

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**“MANIFESTACIONES DE COMUNICACION POPULAR
EN LOS PARQUES: PLAZA MAYOR DE LA
CONSTITUCION Y CENTENARIO”**

Trabajo de

Tesis

Presentado por

CLAUDIA GRISELDA VELÁSQUEZ GONZÁLEZ

Previo a optar al Título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Asesor de Tesis: **Lic. Gustavo Bracamonte**



Director

M.SC. CARLOS HUMBERTO INTERIANO

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

REPRESENTANTES DOCENTES

Lic. Carlos Humberto Interiano
Lic. Oscar René Paniagua
Lic. César Augusto Urizar

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Gilmar Ernesto Bobadilla Rodríguez
Marco Tulio Ochoa España
Roberto Elías Esquit Meza

SECRETARIO

Lic. Sergio Morataya

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Gustavo Bracamonte (Presidente)
Lic. Julio Moreno
Licda. Aracelly Mérida
Licda. Silvia Búcaro
Lic. César Paiz
Lic. Carlos Interiano (suplente)



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 18 de agosto de 1,998
ECC 682-98

Señorita estudiante
Claudia Griselda Velásquez González
Esc. Ciencias de la Comunicación

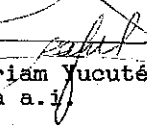
Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.2, del Punto SEGUNDO, del Acta No. 19-98 de sesión celebrada el 7 de agosto de 1,998.

SEGUNDO:... 2.2... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: Aprobar a la estudiante CLAUDIA GRISELDA VELASQUEZ GONZALEZ, Carnet No. 9118592, el trabajo de tesis: EL PARQUE URBANO COMO CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL, DE ENCUENTRO Y ENTRETENIMIENTO DE LOS GRUPOS POPULARES EN LA CIUDAD DE GUATEMALA. b) Nombrar como asesor al Lic. Gustavo Bracamonte."

Atentamente,

"DID Y ENSEÑAR A TODOS"


Licda. Miriam Yucuté
Secretaria a.i.

MY/lm
CC. Comisión de Tesis



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

Guatemala, 2 de septiembre de 1,999
ECC 1,021-99

Señorita estudiante
Claudia Griselda Velásquez González
Esc. Ciencias de la Comunicación

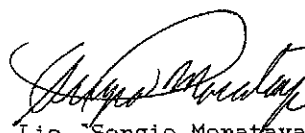
Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.7, del Punto SEGUNDO, del Acta No. 27-99 de sesión celebrada el 30 de agosto de 1,999.

"SEGUNDO:... 2.7... Comisión Directiva Paritaria, en base al dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación, vigente, ACUERDA: Nombrar a los profesionales Lic. Gustavo Bracamonte (Presidente), Licda. Aracelly Mérida y Lic. Julio Moreno, para que integren el Comité de tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de la estudiante CLAUDIA GRISELDA VELASQUEZ GONZALEZ, Carnet No. 9118592, cuyo título es: EL PARQUE URBANO COMO CENTRO DE COMUNICACION POPULAR DE ENTRETENIMIENTO Y DE ENCUENTRO DE LOS GRUPOS POPULAR."

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Sergio Morataya
Secretario



SM/lm



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Calle Universidad, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 28 de septiembre de 1,999

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____

Claudia Griselda Velásquez González

Carnet No. 9118592, ha realizado las correcciones y

recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____

MANIFESTACIONES DE COMUNICACION POPULAR EN LOS PARQUES: PLAZA

MAYOR DE LA CONSTITUCION Y CENTENARIO.


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

Atentamente,

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"



Miembro Comisión Revisora
Lic. ARAOELLY MERIDA



Miembro Comisión Revisora
Lic. JULIO MORENO



Presidente Comisión Revisora
Lic. GUSTAVO BRACAMONTE

cc/estudiante
archivo
correlativo



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

Guatemala, 13 de octubre de 1999
ECC-1,220-99

Señorita
Claudia Griselda Velásquez González
Esc. Ciencias de la Comunicación

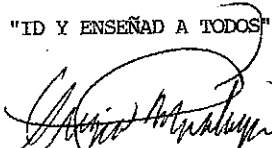
Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 2.5 Punto SEGUNDO, del Acta 33-99 de sesión celebrada el 11-10-99.

