipalidad de Villa Nueva [MVN], 2023).

2.6. Historia de Villa Nueva

El municipio de Villa Nueva fue fundado de manera oficial el 17 de abril de 1763, esto según Pérez (2013) sin embargo, su historia inicia desde el año de 1762, pues los historiadores relatan que debido a fuertes lluvias que sacudieron a la Primitiva Petapa, varias personas de manera obligada y sin más que hacer migraron hacia el noroeste, fundando el poblado de "Nuestra Señora de la Concepción de las Mesas", que con el tiempo cambió su nombre a Villa Nueva.

La tradicional agricultura era una actividad comercial con alta importancia en aquellos tiempos, sin embargo, a lo largo de los años se han establecido industrias, comercios, residenciales e instituciones educativas dentro de la zona. La fiesta titular en honor a la Virgen de Concepción, patrona del pueblo, se celebra en la segunda semana de diciembre, siendo el día principal el ocho de ese mismo mes.

Actualmente, el municipio de Villa Nueva forma parte del departamento de Guatemala, y es uno de los sitios que tiene mayor actividad comercial a comparación de los otros 16 municipios que también conforman dicho departamento, sus más de 800 mil habitantes se encuentran desplegados en su extensión territorial de 114 mil kilómetros cuadrados y se encuentra ubicado a 17 kilómetros al suroeste de la capital (Pérez, 2013).

Villa Nueva surgió como un poblado durante el período hispánico, bajo un decreto de la Asamblea Constituyente del Estado de Guatemala en 1839, cuando se estableció el distrito de Amatitlán, donde se mencionó a Villa Nueva por primera vez, posteriormente, el distrito se convirtió en un departamento en 1866, y en 1935, el departamento de Amatitlán fue suprimido, incorporando Villa Nueva al Departamento de Guatemala.

La historia y evolución de Villa Nueva están marcadas por cambios territoriales y administrativos, así como por el desarrollo económico y la diversificación de actividades dentro del municipio (Pérez, 2013).

2.6.1. Cultura y Tradición de Villa Nueva.

La cultura y la tradición de Villa Nueva es un legado, ya que desde su fundación las tradiciones se fueron marcando, hasta llegar a hacer lo que son, Mario Gonzáles, encargado de la Oficina de Asuntos Religiosos de la municipalidad de Villa Nueva, hace referencia a que los villanovanos participan activamente en diversas actividades religiosas a nivel nacional. Además de estas actividades, destacan dos que reflejan su devoción religiosa. Una de ellas ocurre el 17 de octubre y está dedicada a Jesús de Trujillo, quien ha sido considerado el Alcalde Perpetuo desde 2019. En este día se realizan múltiples celebraciones en su honor, pues al ser considerado un patrón de Villa Nueva muchos feligreses apartan este día para brindarle ofrendas.

Otra actividad prominente es el "Desfile de los Fieros", que se lleva a cabo el uno de noviembre y ha sido reconocida como Patrimonio Cultural Intangible de la Nación desde 2005, este desfile tiene más de 240 años de tradición y es una parte vital de la identidad villanovana; pues la celebración infunde un colorido especial, ya que el entusiasmo de ser villanovano de corazón renace al revivir esta arraigada tradición que a lo largo de los siglos ha evolucionado y se ha convertido en un símbolo del folclore y la cultura de Villa Nueva, siendo transmitida de generación en generación. Durante este festejo, los residentes salen a las calles para presenciar a los enmascarados y admirar las enormes carrozas de renombre internacional. También disfrutan de la célebre bebida local, la Chicha, que es emblemática tanto del día como del municipio.

Otra festividad que comienza el 20 de abril y termina el ocho de diciembre en Villa Nueva es la peregrinación que involucra a cinco imágenes: la Patroncita, Llena de Gracia, Ave María, la Inmaculada y la Concepción.

Estas vírgenes visitan los hogares de los residentes, especialmente aquellos cuyos antepasados fundaron el municipio. El seis de diciembre, estas imágenes se reúnen, marcando el inicio de un recorrido que dura más de 18 horas para la Inmaculada Virgen de Concepción. Esta última imagen también fue reconocida como Patrimonio Cultural Intangible de la Nación en 2021. Estas

tradiciones han perdurado a lo largo de las generaciones de manera inalterada, caracterizadas por la fe, la alegría y la cohesión familiar. Estos elementos han otorgado a los villanovanos una identidad cultural distintiva y exclusiva a diferencia de otros municipios (González, M., comunicación personal, 13 de mayo de 2023)

2.7. Página Web de la municipalidad

La página web oficial de la Municipalidad, fue establecida en 2005, según la encargada de manejar las redes sociales de la institución, Claudia Guzmán. En este sitio web se encuentran enlaces directos que llevan a diversos servicios y secciones; entre estos enlaces se incluyen acceso a noticias, información histórica del municipio, unidad de información pública, directorio y contacto directo, también se proporcionan gráficos por medio de iconos que enlazan directamente con las redes sociales institucionales, como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram* y *Tiktok* (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

Además, en la página de inicio, se brinda la opción de realizar consultas sobre el Impuesto Único Sobre Inmueble, verificar multas de tránsito para automóviles y solicitar el boleto de ornato en línea, además de encontrar información sobre el estado del servicio de agua; y se presentan las noticias más recientes municipales (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

En la parte posterior de la página web, se encuentran enlaces con detalles sobre el Hospital Oftalmológico José Joaquín Palma, también se proporciona información acerca de los recorridos mensuales de la Ventanilla Única Móvil (VUM), que son unidades móviles que permiten a las personas pagar sus impuestos en diferentes ubicaciones; además, se presentan estadísticas de la Policía Municipal de Tránsito (PMT), que muestran la cantidad de vehículos multados cada mes. La monografía del municipio ofrece información sobre su historia y fundación, incluyendo el himno de Villa Nueva y la explicación de los elementos que componen el escudo municipal; la ubicación geográfica también se destaca en esta sección; datos generales como fiestas emblemáticas, cultura religiosa, principales comercios y empresas están disponibles en este apartado (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

Finalmente, se exploran las tradiciones arraigadas en el municipio y se presenta una extensa galería de fotos relacionadas con Villa Nueva (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

2.8. Página de *Facebook*

El 7 de febrero del 2012 fue marcado por la creación de la página oficial de la municipalidad de Villa Nueva en la red social de *Facebook*, esta herramienta digital fue concebida con el propósito inicial de mantener a los residentes informados acerca del progreso de proyectos municipales y de los servicios proporcionados por el personal de la institución, además, se presentan imágenes de las obras en todo el municipio (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

Con el cambio de gobierno que tuvo lugar en el año 2020, esta plataforma continuó siendo utilizada y experimentó un crecimiento en su base de seguidores. Aunque no se dispone de una cifra precisa de seguidores antes del mencionado año, para mayo de 2023, el número de seguidores alcanzó la cifra de 162 mil, a través de esta red social, se compartían en los primeros 6 meses alrededor de 12 publicaciones diarias que se alineaban con los 5 pilares fundamentales de la gestión municipal, siendo estos Desarrollo, Bienestar, Modernización, Inclusión y Transparencia, esto durante el año 2023 (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

En la sección de información general, se proporciona el número de teléfono, la dirección geográfica del establecimiento y la dirección de correo electrónico de contacto, la página también incluye una colección de fotografías de las publicaciones anteriores, así como videos relevantes, además, se presenta un listado cronológico de las publicaciones, organizadas en orden de aparición (Guzmán, C., comunicación personal, 5 de junio de 2023).