"SEGUNDO:...2.5:...Comisión Directiva Paritaria ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: MANIFESTACIONES DE COMUNICACION POPULAR EN LOS PARQUES: PLAZA MAYOR DE LA CONSTITUCION Y CENTENARIO, presentado por la estudiante, CLAUDIA GRISELDA VELASQUEZ GONZALEZ, Carnet No.9118592, en base al dictamen favorable del Comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) Se nombra a los profesionales: Licda. Silvia Búcaro, César Paiz (titulares) y Lic. Carlos Interiano (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Lic. Gustavo Bracamonte (Presidente), Lic. Julio Moreno y Aracelly Mérida, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

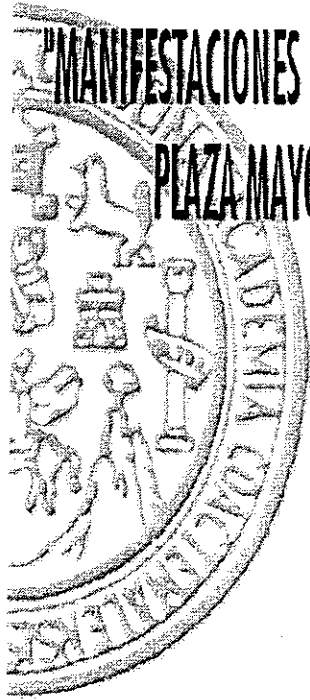

Lic. Sergio Morataya
Secretario



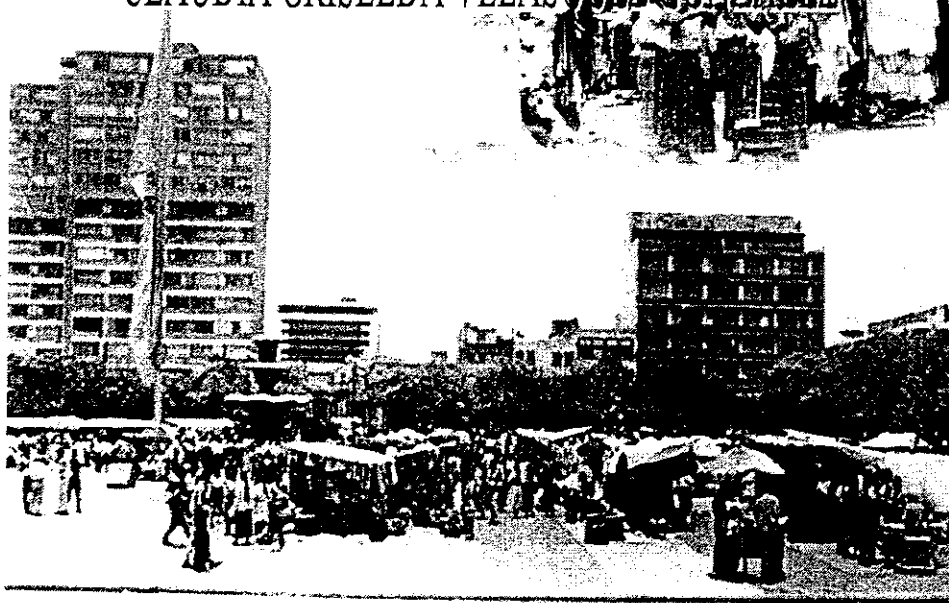
SM/rmr

Edificio Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12 • Telefax (502) 476-9938
Correo electrónico: usacomm@usac.edu.gt • Internet: <http://www.usac.edu.gt/escuelas/comunicacion>

**"MANIFESTACIONES DE COMUNICACIÓN POPULAR EN LOS PARQUES:
PLAZA MAYOR DE LA CONSTITUCIÓN Y CENTENARIO"**

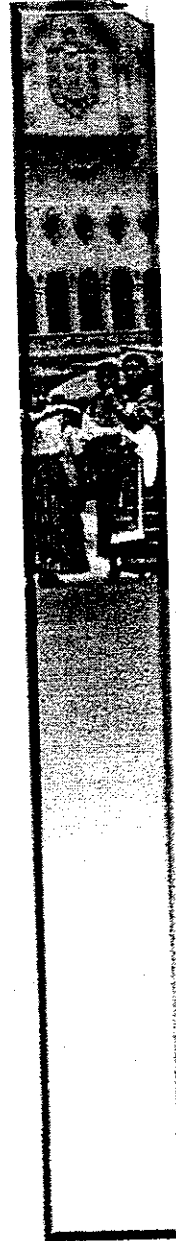


CLAUDIA GRISELDA VELÁSQUEZ GONZÁLEZ



TACIONES DE COMUNICACIÓN POPULAR EN LOS PARQUES.

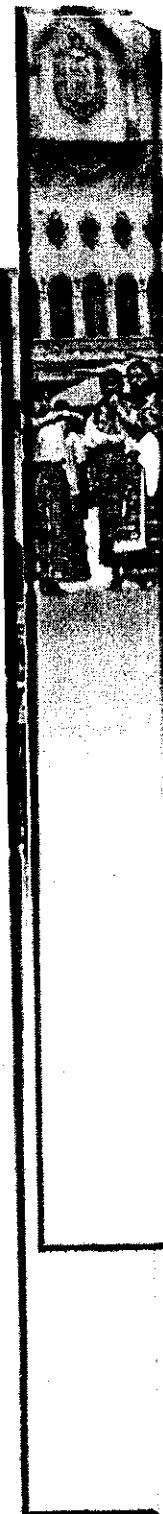
nilia y a mis amigos,
sin ellos,
fa comprender
amor de Dios para mi vida.



**Para efectos legales, únicamente el
tesinando es responsable del contenido
de la investigación.**

CE DE CONTENIDO

men	1
duccion	4
tivos	6
ITULO I	
ARQUES Y LA CIUDAD DE GUATEMALA	
1.1 Definición de parque plaza	7
1.2 Antecedentes Históricos	8
1.3 Fundación de la primera ciudad en Guatemala	11
1.4 Curiosidades y fechas celebres de la ciudad	14
1.5 Breve historia del Parque Centenario	15
1.6 Situación actual de los parques.	17
ITULO II	
COMUNICACION POPULAR	
2.1 Definición de comunicación	20
2.2 Funciones de la comunicación	22
2.3 Procesos de la comunicación	23
2.4 Tipos de comunicación	24
2.4.1 Comunicación Intrapersonal	24
2.4.2 Comunicación Interpersonal	25
2.4.3 Comunicación Alternativa	26
2.4.4 Comunicación Popular	28
ITULO III	
METODOLOGIA	
3.1 Investigación de campo	31
3.2 Tipo de investigación	32
3.2.1. Observacional	32
3.2.2. Estratificado	32
3.2.3. Descriptivo	32
3.3 Objetivo	33
3.4 Criterio Muestral	33
3.4.1 Universo	33
3.4.2 Unidad de análisis	33



3.4.3. Ambito de la investigación	33
3.5 Técnica o procedimiento	33
3.6 Instrumento	33

CAPITULO IV

4. MANIFESTACIONES DE COMUNICACION POPULAR EN LOS PARQUES:

PLAZA MAYOR DE LA CONSTITUCION Y CENTENARIO

4.1 Comunicación Intrapersonal	34
4.2 Comunicación interpersonal	34
4.3 Comunicación Alternativa	35
4.4 Comunicación Popular	35
4.5 Características de la comunicación popular	35
4.5.1 Colectiva	36
4.5.2 Comunitaria	36
4.5.3 Concreta	36
4.5.4 Pluralista	37
4.5.5 Universa	37
4.5.6 Proletaria	37
4.5.7 Creadora	38
4.6 Manifestaciones de comunicación popular	38

CAPITULO V

5. ANALISIS Y DESCRIPCION DE RESULTADOS

5.1 Edad y sexo de los visitantes al parque	44
5.2 Ocupación de las visitantes al parque	45
5.3 Ocupación de los visitantes al parque	45
5.4 Número de visitantes al parque que saben leer	46
5.5 Nivel de escolaridad de los visitantes al parque	47
5.6 Motivos para visitar el parque	47
5.7 Mensajes que más les gusta escuchar	48
5.8 Preferencia de los visitantes al parque	48
5.9 Frecuencia de visita al parque	49
5.10 Número de personas que hablan otros idiomas	49
5.11 Idiomas que hablan las personas visitantes...	50
5.12 Dónde viven o de dónde provienen los visitantes...	50
5.13 Otros parques conocidos por los encuestados	50
5.14 Otros parques frecuentados por los encuestados	51



STACIONES DE COMUNICACIÓN POPULAR EN LOS PARQUES.

ien de hallazgos	51
isiones	54
ones	56
endaciones	57
ncias Bibliográficas	59
s	62



RESUMEN

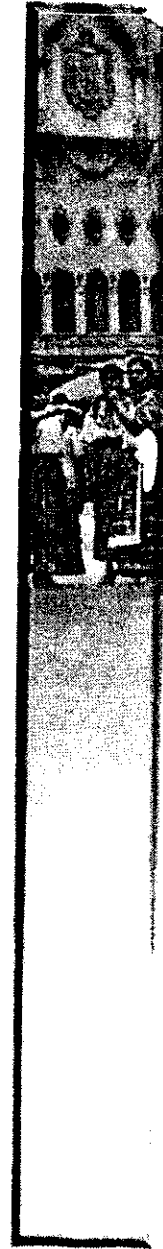
..O Manifestaciones de comunicación popular en los parques: **Plaza Mayor de la Constitución y Centenario.**

OR Claudia Griselda Velásquez González

ERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

AD
EMICA Escuela de Ciencias de la Comunicación

ILEMA Cuáles son las manifestaciones de comunicación
STIGADO popular en los parques: Plaza Mayor de la
Constitución y Centenario.