3. Marco metodológico

3.1. Método de investigación

El método que se utilizó es el mixto el cual se encontró en el texto *Métodos y Técnicas de Investigación* presentado por el Doctor Hernández en 2014, en donde indica que este método mixto permite generar datos más ricos y variados al integrar múltiples observaciones provenientes de diversas fuentes, tipos de datos, contextos y análisis. Este enfoque es útil porque estudios originalmente diseñados bajo una perspectiva cuantitativa o cualitativa a menudo necesitan recurrir al otro método para explicar de manera más completa sus resultados o para completar la investigación. Al combinar ambos métodos, se obtiene una visión más comprensiva del fenómeno estudiado, así como un mayor entendimiento y clarificación de los resultados, ya que un método puede complementar e ilustrar los hallazgos del otro.

Un método mixto transeccional descriptivo es un diseño de investigación que combina técnicas cualitativas y cuantitativas para describir y analizar un fenómeno en un momento específico.

La parte Cuantitativa, comprende las Variables que se tomaron en cuenta, como el número de reacciones predominantes en cada publicación, así como cantidad y calificación de los comentarios, en donde el instrumento utilizado fue la guía de observación y el cuestionario que registró los datos de las variables. Mientras que la parte Cualitativa Se concentró en la muestra las cuales fueron las publicaciones con mayor tendencia en los meses de junio y julio, en donde el instrumento utilizado fue la ficha de notas, la cual sirvió para tabular los datos sobre, si cada comentario era positivo, negativo o neutro.

3.2. Tipo de investigación

En este caso se aplicó un estudio de diseño transeccional descriptivo, debido que aeste respecto Roberto Hernández argumenta: “Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personasu otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción” (Hernández, 2014, p. 155).

Este estudio analizó las publicaciones y las interacciones con los seguidores de la red social de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, a la vez que se realizó un análisis semiológico, bajo los parámetros establecidos por Eco (1968), el cual propone un modelo aceptado en la semiótica que sirve para descodificar un mensaje. Los estudios transeccionales compilan ciertos datos en un tiempo definido con el objetivo de analizar en qué inciden y su relación entre sí, describiendo sus variables para su posterior análisis. (Hernández, 2014).

En esta investigación de carácter transeccional se determinó la percepción del individuo tomando como variables del estudio las reacciones y los comentarios de cada publicación analizada, lo cual determinó la aceptación o no aceptación de las publicaciones que tuvieron más tendencia en el periodo a evaluar.

Este estudio es transeccional porque recolecta datos en un solo punto en el tiempo, es decir dos meses, y descriptivo porque busca describir la percepción y las razones, sin intentar establecer relaciones causales. Finalmente se realiza un análisis descriptivo del contenido, tomando en cuenta los resultados que destacan en los instrumentos de investigación en donde se toman en cuenta los criterios previamente establecidos, y las explicaciones para la percepción que tuvo la población

3.3. Objetivo General

Analizar las publicaciones realizadas en la página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva que tuvieron más tendencia durante junio y julio del 2023.

3.3.1. Objetivos específicos

1. Realizar un análisis semiológico de las publicaciones hechas en la Página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva.
2. Analizar las reacciones que tuvieron los seguidores de la página de la municipalidad de Villa Nueva.
3. Identificar la percepción del público de las publicaciones realizadas durante el estudio.

3.4. Técnica

Las técnicas son aquellas que permiten la ejecución o utilización de los datos que orientan a la conclusión de este estudio, por lo que para esta investigación la observación y la entrevista fueron instrumentos necesarios que con llevaron al análisis del fenómeno estudiado.

En los resultados finales de la investigación se empleó un diseño transeccional descriptivo, según la definición de Hernández (2014). Este enfoque busca identificar el factor determinante que afecta las formas de ser o manifestarse en una población, utilizando una o más variables. En este caso, la población analizada fue la del municipio de Villa Nueva, centrándose en las interacciones en las publicaciones estudiadas. Se consideraron variables como la orientación (positiva, negativa o neutra) de los objetos bajo análisis, según los comentarios, así como el tema de la publicación.

La investigación se dividió en tres fases: la primera consistió en el análisis de las reacciones, la segunda se enfocó en el análisis del contenido, y la tercera analizó la percepción del público respecto a la aceptación o no aceptación del mensaje emitido por la institución, por medio del estudio de los comentarios de los seguidores.

Observación:

La observación consiste en estar observando un fenómeno, al mismo tiempo que se toman los aspectos principales que resaltan y sirven posteriormente para realizar un análisis descriptivo (Rojas, Abarca, Sibaja, 2013). “observación investigativa” no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos” (Hernández, 2014, p. 399) en este caso dicho fundamento sirvió para ver la percepción de la población, mediante las reacciones marcadas en las publicaciones que se analizaron, además se tomaron en cuenta los comentarios, lo cual determinó la opinión por el público, también se observó y verificó la carga semiológica de dichas publicaciones.

Entrevista:

La entrevista es más flexible y abierta, ya que esta es definida como una reunión en donde al compás de la charla se intercambia información por el entrevistador y el entrevistado o entrevistados en donde por medio de preguntas y respuestas se construye una comunicación la cual

arroja como resultado definiciones concretas a un tema (Hernández, 2014).

Durante el estudio se entrevistó a los encargados de redes sociales e involucrados en los productos comunicativos, lo que ayudó a saber la línea en que se hace la redacción, al igual que los parámetros establecidos para ir publicando las cosas en Facebook.

3.5. Instrumentos

Cuestionario:

Para el logro de esta investigación de carácter descriptivo se utilizó el cuestionario, al ser un instrumento útil que ayuda a recolectar información necesaria si se desea conocer la magnitud de un fenómeno social que se trata de dilucidar, sin embargo, la determinación en las preguntas y la redacción que se utilizó en cada interrogante fue importante para recopilar las pesquisas necesarias, mismas que sirvieron para el procesamiento de datos finales, como lo describe el autor (Fernández, 2006).

Ficha de notas:

Las fichas de notas sirvieron para cotejar datos como el ambiente social y humano en el que se desarrolló el estudio, es decir “patrones de vinculación (propósitos, redes, dirección de la comunicación, elementos verbales, características de los grupos y participantes (edades, orígenes étnicos, niveles socioeconómicos, ocupaciones, género, estados maritales, vestimenta, atuendos, etc.)” (Hernández, 2014, p. 401).

Guía de observación:

Este instrumento de acuerdo al texto *Evaluación Educativa*, presentado por Casanova en 1998 indica que una guía de observación permite hacer un registro de procesos, en este caso fueron las publicaciones de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, de tal manera que la documentación se realizó desde el origen de las publicaciones y el desarrollo que estas tuvieron, es por ello que las anotaciones sobre aquellas observaciones más significativas permitieron afianzar elementos sustanciosos en cuanto a las actividades que evidenciaron todo el proceso. En el diseño de la guía de observación, se deben de tomar en cuenta, aspectos, datos y características de los sujetos a evaluar; así como la temporalidad de la observación, explica (Casanova, 1998).

3.6. Población o Universo

Se estudió la red social Facebook institucional de la municipalidad de Villa Nueva, durante junio y julio del año 2023, para un total de 360 publicaciones, en donde la red social cuenta con 162 mil seguidores.

3.7. Universo

El universo que se tomó en cuenta para la investigación fue una muestra representativa de 635 individuos de la red social *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, quienes emitieron comentario en los posts analizados, pues el sugerido en grupos culturales es de 30 a 50 individuos (Hernández, 2014).

3.8. Muestra

El muestreo no probabilístico es el que se implementó en la investigación, ya que este permite que la selección de la muestra sea a juicio del investigador, en este caso se escogieron un número determinado de 10 publicaciones comprendidas en junio y julio, así como el total de los seguidores que emitieron algún comentario en los posts estudiados de manera individual de la red social de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva.

3.9. Tipo de análisis

El tipo de análisis que se utilizó fue el descriptivo, en donde se detallaron las principales características que se recopilaron en el monitoreo. Esto mediante una tabla de resultados en donde se tomaron en cuenta varios criterios.

El procedimiento que se ejecutó fue principalmente la recopilación de datos, la cual consistió en escoger las primeras publicaciones con más alcance de la red social *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, seguidamente se ordenó según las reacciones que tenía cada publicación de mayor a menor; posteriormente se tabuló la información de los comentarios; y finalmente se analizó todo encajándolo con el modelo de investigación para ver la carga semántica, mensaje y percepción del público externo.

Las técnicas son aquellas que permiten la ejecución o utilización de los datos que orientaron a la conclusión de este estudio, por lo que para esta investigación, la observación y la entrevista llevó al análisis del fenómeno estudiado.

Observación:

La observación consiste en estar observando un fenómeno, al mismo tiempo que se toman los aspectos principales que resaltan y sirven posteriormente para realizar un análisis descriptivo, Rojas, Abarca, et al (2013). Mientras que el análisis descriptivo, procura caracterizar una situación concreta en donde se señalan las propiedades de lo investigado, en este caso se identifican las publicaciones, se encaja en el modelo seleccionado y se le da una calificación a cada concepto, esto mediante la “observación investigativa” que no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos” (Hernández, 2014, p. 399).

En este caso dicho fundamento sirvió para ver la percepción de la población, por medio de las variables es decir, las reacciones de las publicaciones que se analizaron y comentarios, lo cual determinó la opinión por el público, también se observó y verificó la carga semiológica por medio del modelo de Umberto Eco propuesto en este estudio.

4. Marco Analítico

“Análisis del Contenido de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva, Departamento de Guatemala”

4.1. Principales aspectos en el estudio de las publicaciones de la página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva

La Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva fue creada en el 2012, al 25 de julio de 2023 se contaban con 162 mil seguidores, esta es administrada por dos personas que se encuentran bajo la Dirección de Comunicación Social.

Como técnica principal para respaldar el problema de investigación, se hizo un análisis, mediante la observación en las publicaciones en la página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, en el periodo del 1 de junio al 31 de julio del 2023, durante el trabajo de observación se tomaron varios aspectos en cuenta, los cuales se registraron en las fichas dedatos, instrumento de investigación utilizado para el estudio.

Ilustración 1 Página de Villa Nueva.



Fuente: captura de pantalla de la Página de *Facebook* de la Municipalidad, tomada el día 28 de julio de 2023.

4.2. Análisis de datos.

4.2.1. Publicaciones con más tendencia por mes

El análisis Se inició con la búsqueda de las primeras 5 publicaciones que tuvieron más tendencia en los meses seleccionados, esto según el muestreo intencionado que es una técnica de muestreo no probabilístico en donde, los elementos son elegidos según el criterio del investigador y para su debida evidencia. Se tomó una captura de pantalla a cada posteo, el cual se detallará con más precisión en el inciso 4.3, en esta parte se tomó en cuenta la técnica de la observación y el instrumento de investigación de la ficha de datos y de la guía de observación.

4.2.2. Análisis semiológico

Tal como se mencionó en el apartado del Marco Teórico, Marco Metodológico y Técnicas de Investigación, a las publicaciones se les analizó según el Método Descriptivo, utilizando los criterios de Umberto Eco detallados en el inciso 2.3.2, en donde indica que desde la perspectiva semiótica, es necesario transformar los elementos expresivos en elementos de comunicación basados en códigos, pues cada mensaje cumple alguna de las funciones como las Referenciales, Emotivas, Imperativas, Fáctica, Metalingüística y Estética, esto ayudó a determinar la postura de la población y el impacto del mensaje.

Modelo:

Función	Descripción	Ejemplo
Referencial	El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	"Esto es una mesa."
Emotiva	El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	"¡Cuidado! ¡Te quiero!"
Imperativa	El mensaje es una orden.	" Haz esto, vete."
Contacto o Fáctica	El mensaje finge la provocación de emociones, pero en realidad solo pretende confirmar el contacto entre dos interlocutores.	"Bien, felicitaciones, etcétera."
Metalingüística	El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	"¿Cómo estás?"
Estética	El mensaje tiene una función estética cuando se estructura de manera ambigua y se presenta como autorreflexivo, es decir, cuando busca atraer la atención del destinatario sobre su propia forma en primer lugar.	

(Eco, 1968).

4.2.3. Análisis de las reacciones

Tal como se planteó en el desglose de la comunicación digital, los procesos tecnológicos han establecido nuevas formas de construcción y trasmisión del mensaje, utilizando nuevos medios y creando nuevas dinámicas de relaciones sociales, de tal manera que las reacciones utilizadas por los seguidores de la red social *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, sirvieron como un indicador inicial para determinar el comportamiento ante el mensaje emitido por la institución.

4.2.4. Análisis de los comentarios

Los comentarios emitidos en las publicaciones que se analizaron, fueron estudiados bajo el método descriptivo que sirvió para recolectar los datos pertinentes a los que se le aplicó el diseño transaccional descriptivo, el cual tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población.

Es por ello que para fines del estudio en las publicaciones seleccionadas se tomaron variables, las cuales se aplicaron en la población villanovana que comentaron en los posteos analizados, lo cual determinó la opinión de la población.

4.3. Presentación de resultados

4.3.1. Publicaciones

La documentación Se inició con el conteo total de las publicaciones de junio y julio del 2023.

Tabla 1

Publicaciones de junio 2023	Publicaciones de julio 2023	Total de publicaciones
205	155	360

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 14 de septiembre 2023.

En los resultados finales se aplicó el diseño transeccional descriptivo, ya que según Hernández (2014), este define mediante un sondeo cual es el factor determinante que altera las formas de ser o manera de manifestarse en una población, utilizando una o más variables, es decir que en primera se ubica a un grupo de personas, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, proporcionando su descripción, para ubicarlos en una o diversas variables.

En esta investigación fue la población del municipio de Villa Nueva que interactuó en las publicaciones que se analizaron, las variables que se tomaron en cuenta fue si el objeto bajo análisis

fue positivo, negativo o neutro, esto según los comentarios, además de tomar en cuenta el tema de publicación.

Como primera fase se analizaron las reacciones; como segunda fase se analizó semiológicamente y como tercera fase se determinó la percepción del público mediante la aceptación o no aceptación del mensaje emitido por la institución, analizando los comentarios de los seguidores.

4.3.2. Análisis de las publicaciones

Durante el monitoreo realizado en el mes de junio y julio de 2023 en la Página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Nueva, se registraron un total de 360 publicaciones, siendo este junio con un total de 205 y julio con un total de 155 publicaciones; este dato hace constar que la pagina postea frecuentemente contenido.

4.3.3. Resultados de junio

Para poder analizar los resultados obtenidos a través del monitoreo, aplicando el método transeccional descriptivo, se tomó en cuenta cada objetivo específico y cada teoría que respalda el proceso investigativo, aunado a ello se aplicó la matriz que indica Eco, el cual está detallado en el inciso 4.2.2, y que evidencia el análisis aplicado según las funciones de un mensaje en cuanto a su carga semiológica.