CONCEDIMIENTO PARA OBTENER DATOS E INFORMACION

Se obtuvo información de las Bibliotecas: Central de la Universidad de Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación y Centro de Estudios Regionales Universitarios (CEUR-USAC); más, se realizó una encuesta de opinión con 300 personas de sexo femenino y masculino y por grupos de edad, visitantes a los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario.

RESULTADOS OBTENIDOS Y CONCLUSIONES

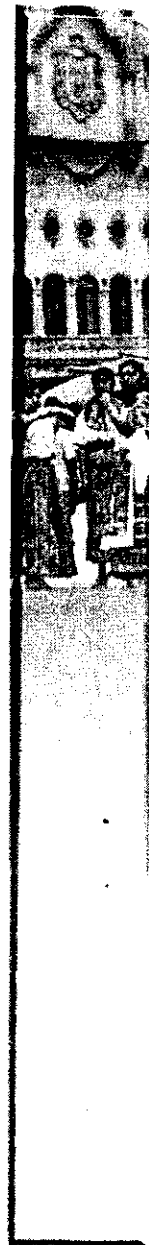
Este estudio permitió determinar que los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario son lugares de encuentro, entretenimiento y comunicación popular de los grupos más desposeídos en Guatemala, por tradición y por lo accesible desde diversos puntos de la ciudad, acuden con frecuencia para participar de diversas manifestaciones de comunicación popular.

Entre las manifestaciones de comunicación popular cabe mencionar las siguientes: Las de tipo religioso, en donde diversas iglesias se las reúnan para dar cumplimiento al mandato bíblico de "ir y anunciar el Evangelio", tocando música de diversos ritmos como cumbias, wachis y otras propias de las masas populares, pero con mensajes religiosos.

También se encuentran numerosos vendedores, que en su mayoría son comunicadores populares con bastante liderazgo y popularidad, capaces de vender cualquier producto.

La diversión también hace eco en los parques, lo cual es aprovechado por aquellas personas creativas que instalan diversos juegos de mesa y otros típicos de cualquier feria de pueblo; así como también populares payasos, los mimos y titeres, que en algunos casos también realizan labor educativa.

Lo más importante de los parques es que permite la comunicación entre sus visitantes frecuentes, que llegan a estos lugares para compartir con los demás y para divertirse sanamente, e ahí la importancia de estos sitios como centros de comunicación popular, de encuentro y de entretenimiento.



Lo más desalentador que se encontró, es que las masas populares, -que son los que frecuentan los parques- son personas con poca instrucción y muy bajo nivel educativo y económico, que a corto plazo no vislumbran ninguna esperanza de mejorar esas condiciones de vida, por lo que bien vale la pena que todos los sectores sociales y gubernamentales se solidaricen con ellos, facilitándoles la salud y la educación.



INTRODUCCION

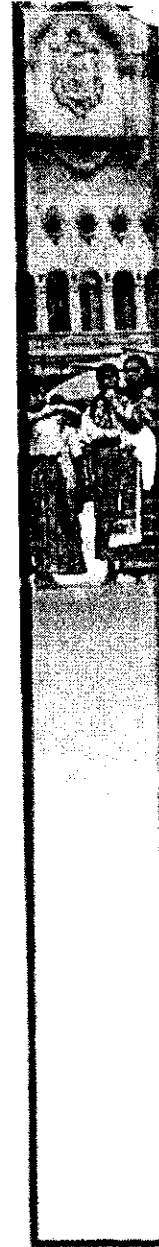
La comunicación popular, "es la comunicación del pueblo", es además espontánea y creativa, por lo cual en el presente estudio se darán a conocer las diversas manifestaciones de comunicación popular que se observan en los parques: plaza mayor de la Constitución y Centenario, ambos ubicados en el corazón de la ciudad en la zona 1, rodeados de edificios como la catedral metropolitana, el Palacio Nacional de la Cultura, el Portal del Comercio, la Hemeroteca y el Museo General de la Nación.