Ilustración 2 Publicación de la Página de *Facebook* de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación ilustración 2

Tipo de reacciones	Total Reacciones	Tipo	Tema
480 me gusta, 276 me divierte, 24 me encanta, 22 me asombra, 3 me importa, 2 me enoja	806	Imágenes, fotografías .	Internet gratuito en parque central

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Los seguidores de la Página de *Facebook* han mostrado una percepción mayormente positiva hacia el Internet gratuito en el Parque Central, según las reacciones de la publicación. La mayoría de los usuarios reaccionaron con "me gusta", lo que sugiere una aceptación inicial de la iniciativa. Solo dos usuarios expresaron descontento con la reacción de "me enoja". El material ilustrativo refuerza esta percepción positiva al mostrar a personas utilizando sus celulares en el parque de manera tranquila y segura, sin exponer ningún riesgo aparente.

Información semiológica:

<p>Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.</p>	<p>Este aspecto es nulo en cuanto a la población guatemalteca, pues una red de internet abierta en un espacio público no es común y menos en un municipio con altos índices de violencia, pese a que se maneja por la institución un eje de modernidad hay aspectos más importantes, por lo tanto, el aspecto cultural queda de lado.</p>
<p>Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.</p>	<p>Este criterio aplica en cuanto al desprecio por parte de los vecinos, pues es una red abierta en un espacio donde la inseguridad impera, el sentir social de los que visitan el parque es que primero exista más seguridad y así poder beneficiarse de esta red de internet.</p>
<p>Imperativa: El mensaje es una orden.</p>	<p>Este criterio no aplica, pues en ningún momento persuade a los vecinos a que hagan uso de esta red de internet, sin embargo, se hace mucho énfasis en este beneficio que no es común en los municipios.</p>
<p>Contacto o fáctica: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.</p>	<p>Este punto se aplica en cuanto al contenido visual en donde las personas que se encuentran en el parque utilizan un celular, aduciendo que están conectados a la Red de Internet.</p>
<p>Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.</p>	<p>En cuanto a redacción e imágenes, este aspecto no aplica, sin embargo, en los comentarios existe una retroalimentación la cual, no es bien aceptada, pues seguidores de la Página de <i>Facebook</i> reclaman seguridad e infieren que es más favorable para los vendedores de la economía informal y para personas que ejercen la delincuencia en el sector.</p>
<p>Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como autorreflexivo.</p>	<p>Es aplicable al querer llamar la atención del vecino con algo novedoso y único en el municipio, sin embargo, esta no es bien aceptada por personas que realizaron comentarios en la publicación.</p>

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios: Datos obtenidos al 24 de septiembre

Eje	Total comen.	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	232	8	168	39

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

A pesar de que el gobierno local ha implementado algo inusual en los espacios públicos de Guatemala al proporcionar una red de Internet gratuita, se argumenta que esta medida no es realmente necesaria, esto se debe a que existen preocupaciones más apremiantes, como la seguridad y la necesidad de extender este beneficio a las escuelas; en el parque, se considera que esta red solo beneficia a personas sin oficio y a los comerciantes locales. Además, se ha señalado que la red es inestable y poco confiable, lo que la hace prácticamente ineficiente, además, el análisis del mensaje a la luz de los criterios de Humberto Eco revela que varios aspectos del mensaje cumplen con los estándares de efectividad, lo que lleva a la conclusión de que, a pesar de las reacciones positivas, muchos consideran que esta iniciativa es absurda según los comentarios emitidos en la publicación.

Ilustración 3 Publicación de la Página de Facebook de Villa Nueva.



Fuente: captura de pantalla de la página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación ilustración 3

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
571 me gusta, 138 me encanta, 1 me divierte, 1 me importa	712	Imágenes, fotografías.	Curso de montaje y globos

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información Semiológica

<p>Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.</p>	<p>Aplica en cuanto a la efectividad del curso pues los conocimientos adquiridos son de utilidad para las favorecidas, además la continuidad que se tiene en este programa permite que la aceptación que ha tenido en los últimos años mejore gracias a los egresados que dan buenas referencias.</p>
<p>Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.</p>	<p>Este criterio es aplicable al indicar que la capacitación que obtienen los usuarios del curso les permite emprender y con ello obtener ingresos.</p>
<p>Imperativa: El mensaje es una orden.</p>	<p>a que en esta publicación no existe una orden como tal, el contenido visual motiva a querer aprender este oficio.</p>
<p>Contacto o fática: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.</p>	<p>Este aplica en las imágenes al denotar a un instructor y las alumnas contentas.</p>
<p>Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.</p>	<p>Este criterio es aceptado en los comentarios, que no son negativos, pero tampoco denotan positivismo, esto se debe a la poca capacidad de atención por parte de la institución.</p>
<p>Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.</p>	<p>Este aspecto es sumamente aplicado en la redacción y llama a reflexionar al vecino para que pueda emprender al concluir el curso, ya que los conocimientos son efectivos.</p>

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	317	8	4	147

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación

El curso de globos ofrecido por la institución goza de una alta aceptación entre los residentes locales, según los comentarios de los vecinos, la opinión general sobre esta publicación se considera neutral, ya que no se expresaron opiniones especialmente positivas. En su lugar, la mayoría de los interesados se centraron en solicitar información y recibir respuestas por parte de la municipalidad, sin embargo, el mensaje en sí fue muy bien recibido, ya que varios vecinos se identificaron con los aspectos positivos del curso, lo que se reflejó en las reacciones positivas que generó.

Ilustración 4 Publicación de la Página de Facebook de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación ilustración 4

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
279 me gusta, 108 me asombra, 8 me entristece, 3 me importa	398	Imágenes, fotografías .	Línea de emergencia

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembredel 2023.

Información Semiológica

<p>Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.</p>	<p>El criterio aplica, pues la institución es la que vela localmente por las emergencias que suceden en el municipio, por lo tanto, el vecino ya sabe a dónde comunicarse y se vuelve una cultura al saber que la municipalidad atiende emergencias y más aún en época lluviosa.</p>
<p>Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.</p>	<p>Este punto aplica al apelar al sentimiento de precaución, derivado de las lluvias, además el material visual refuerza el mensaje, buscando que la cultura vial se ponga en práctica.</p>
<p>Imperativa: El mensaje es una orden.</p>	<p>Pese a que no aplica de manera directa, la alteración y la desobediencia de las ordenes que se dictan por parte de la institución al momento de una emergencia, se deben de cumplir detalladamente.</p>
<p>Contacto o fáctica: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.</p>	<p>Este punto es aplicable al momento que se comparten fotografías de Villa Nueva en donde se atendieron emergencias derivadas de las lluvias.</p>
<p>Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.</p>	<p>En cuanto a redacción aplica al hacer conciencia del peligro que puede existir si no se acatan las instrucciones que se brindan, y a que reporten a la línea de emergencias cualquier incidente.</p>
<p>Estética: estructura de manera ambigua y se presenta como autorreflexivo.</p>	<p>Es aplicable al hacer un llamado general de precaución por los eventos sucedidos en varios sectores del municipio.</p>

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Datos obtenidos al 24 de septiembre

Eje	Total comen.	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	86	2	23	39

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

Tener una línea de emergencia es altamente beneficioso; no obstante, la incapacidad para atender las llamadas, la falta de respuesta o la desactivación de la línea generan una gran incomodidad entre los vecinos, la mayoría de los comentarios expresaban su frustración al señalar que esta línea tenía problemas, a pesar de ello, la interacción de la institución con los vecinos al responder a los comentarios ayudó a reducir en cierta medida el descontento, además, el tipo de mensaje, tanto en su contenido como en su presentación visual, se ajustó a los estándares del análisis del mensaje, las reacciones reflejaron que el mensaje fue comprendido y asimilado.