Las personas que frecuentan los parques son los grupos más desfavorecidos, en otras palabras, los que tienen un bajo nivel de escolaridad e instrucción -también están incluidos aquellos que no saben leer y escribir-, se les dificulta el acceso a la vivienda, a la alimentación y por consiguiente su situación los limita a ciertas actividades, por lo cual buscan el parque como una forma de recreación y diversión. Años atrás; en contraste con lo que hoy es, el parque fue un sitio exclusivo para la élite de Guatemala.

En los parques: Plaza Mayor y Centenario, pueden observarse diversos comunicadores populares que sin saberlo, están contribuyendo a enriquecer el folklore y la cultura popular. Pueden encontrarse por ejemplo numerosos vendedores que manejan un comercio muy impactante, que en su mayoría, logran atraer la atención de los visitantes al parque. Al deambular por el parque también se encuentran personas de distintas iglesias, protestantes y católicas organizándose los feligreses por medio de singulares actividades como la música ranchera y cumbias con tinte cristiano; sin embargo, es más notable la presencia de los grupos protestantes.

Algunos, tienen el parque como un modus vivendi, llegan y venden desde un chocobanano, un cassette, hasta suéteres, telas típicas, zapatos y todos los artículos que demandan los grupos populares. Otros, además, instalan jaulas con aves que se encargan de sacar "el pollo de la suerte", juego que es muy popular entre los jóvenes principalmente que se interesan en conocer su suerte, particularmente por el amor, comenta una de las propietarias de este negocio.

Los más ambiciosos, instalan altoparlantes, llevan una silla y con la presencia de una dama llamada "maestra" por sus secuaces, se



dedican supuestamente a leer el horóscopo mental, a través de cartas, para que los más incautos pregunten acerca del amor y de otros temas. Los precios varían, van desde Q 10.00 la pregunta hasta Q 100.00 por una serie de consultas. Lo curioso es que son varias las personas las que participan en éste juego a pesar de ser bastante elevados los precios.

Otra curiosidad en el parque, lo constituyen los mimos, sobre todo unos cuantos que en grupo numeroso y con aspecto de delincuentes juveniles se dedican a la actuación y al malabarismo al mismo tiempo que fuman y hablan entre sí... en fin una atracción, por lo que bien vale la pena reconocer que el parque es el centro de comunicación popular, de entretención y de encuentro de los sectores más desposeidos en nuestro país.

OBJETIVOS

GENERAL

Conocer la importancia de los parques como sitios de comunicación popular, de encuentro y de entretenimiento de los grupos desposeídos en nuestro país.

ESPECÍFICOS

Determinar las diferentes manifestaciones de comunicación popular que se dan en los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Jardín Botánico.

Describir las características de Comunicación Popular que se dan en los parques objeto de estudio.





CAPITULO I

"El parque urbano, esta destinado a proporcionar recreación diaria o de fin de semana principalmente a una porción determinada de la población". Reyna (1992:p.15) A esta definición, se le puede añadir que en nuestro país, los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, son lugares de encuentro, de entretención y de comunicación exclusivos de las personas que conforman los grupos más desposeídos en Guatemala, que en adelante se denominarán: Grupos populares.

"La plaza-parque urbana es un punto estratégico de los pobladores... es el lugar en el cual se convergen importantes actividades diarias y particulares, tales como: descansar, platicar, jugar, comprar, etc. Y desempeña el papel de nodo e hito, pues el hito es un objetivo visual distinto dentro del casco urbano y el nodo es un centro de actividad diferente". Hornqwuist (1985:p.35)

La última definición de Hornqwuist pareciera definir particularmente lo que son en Guatemala los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, con el agregado de que éstos son lugares importantes en donde se dan cita los grupos populares para participar de numerosas actividades que van desde las de tipo social y cultural hasta las más insólitas como lo son los juegos de azar, el horóscopo mental, telepatía y otras más....

1.2 ANTECEDENTES HISTORICOS:

Desde sus inicios, el ser humano ha tenido una relación estrecha con la naturaleza: el disfrutar del aire fresco, de un atardecer cálido y definitivamente refugiarse bajo la sombra de un árbol en un día caluroso y soleado, son algunas de las cosas por las que el hombre, al comenzar a construir ciudades, no pudo dejar de incluir en ellas espacios abiertos destinados para su descanso y recreación.