Ilustración 5 Publicación de la Página de *Facebook* de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación ilustración 5

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
329 me gusta, 50 me encanta, 3 me entristece, 1 me asombra	383	Imagen, fotografías.	Curso de costura

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información Semiológica

<p>Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.</p>	<p>Los antecedentes de la cultura villanovana refiere que el trabajo de costura fue muy importante, pese a que actualmente no hay mucha demanda en este oficio, varias personas gustan de este trabajo, evidenciando que forma parte de los antiguos oficios del sector.</p>
<p>Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.</p>	<p>Aplica textualmente al indicar que las alumnas aprenden a costurar de manera profesional, apelando a las emociones de aprender profesionalmente este oficio y que puedan formar parte de este curso.</p>
<p>Imperativa: El mensaje es una orden.</p>	<p>El aspecto en curso no aplica, tal como lo indica Eco, pues no todos los criterios pueden formar parte del análisis.</p>
<p>Contacto o fáctica: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.</p>	<p>Es aplicable en el contenido visual que sirve como apoyo, específicamente donde se hace notar a las alumnas e instructor costurando piezas en una maquina industrial.</p>
<p>Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.</p>	<p>Este criterio se aplica al final de la parte textual, en donde se indica al vecino que forme parte del curso y para tales efectos se brinda un número de teléfono.</p>
<p>Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.</p>	<p>Se toma en cuenta este criterio al atraer mediante el mensaje la atención del vecino, pues aduce que las alumnas están aprendiendo a realizar prendas modernas.</p>

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembredel 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen .	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	56	3	14	15

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

Aunque el curso cuenta con una amplia aceptación entre los vecinos, los comentarios en su mayoría expresaron negatividad, especialmente cuando se hace referencia al despido de la instructora del curso de costura, encajando con la función emotiva del modelo de Umberto Eco, sin embargo, el mensaje en la publicación es motivador para el lector, ya que resalta que "las alumnas aprenden a confeccionar prendas modernas". Este enfoque deja espacio para la imaginación y apela a diversas funciones semióticas, esta estrategia también se refleja en el tipo de reacciones predominantes en la publicación, donde los "me gusta" y "me encanta" son muy evidentes, lo que indica una fuerte aprobación por parte de los lectores.

Ilustración 6 Publicación de la Página de *Facebook* de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación ilustración 6

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
288 me gusta, 19 me encanta, 5 me enoja, 1 me importa	313	Imágenes, fotografías .	Hospital de ojos

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembredel 2023.

Información Semiológica

Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	Este elemento que se pone bajo el análisis de este modelo no aplica derivado de que no existe ninguna cultura general en visitar a un médico.
Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	Apela a la emoción al dirigir la lectura en el concepto “gratis” pues al ser una especialidad de ojos en lo particular puede representar gastos elevados.
Imperativa: El mensaje es una orden.	criterio no es adherible al estudio, pues en ningún momento se persuade de manera imperativa.
Contacto o fática: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.	Esta parte es abarcada textualmente al indicar que las personas reciben atención especializada gratuita.
Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	Al igual que el criterio imperativo, no es aplicable a este contenido, sin embargo, se puede inferir que algunos pudieron tomar como opción asistir a este establecimiento.
Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.	El mensaje puede ser interpretado de buena manera al hacer alusión en las palabras “atención especializada gratis” pues esta especialidad aparte de ser gratis, las intervenciones quirúrgicas no tienen ningún costo.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	60	4	8	27

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

A pesar de que el hospital oftalmológico ha brindado una gran ayuda a muchas personas, las críticas sobre su funcionamiento generan una gran incomodidad para los usuarios, la alta demanda y la falta de suficiente atención resultan frustrantes para los vecinos, según se desprende de los comentarios analizados; la mayoría de estos comentarios son negativos, aunque también se observan algunos neutrales, que en su mayoría buscan información, y algunos positivos de personas que ya han sido beneficiadas por alguna operación. En el mensaje textual, se destaca que el servicio es gratuito y altamente especializado, lo que encaja con las funciones emotivas, fácticas y estéticas, como se describen en el análisis del mensaje de acuerdo con Eco.

4.3.4. Resultados de julio

Para poder analizar los resultados obtenidos a través del monitoreo, aplicando el método transaccional descriptivo, se tomó en cuenta cada objetivo específico y cada teoría que respalda el proceso investigativo, siempre utilizando la matriz de Umberto Eco, detallada en el inciso 4.2.2.

Ilustración 7 Publicación de la Página de *Facebook* de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación, ilustración 7

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
504 me gusta, 211 me encanta, 6 me importa	721	Imágenes, fotografías	Curso de globos

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembredel 2023.

Información Semiológica

Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	Aplica en cuanto al seguimiento que se le ha brindado al curso, pues este ha tenido buena aceptación por los vecinos y el aprendizaje real que obtienen los alumnos.
Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	Este aspecto es aceptado, ya que el texto se complementa con el material visual en donde las vecinas aprenden a realizar varios oficios en este curso.
Imperativa: El mensaje es una orden.	De acuerdo con el estudio previo, no todo aquello que se analiza bajo este modelo debe de encajar con todos los criterios.
Contacto o fáctica: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.	Este criterio se centra en el material visual, en donde se puede interpretar la emotividad de las alumnas.
Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	Aplica al estudiar los comentarios en donde los seguidores demuestran su asertividad con el curso.
Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.	Aplica al indicar textualmente que las vecinas aprenden a realizar varios oficios que en la actualidad son tendencia.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen .	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	78	38	0	24

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

Este curso vuelve a ser importante en julio, después de haber tenido un gran impacto anteriormente, la aprobación de los seguidores hace que las personas estén interesadas en este programa. Los comentarios son mayoritariamente positivos, y los neutros se centran en la búsqueda de información adicional, además, las reacciones de los usuarios respaldan la alta aceptación del curso, en términos de análisis, se puede observar que el mensaje cumple con los criterios establecidos en todos los aspectos.

Ilustración 8 Publicación de la Página de *Facebook* de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la Página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación, ilustración 8

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
281 me gusta, 55 me encanta, 1 me divierte, 1 me enoja	338	Imágenes, fotografías	Curso de música

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información Semiológica

Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	Al realizar un estudio en los comentarios, se deja percibir que es una realidad las habilidades que desarrollan los egresados de este curso de música, pese a no ser cultural este programa municipal tiene varios estudiantes.
Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	Aplica textualmente al indicar que las personas pueden aprender a tocar un instrumento.
Imperativa: El mensaje es una orden.	Este criterio no se aplica en este contenido al no haber una orden directa o de carácter imperativo.
Contacto o fática: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.	El mensaje infiere a que la participación en este curso los con lleva a que desarrollen las habilidades necesarias para poder tocar los instrumentos.
Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	contenido de apoyo permite interpretar la dedicación que se deja ver por parte de las personas que son beneficiados.
Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.	Aplica al apelar a la reflexión de los vecinos si desean aprender un instrumento con clases especializadas y que este puede ser para principiantes o para personas que ya tienen algún conocimiento.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen .	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	81	13	8	29

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

El curso de música es bien recibido por los residentes locales, ya que la mayoría de los comentarios provienen de personas interesadas en aprender a tocar un instrumento, esto es especialmente relevante debido a que la instrucción musical privada a menudo conlleva costos muy elevados. Las reacciones de los usuarios reflejan esta aceptación, y la estructura del mensaje se ajusta a los criterios que se han estado siguiendo según los principios de la tabla de análisis de Eco.

Ilustración 9 Publicación de la Página de *Facebook* de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación, Ilustración 9

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
263 me gusta, 70 me encanta, 8 me importa	314	Imágenes, fotografías	Hospital materno

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información Semiológica

Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	Aplica al demostrar una realidad en cuanto el seguimiento que tuvo un bebé que nació en el nuevo hospital de maternidad.
Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	Este criterio es complementado por la parte visual, al saber que se les da un seguimiento a los niños nacidos en el hospital de maternidad.
Imperativa: El mensaje es una orden.	Este criterio no aplica, ya que no es una ordenanza que todas las mujeres en gestación vayan de manera obligatoria a este centro asistencial.
Contacto o fática: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.	Aplica al indicarles a las personas que existe un acercamiento y una continuidad en la parte de lactancia con los vecinos que se benefician de este servicio.
Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	La interpretación de varios mensajes se da, pues el sentir de saber que hay un establecimiento cerca es confortable para muchas madres, aunado a ello las instalaciones nuevas y el seguimiento que se les da a las beneficiadas.
Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.	Este aspecto busca que los lectores interpreten el mensaje como positivo.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen .	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	55	13	2	26

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

El hospital de maternidad es un servicio completamente nuevo para la población de Villa Nueva, y en consecuencia, ha sido muy bien recibido, a pesar de que este hospital no ofrece atención a mujeres embarazadas primerizas ni realiza cesáreas, proporciona todos los controles previos al parto a todas las madres; en general, los comentarios positivos fueron más numerosos que los negativos, y los comentarios neutrales se debieron principalmente a solicitudes de información adicional, las reacciones positivas superaron ampliamente a las negativas, y el mensaje general reflejó una experiencia positiva por parte de la institución en términos de la atención al usuario.

Ilustración 10 Publicación de la Página de Facebook de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación, ilustración 10

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
199 me gusta, 56 me encanta, 1 me importa	256	Imágenes, fotografías	Curso de danza

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información Semiológica

Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	La buena aceptación permite inferir que las alumnas de este programa salen realmente capacitadas para poder ejercer esta disciplina.
Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	Motiva a las personas a que aprendan este arte que no es común.
Imperativa: El mensaje es una orden.	Nuevamente el criterio imperativo no es aplicable en este análisis.
Contacto o fáctica: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.	Apela a que niñas y personas pueden desenvolverse en la danza profesional.
Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	El material fotográfico sirve al aportar un mensaje visual en las alumnas junto a su dedicación que se logra percibir.
Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.	El análisis de las reacciones junto a los comentarios da pauta a poder darse la oportunidad de intentar desarrollar esta habilidad artística.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen .	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	30	9	0	17

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Análisis de la publicación:

Los programas como es el de danza, contiene una alta aceptación por los seguidores, a tal punto de que esta publicación no contiene comentarios negativos, prevaleciendo los comentarios neutros, en donde la solicitud de información sobresale nuevamente, las reacciones hablan por sí mismo, al no contener ninguna negativa, por otra parte, la magnitud del mensaje abarca algunos aspectos como lo es la parte emotiva y fáctica.

Ilustración 11 Publicación de la Página de Facebook de Villa Nueva



Fuente: captura de pantalla de la Página de Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva.

Información de reacciones a publicación ilustración 5

Tipo de reacciones	Total reacciones	Tipo	Tema
181 me gusta, 19 me encanta, 1 me entristece, 1 me asombra	202	Imagen, fotografías.	Curso de costura

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023.

Información Semiológica

Referencial: El mensaje pretende denotar cosas reales, incluyendo realidades culturales.	A pesar de lo costoso que es ser bilingüe en este país, la constante divulgación de este programa a logrado que varios vecinos dominen el idioma portugués, siendo una realidad para los que concluyen con éxito este curso.
Emotiva: El mensaje tiende a provocar reacciones emotivas.	Motiva a las personas textualmente a capacitarse para dominar otro idioma.
Imperativa: El mensaje es una orden.	Al no haber un mensaje imperativo este criterio no aplica.
Contacto o fáctica: El mensaje finge la provocación de emociones, busca un contacto entre dos interlocutores.	Este tipo de contenido motiva a poder ser bilingüe y a buscar la profesionalización con el dominio del idioma portugués.
Metalingüística: El mensaje tiene como objetivo a otro mensaje.	Siempre queda el mensaje de la escuela de idiomas para que los vecinos se inscriban e intenten aprender este idioma.
Estética: se estructura de manera ambigua y se presenta como auto reflexivo.	Es aplicable al indicarles a los lectores sobre las oportunidades que se brindan en la escuela de idiomas.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembredel 2023.

Información comentarios

Eje	Total comen .	Comen. +	Comen -	Comen
Bienestar	38	7	0	18

Fuente elaboración propia con datos obtenidos del monitoreo realizado el 24 de septiembre del 2023

Análisis de la publicación:

La Escuela de Idiomas tiene como objetivo fomentar la capacitación de los residentes de Villa Nueva en lenguas extranjeras, ya que tiene a la disponibilidad el idioma inglés, francés, lengua de señas, y en esta ocasión, el curso de portugués ha tenido una buena acogida en la comunidad, en los comentarios, no se registran opiniones negativas, y los comentarios neutrales superan nuevamente a los negativos; sin embargo, las reacciones reflejan la alta demanda de este tipo de publicaciones y cursos ofrecidos por la institución. La calidad del mensaje se relaciona con ciertas palabras clave que se ajustan a los criterios establecidos en este estudio.

4.4. Análisis final

La plataforma social *Facebook*, ofrece una clara demostración de cómo los mensajes llegan a sus audiencias, permitiendo a los seguidores expresar sus percepciones a través de comentarios y reacciones, este entorno de interacción no solo refleja la libertad de expresión que caracteriza a la red social, ya que también permite un análisis semiológico que sigue siendo relevante, aplicando criterios establecidos hace décadas y aún vigentes en investigaciones contemporáneas.

Lo que se ha examinado demuestra cómo esta red social virtual, tiene la capacidad de ilustrar la forma en que el mensaje llega a las audiencias, pues los seguidores siempre tendrán la oportunidad de expresar su percepción, ya sea mediante comentarios u otorgando reacciones basadas en su criterio, ya que estas son libertades que existen en esta plataforma virtual, por otro lado, el análisis del aspecto semiológico también puede interpretarse según los criterios que se propusieron hace décadas y que aún son aplicables en investigaciones actuales.

Las reacciones posibles en una comunicación digital ofrecen una perspectiva social sobre el contenido publicado, esto conduce a un proceso en constante cambio en el que la comunicación eficiente y efectiva desempeña un papel crucial para difundir la información y ampliar su alcance e influencia; por esta razón, los avances tecnológicos establecen nuevas maneras de crear y transmitir mensajes, empleando nuevos medios y generando nuevas dinámicas en las relaciones sociales, por lo tanto, algunos expertos sugieren que en las redes sociales, las interacciones, las respuestas y los tiempos de reacción tienen un significado importante.

Aunque el enfoque del criterio semiológico puede parecer complejo al analizar individualmente lo que cada publicación podría representar para las personas, el modelo propuesto por Umberto Eco en su libro "La Estructura del Lenguaje" tiende a reducir la multiplicidad de connotaciones que un mensaje podría tener. Esto lo hace al limitarse a las funciones semiológicas que se derivan de la estética del mensaje; en esencia, la semiótica se convierte en la reproducción de una serie de procesos conceptuales y en la interpretación de signos que ayudan a la comprensión del mundo, tanto natural como cultural.

La transición de la comunicación tradicional a la comunicación en redes sociales refleja este cambio de enfoque, al utilizar las redes sociales virtuales, las instituciones pasan de una comunicación unidireccional a una interacción más compleja; esto implica tener en cuenta la individualidad de los receptores y estar dispuesto a participar en conversaciones activas con el público en lugar de simplemente transmitir mensajes.