"Inconscientemente los humanos tenemos un instinto que nos obliga a buscar los ambientes naturales para sentirnos a gusto en nuestro diario vivir", opina Reyna (1992:p.8)

"El espacio urbano tuvo su inicio con el proceso de sedentarización del hombre, es decir con la ciudad como forma específica de la civilización y cultura urbana". Castells, (citado por Reyna:1992).



o puede apreciarse, esta última parte está relacionada con el rollo del hombre, el cual de nómada pasó a una etapa de ntarismo, la que significó instalarse en un sólo lugar y realizar o de los límites del espacio común, sus actividades recreativas, les, comunicacionales, culturales, etc.; por lo que se concluye las ciudades forman parte activa dentro de esta etapa de iación.

cionalmente los espacios abiertos que forman parte de la rización de una ciudad, han sido utilizados para realizar diversas dades tales como mercados, ferias, fiestas populares y más ntemente deportes, recreación e incluso para llevar a cabo is políticas y de otra índole.

espacios abiertos según Reyna:1992, se pueden clasificar de la ante forma:

- Espacios libres
- Espacios arbolados
- Espacios verdes
- Espacios abiertos espontáneos y
- Espacios abiertos planificados

espacios abiertos planificados son aquellos que deliberadamente ajan libres, para cumplir una función específica; tal es el caso de espacios verdes, parques, plazas y vías arborizadas, reservas itales, etc. Para que esto se cumpla, Reyna (1992), afirma que cesario incluir programas encaminados al desarrollo del mismo, como también programas de preservación, mantenimiento y iación correspondientes.

regresando al momento de su evolución, las plazas parque tal y o la historia lo retala-, han sido testigo de innumerables tecimientos históricos, muchos de los cuales se escribieron con re y otros menos violentos con solidaridad, ingenio e innovación; mbargo, de cualquier forma las plazas han representado desde os años atrás, el lugar en donde gira la vida cotidiana del bre y en donde ocurren una serie de actividades que marcan el rrollo de las sociedades.



La Plaza, generalmente está ubicada en el centro de las ciudades, de donde parten varias calles o avenidas que conducen a distintos caminos. Además, por su ubicación, está rodeada de importantes edificios como son la iglesia, el ayuntamiento, el portal y otros.

"Por sus características de conjunto arquitectónico, espacioso y centralizado, la plaza ha tenido a lo largo de la historia un papel eminentemente lúdico (de juego) y festivo, pero también político, comercial, social e incluso religioso". Enciclopedia Britannica (1991:p. 1)

Las plazas conocidas como AGORA en las ciudades griegas y como FORO en las ciudades romanas, durante la época clásica, eran espacios abiertos destinados para reuniones públicas. Para el diccionario Larousse (1997) ambas, (Ágora y Foro) se definen como PLAZAS PUBLICAS.

A partir de la edad media, las plazas se convirtieron en lugares propicios para la instalación de mercados y el tráfico comercial entre las distintas ciudades de países o regiones diversas. Otra diferencia de la plaza en la edad media -aún hoy es característica- lo constituye la instalación de la iglesia en uno de sus laterales.

Siguiendo su evolución, la plaza toma otro concepto durante el Renacimiento y aparece como conjunto urbanístico planificado, es decir como parte organizada del desarrollo social. Entre éstas plazas se mencionan la de San Marcos de Venecia. Mientras tanto; durante la época barroca, las grandes plazas hacen su aparición para celebrar las fiestas populares. Entre ellas están, las plazas mayores españolas de Salamanca o Madrid, las cuales tienen como característica común un trazado rectangular o cuadrado.

A finales del siglo XX, puede observarse que las plazas están dentro de los pocos lugares descongestionados de las ciudades, que además ofrecen distracción y entretenimiento; esto muy a pesar de que los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario en Guatemala no son lugares exclusivos ni mucho menos "el lugar ideal" para aquellos que con mejores niveles económicos prefieren otro tipo de distracción y entretenimiento; sin embargo, para las personas con niveles económicos bajos, este es el lugar propicio para la comunicación popular y para el encuentro cotidiano... contrario a lo



sucede en los parques de otros lugares como por ejemplo en la ciudad de Antigua Guatemala, en donde todas las personas sin distinción, se reúnen para disfrutar de un buen momento.

Como pudo apreciarse, el concepto de parque-plaza tal y como ahora se conoce en América y particularmente en Guatemala, es herencia española, ya que fueron precisamente los conquistadores quienes transformaron los parques como el lugar ideal para la recreación, a semejanza de los antepasados (antes de la conquista), que tenían nada más que la plaza para actividades propiamente religiosas.

FUNDACION DE LA PRIMERA CIUDAD EN GUATEMALA Y SU RELACION CON EL SURGIMIENTO DEL PARQUE PLAZA MAYOR DE LA CONSTITUCION:

Desde el momento mismo con el apareamiento de las primeras ciudades, se dio origen al surgimiento de los parques-plazas, espacios abiertos que fueron diseñados para que el hombre no perdiera el contacto con la naturaleza, por lo cual para enriquecer la presente investigación es necesario mencionar el surgimiento de la primera ciudad en Guatemala, trasladado a otros lugares y cómo estaba presente desde ese momento el parque-plaza como centro de la ciudad y de importantes edificios para la población.