Así, los datos tabulados representan el resultado de la teoría planteada, lo que confirma la pertinencia de los estudios realizados para las conclusiones alcanzadas en el análisis; esto responde a la pregunta inicial del estudio: "¿Cuál será el resultado del análisis de las publicaciones en Facebook de la Municipalidad de Villa Nueva?". En este contexto, se concluye que la población de Villa Nueva muestra una preferencia, según el análisis semiológico por los temas relacionados con el eje de bienestar, como se evidencia al analizar las publicaciones que generaron más interés durante los meses estudiados.

Sin embargo, es importante señalar que, en su mayoría, los comentarios en estas publicaciones fueron negativos, lo que indica un desacuerdo de la población de Villa Nueva con ciertas gestiones y procesos en los programas, a pesar de que estos programas son demandados y que la redacción de las publicaciones cumple con varios criterios del modelo que se utilizó como base para su análisis, además, se observa un contraste en las reacciones de las publicaciones, ya que la opción "me gusta" predominó ampliamente.

Conclusiones

1) Se concluye de manera general, a partir del análisis realizado en esta investigación que la Página de Facebook de la municipalidad de Villa Nueva tiene una actividad muy fluida, dada la frecuencia con que se generan publicaciones, el análisis de las reacciones y comentarios en Facebook revela una aparente contradicción en las percepciones del contenido, esto tomando en cuenta las variables analizadas, aunque las reacciones positivas predominan, indicando una respuesta favorable en términos generales, los comentarios muestran una tendencia hacia la negatividad al examinarlos profundamente. Esta discrepancia sugiere que, mientras los usuarios pueden expresar aprobación breve por medio de reacciones, los comentarios, que requieren un mayor nivel de reflexión y expresión, tienden a reflejar críticas, preocupaciones o desacuerdos, evidenciando la importancia de considerar ambos tipos de interacciones para obtener una comprensión más completa de la percepción pública, ya que las variables tomadas en cuenta captan diferentes dimensiones.

2) Los criterios establecidos para el análisis semiológico de las publicaciones indican que, de acuerdo con la tabla de funciones propuesta por Umberto Eco, el mensaje dirigido a la población de Villa Nueva se ve moldeado por el contexto social en el que viven los habitantes de esta zona, a pesar de que se emplea un estilo de redacción en primera persona que busca involucrar al lector y demostrar, a través del material visual, una conexión entre el personal de la institución y los usuarios de los servicios, así como destacar la calidad de los cursos y la emotividad de quienes se benefician de los programas, las personas tienen percepciones variadas sobre lo que se ofrece y la realidad circundante; sin embargo, es importante destacar que la calidad de las publicaciones se ajusta perfectamente a los aspectos de descodificación de un mensaje según Eco.

3) La evaluación de las publicaciones de la Municipalidad de Villa Nueva en junio y julio de 2023 fueron basadas en los comentarios realizados por los seguidores de esta plataforma. En el análisis, predominó la negatividad y la neutralidad en los comentarios emitidos a lo largo de este período, contrastando con las reacciones generadas por las publicaciones. La identificación de la percepción del público permitió comprender cómo fueron recibidos los mensajes por los seguidores de la página, esta percepción es crucial para evaluar el alineamiento entre la intención de la municipalidad y la interpretación del público, lo que puede servir para guiar futuras estrategias de comunicación para mejorar la interacción y la aceptación.

4) El estudio de las reacciones de los seguidores mostró una diversidad de interpretaciones desde

aprobaciones hasta críticas, reflejando las distintas perspectivas del público. Estas reacciones proporcionaron valiosa retroalimentación sobre la efectividad inicial de las publicaciones y su impacto en la audiencia; sin embargo, es importante señalar que no hay evidencia que respalde que las personas que han reaccionado sean necesariamente usuarios o beneficiarios a lo que hace referencia la publicación de Facebook analizada.

5) El análisis semiológico de las publicaciones realizadas a la Página de Facebook reveló cómo los signos, símbolos y mensajes empleados influyeron en la interpretación y comprensión del público, mediante una lectura al contenido, reacciones y comentarios, lo que revela la importancia de construir de manera cuidadosa los mensajes para alcanzar objetivos comunicativos de calidad.

6) Finalmente se concluye que este documento se presenta como una referencia valiosa para los responsables de generar contenido en la Municipalidad de Villa Nueva, ya que puede ser consultado en el futuro para evaluar si la percepción de los seguidores ha mejorado y para aprovechar los análisis con el enfoque semiológico que aquí se expone, además, el contenido puede ser revisado y adaptado para aplicarlo en otras instituciones municipales que deseen crear contenidos que capten mejor la atención de sus públicos.

Recomendaciones

- 1) A los líderes de la institución se les recomienda continuar utilizando la red social de Facebook como un medio para generar contenidos que puedan influir en la percepción de la población, sin embargo, es imperativo que mantengan y mejoren la calidad de lo que se ofrece en cada publicación, pues un buen producto comunicativo que cumpla con varios criterios semiológicos, puede no ser suficiente, ya que es necesario que lo ofrecido vaya de la mano con la calidad del contenido exhibido por medio del material visual.
- 2) Se Sugiere utilizar medios para conocer las inquietudes de los vecinos, esto por medio de la habilitación de herramientas en donde las personas puedan interactuar y de esa manera exponer su sentir, esto permitiría enviar un mensaje de empatía con los vecinos, concretando algunas funciones de la tabla expuesta para la interpretación de mensajes, sugerida por Umberto Eco.
- 3) En cuanto a las reacciones, se recomienda aprovecharlas para comprender la percepción del contenido que se publica e ir generando más material que guste a los seguidores, pero que cumpla con las expectativas ofrecidas a la comunidad.
- 4) Con relación a las publicaciones y la opinión expresada por los vecinos, que la misma se manifiesta en la falta de aceptación de los contenidos, debido a malas experiencias, se sugiere realizar un análisis de lo que se evidencia en los comentarios; esto servirá para mejorar los servicios, ya que las solicitudes de cambio no siempre implican gastos significativos.
- 5) Una renovación en la estrategia comunicativa, enfocado en cambiar los significados de los mensajes transmitidos, podría mejorar la percepción de los servicios sin necesidad de grandes inversiones, esto tomando en cuenta las interpretaciones de los vecinos que emitieron comentarios a partir de sus experiencias previas.
- 6) Se recomienda que en futuras publicaciones en donde se tomen en cuenta las variables expuestas en este estudio, se realice un análisis detallado de los comentarios para identificar las principales preocupaciones o críticas expresadas por los usuarios, tomando en cuenta que las reacciones sean mayoritariamente positivas y los comentarios reflejen negatividad. una sugerencia es responder y Participar activamente en los comentarios, ofreciendo respuestas claras y empáticas a las críticas o dudas, esto evidenciaría que la opinión de los usuarios es valorada.