La primera ciudad que establecieron en Guatemala fue llamada Santiago de Guatemala. Esta ciudad estaba destinada a tener una vida corta, porque recién fundada el 25 de julio de 1524, a principios de septiembre del mismo año, tuvo que ser trasladada provisionalmente al valle de Xepaú, o sea Olintepeque, con motivo de haber estallado la primera insurrección cakchiquel". (Sifontes 3:p.158)

Además de la Plaza Mayor y sus edificios de poderes seculares y eclesiásticos, Santiago incluía una multitud de plazas laterales, con iglesias y conventos, símbolos de prestigio y riqueza para la ciudad colonial. De acuerdo con Luján (citado por Pinto: 1988), la Plaza Mayor se utilizaba también para llevar a cabo el mercado central al aire libre.



A finales de 1527, la ciudad fue trasladada al "Valle de Almolonga", al pie del volcán de Agua, hoy conocida como "Ciudad Vieja". La nueva ciudad fue dispuesta de acuerdo con las ordenanzas de población de ciudades dictadas por el Emperador Carlos I, que establecían la construcción repartiéndola por sus plazas, calles y solares, a cordel y a regla, comenzando desde la plaza mayor y sacando desde ella las calles a las puertas y caminos principales.

Después de una terrible inundación -de agua y lodo- provocada por el volcán "Hunapú", hoy llamado de Agua a raíz de ese suceso, la ciudad fue trasladada al vecino Valle de Panchoy, rodeado por volcanes de Agua, Fuego y Acatenango, hoy conocido como "Antigua Guatemala", un 10 de septiembre de 1541. En esta inundación, "muchos pobladores murieron ahogados, incluso doña Beatriz de la Cueva, esposa de don Pedro de Alvarado". Volcanes de Guatemala (1999:No.4) En 1566, la ciudad recibió el nombre de "Santiago de los Caballeros".

"A pesar de múltiples daños causados por constantes terremotos y erupciones volcánicas la ciudad se desarrolló de tal manera que fue considerada como la tercera del Nuevo Mundo después de México y Lima". Caplow (citado por Pinto: 1988)

Durante dos siglos, se mantuvo en el Valle de Panchoy la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala; sin embargo, "en 1773 sobrevino un terrible terremoto, que obligó a trasladar la ciudad a un sitio más seguro". Móbil: (1977:p.21)

"La ciudad se trasladó finalmente a la Nueva Guatemala de la Asunción que es la que se conoce en la actualidad. Fue construida siguiendo los cánones estéticos del neoclasicismo". (Sifontes: 1993:p.192)

"Aunque la ciudad de Guatemala se funda en el barrio de la Parroquia, los arquitectos coloniales buscan un sitio apropiado para dar inicio a los trabajos de los principales edificios gubernamentales y religiosos. Al centro de todo este conjunto arquitectónico se deja una amplia plaza pública, que sería el centro de la ciudad". Gaitán (1985:p.14)

Es evidente que desde el primer momento la plaza estuvo diseñada como el lugar propicio para el encuentro de los pobladores de la



ad y como el centro de edificios de gran importancia social y tómica como la iglesia, el ayuntamiento y el portal del comercio.

de la fundación de la ciudad hasta finales del siglo XIX, la plaza, un espacio con alta carga simbólica-religiosa por la predominancia a religiosidad en la población. Era además un espacio para emplación, intercambio comercial, abastecimiento de agua (desde se le incorpora la fuente pública) y reunión. Santacruz. sin a.

ante las primeras décadas de la fundación de la ciudad ominó una rígida segmentación entre españoles e indígenas. La residencial española alrededor de la Plaza Mayor se percibió o la ciudad propiamente dicha; la numerosa población indígena, necesaria para el funcionamiento y mantenimiento de la urbe, se itó en barrios marginales". Pinto (1988:p.7)

artir de finales del siglo XIX hasta finalizado el gobierno de Ubico, aza adquiere una carga simbólica-elitaria por la predominancia de ódigos urbanísticos de la ciudad jardín francesa, que existían en iudad para reproducir la cultura urbana de la oligarquía". acruz:sin año: p.3

interior explica porqué el parque-plaza fue durante mucho tiempo gar exclusivo para la recreación, el encuentro y la comunicación a elite de Guatemala, que fue cambiando drásticamente por el imiento demográfico que obligó a que las clases obreras y colas del interior de la república inmigraran a la ciudad en busca mpleo y poco a poco se fueran refugiando en los parques: Plaza or de la Constitución y Centenario, como fuentes de distracción.