Referencias Bibliográficas

- Abarca, A., Rojas, C., & Sibaja, G. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación*. San José Costa Rica: EUCR Aguirre.
- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las Teorías de la información y la Comunicación*. Murcia.
- Alfonso Ruiz, M. (1996). *Filosofía política 2, teoría del estado*. Madrid: Trotta.
- Arango Forero, G. (2013). *Comunicación digital Una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. Sabana Colombia.
- Ariel y Fundación Telefónica. (2016). *Las reglas del juego en el ecosistema digital*. Madrid y Barcelona: Ariel SA.
- Calderón Hernández, J. (2013). *El funcionalismo*. Madrid.
- Carpio, R. (s.f.). (11 de noviembre- 3 de diciembre del 2019). *La Constitución y Yo [Discurso principal]*. Conferencia del curso realizado por el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad. Guatemala.
- Casanova, M. (1998). *Evaluación educativa*. México: SEP/Muralla.
- Castañeda Naranjo, I. (2007). *Cibernética y sociedad de la información: el retorno de un sueño eterno vol. XXVI*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Chomsky, N. (2000). *La Arquitectura del Lenguaje*. India: Titivillus.
- Código Municipal [CM]*. (Decreto 12-2002 1 de julio de 2002). Guatemala.
- Comunicar. (2002). Comunicación y divulgación de la ciencia. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 236.
- Constitución Política de la República de Guatemala*. (31 de mayo de 1986). 1986.
- De Ugarte, D. (2011). *El Poder de la Redes*. Indiana: Lestrobe.
- De Ugarte, D. (2011). *Filés: de las naciones a las redes*. Indiana: Lestrobe.
- Eco, U. (1973). *Signo*. FleCos.
- Eco, U. (1975). *Tratado de semiótica general*. FleCos.
- Eco, U. (1984). *Semiótica y filosofía del lenguaje*. FleCos.
- Eco, U. (1990). *Los límites de la interpretación*. FleCos.
- Fernández Núñez, L. (2006). *¿Cómo se elabora un cuestionario?* Barcelona España: Instituto de ciencias de la educación. Universidad de Barcelona.
- Guittin, I. (2017). *Adapta tu comunicación a las redes sociales*. Titivillus.
- Gurevich, A. (2016). *El tiempo todo en Facebook*. Buenos Aires: Aposta.

- ICOM, E. (2011). Museos y redes sociales . *Revista del Comité Español de ICOM*, 160.
- Islas, O. (2008). *De la cibernética al imaginario de las comunicaciones digitales*. Mexico: Comunife.
- Jonatan Martínez, R. (2016). *Tesis de Grado Propuesta de comunicación alternativa para la municipalidad de San Miguel Petapa*. Guatemala.
- Ladino Marín, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Bogotá: Areandino.
- López Garcia, G. (2005). *El Ecosistema Digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y publico en internet* . Valencia: Servei.
- Marily Hernandez, M. (2018). *Tesis de Grado Perfil profesional para la Dirección de Comunicación de la municipalidad de Villa Nueva*. Guatemala.
- MARTIN SERRANO, M., PIÑUEL RAIGADA, J., GRACIA SANZ, J., & ARIAS FERNANDEZ, M. (1982). *TEORIA DE LA COMUNICACION I. EPISTEMOLOGIA Y ANALISIS DE LA REFERENCIA*. MADRID: Gráficas Valencia, S. A. Paseo de Talleres.
- Maria Santos, G. (2017). *Tesis de Grado Análisis de la comunicación Facebook y Twitter, utilizando la herramienta Engagement Rate, en las elecciones presidenciales del 2015*. Guatemala.
- Martinez Rebollo, M. (2012). *Teoría del periodismo*. Estado de México: Eduardo Durán Valdivieso.
- Mérida González, A. K. (1986). *Manual para elaborar y presentar el trabajo de grado. Edición revisada y aumentada*. . Guatemala: M&G.
- Merodio, J. (2010). *Marketing en Redes Sociales; Menajes de empresa para gente selectiva*. Madrid: Creative Commons.
- Mezrich, B. (2009). *Multimillonarios por accidente: El nacimiento de facebook*. Barcelona: Planeta.
- Morin, E. (2000). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Municipalidad de Villa Nueva, Manual de Inducción [MVNMI]*. (2021).
- Municipalidad de Villa Nueva. (2023). (Memoria de Labores 2022)*.
- Orozco Gómez, G. (2007). *Comunicación social y cambio tecnológico: Un escenario de múltiples desordenamientos*. Barcelona: Gedisa.
- Pérez , R. (2013). *Villa Nueva 250 años de historia y tradición*. Guatemala: Litografía OPP.
- Regina Roman, C. (2010). *Tesis de grado, La página web de la municipalidad de Villa Nueva una herramienta de comunicación institucional y de servicio*. Guatemala.
- Roberto Hernández, S. (2014). *Métodos y técnicas de investigación 6ta edición 2014* . México D.F: Printed in.
- Sánchez, C. (2020). *¿CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO?* CLDL.

- Sierra Caballero, F. (2016). *Teorías sociales de la comunicación* . Guatemala: COMPOLITICAS-SEJ456.
- Torres Montenegro, S. G. (2016). *Tesis de Grado Comunicación virtual en un gobierno municipal en el departamento de Guatemala*. Guatemala.
- Unesco. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Mayenne: Ediciones Unesco.
- Vidales Gonzáles , C. E. (2009). *La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir. Comunicación y sociedad*. Obtenido de (11), 37-71. Recuperado en 24 de julio de 2023,: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2009000100003&lng=es&tlng=es.
- Vidales Gonzáles, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación* . Monterrey: Altos Estudio .
- Wiener , N. (1958). *CIBERNÉTICA Y SOCIEDAD* . Buenos Aires: Sudamericana SA.

Anexo modelo de instrumento

Las fichas de notas fueron utilizadas para recopilar información que ayudó a determinar el estudio, y se utilizaron en los seguidores de la red social de Facebook.

Anexos:

Las fichas de notas fueron utilizadas para recopilar información que ayudó a determinar el estudio, y se utilizaron en los seguidores de la red social de *Facebook*.

Anexo 1





Tabla de observación:

Esta tiene el propósito de recopilar datos relevantes sobre el estudio.

Fecha de publicación

Reacción a la publicación: las disponibles por la red social

Tema de la publicación: el predominante en el contenido

Tipo de publicación: imagen, texto, audio visual u otro

Las entrevistas fueron respondidas por las personas que están a cargo de las redes sociales de la municipalidad de Villa Nueva, y los encargados de generar las publicaciones que llevan contenido visual.

Anexo 2

Área de redes



Este tiene como objetivo saber cuál es la red con más demanda y cuál es la que mayor tráfico genera con las audiencias.

1. ¿Qué red social genera más tráfico de información?

Las dos personas coincidieron en Facebook

2. ¿Qué red social es más demandada por la Municipalidad?

Las dos personas coincidieron en Facebook

3. ¿Considera que los públicos difieren en las distintas redes sociales?

Anexo 3

Diseñadores



Este tiene como objetivo determinar los criterios para generar un material visual o audio visual.

1. ¿Cuáles son los parámetros a la hora de crear un posteo?

Las dos personas coincidieron en seguir la línea gráfica institucional, para lo cual ya se encuentran los artes editables y se modifica el texto y fotografías, en ocasiones se juega un poco con los colores, dependiendo a lo que el mensaje principal hace alusión.

2. ¿Se comparte la misma información con artes distintos?

Anexo 4

Redactor de textos



Este tiene como objetivo saber cuáles son los criterios al momento de generar un contenido, previo a publicarlo.



1 ¿Cuál es el criterio para redactar los textos de Facebook?

- Se redactan en primera persona, buscando que la persona que vea la publicación se sienta parte del texto y por ende que sienta que la institución le habla directamente, no solo tomando en cuenta la redacción, ya que el material audio visual también forma parte del sentido de pertenencia con el vecino.
- Se busca que el texto sea de extensión corta
- Se busca que la redacción sea precisa y que lleve mucha información en pocas palabras.
- Que cada publicación lleve datos cuantitativos que sirvan para que el vecino dimensione lo que se le presenta en los posteos

Anexo 5

Guía de observación

Dicho instrumento contiene parámetros de los productos finales que se publican en la redsocial Facebook.



Datos observados

Eje de publicación: Desarrollo, Bienestar, Inclusión, Modernización, Transparencia

Redacción: cantidad y contenido del texto informativo

Contenido visual: imágenes, videos, que proyecta cada material

Total, de comentarios: total de opiniones emitidas por los seguidores

Cantidad de comentarios: Positivos, Negativos, Neutros

Desglose de reacciones: las brindadas por la plataforma.