dedor de la Plaza Mayor de la nueva Guatemala se diseño: al ite, la Catedral, el palacio arzobispal y el colegio de San José de rfanteras; al norte, el edificio del ayuntamiento, de una sola planta y portales llamados del Señor; al sur, el portal del comercio, que aba a los tenderos y comerciantes; en el poniente, se encontraba ado el palacio de gobierno. Al centro de la plaza, estaba ubicada fuente.

almacenes del Portal del Comercio (18 en total) vendían adería importada; tenía también una gran variedad de funciones arias como tiendas, bazares orientales, zapaterías, barberías,



papelerías, hoteles, tipografía, agencia de periódicos, un fotógrafo, etc." Gellert (1988:p.156)

Hoy en día todavía existen estas edificaciones; sin embargo, muchas de ellas han cambiado de actividad, por ejemplo, el palacio de gobierno hasta hace algunos años, albergaba en su interior algunos ministerios, así como también el despacho presidencial. Actualmente, es un centro cultural abierto al público en general; mientras que el portal de comercio ha dejado de ser un lugar exclusivo para las personas con poder económico, acostumbradas a adquirir artículos extranjeros, para dar paso a los comercios populares y a la economía informal con precios accesibles propios para los grupos de bajo nivel económico, que son los que se mueven con mayor frecuencia en la zona central.

"Durante la época colonial, la plaza mayor era el núcleo de la vida cotidiana y colectiva, el principal recinto urbano para el paseo y el mercado diario. Ahí se realizaban también las principales ceremonias y festividades colectivas. La plaza mayor era todo un modelo de espacio simbólico y de encuentro colectivo". (Ayala: 1995:p.2-8)

La plaza central, es llamada "parque central", a partir de 1895; sin embargo, la misma ha tenido varios nombres en fechas más recientes, por ejemplo durante el gobierno del presidente Vinicio Cerezo 1986-1990, esta plaza fue conocida por el pueblo como Plaza de Armas y Plaza de los Lamentos. A partir de 1994 este parque es bautizado como Plaza Mayor de la Constitución. A pesar de eso, muchos todavía lo conocen y lo mencionan como Parque Central.

A finales del siglo XX, los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, siguen representando el punto de encuentro, de vida cotidiana y de comunicación de aquel entonces, con la diferencia - claro está-, de ser ahora los grupos populares los que visitan y frecuentan este parque, que para ellos representa el centro de comunicación social por excelencia.

1.4 "De aquí para allá"... CURIOSIDADES Y FECHAS CÉLEBRES EN TORNO A LA HISTORIA DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.

- La ciudad de Santiago de los Caballeros fue fundada por Pedro de Alvarado el 27 de julio de 1524.

ebido a los constantes ataques de los cackchiqueles, la ciudad le trasladada al valle de Almolonga, en las faldas del volcán de gua, el 27 de noviembre de 1527.

l 11 de septiembre de 1541, la ciudad fue destruida por una orriente de piedras y lodo que bajó del volcán.

a ciudad fue trasladada al valle de Panchoy el 16 de marzo de 543. Hoy ese lugar es conocido como Antigua Guatemala.

n Antigua Guatemala estuvo por dos siglos y medio la sede de la apitanía General de Guatemala.

n 1773, los terremotos de Santa Marta destruyeron la ciudad, or lo cual fue trasladada al valle de la Ermita, donde se ncuentra actualmente.

Fuente: Prensa Libre: 1999

BREVE HISTORIA DEL PARQUE CENTENARIO:

le al parque Plaza Mayor de la Constitución, separada por una eña calle, se encuentra el parque Centenario, el cual tiene como pal atractivo una concha acústica con bancas de cemento para sus visitantes puedan disfrutar los conciertos musicales, ativos y demás actividades que ahí se realizan.

algunos, este parque sirve solamente para que los niños de la tengan un sitio para dormir -muy a pesar de ser en bancas frías as-, y para otros es sólo un lugar de paso en donde estudiantes bajadores que transitan por sus alrededores, se detienen para rar a alguien, realizar alguna llamada telefónica, abordar el ús o bien para lustrarse los zapatos; sin embargo, para muchos es un buen lugar para descansar, platicar, socializar y porqué l lugar propicio para encontrarse con su pareja.

o todo tiene su historia, para el presente estudio es importante cer cómo surgió el parque Centenario y cómo ha llegado a ser lo es hasta hoy en día.

ueva Guatemala de la Asunción como todas las ciudades de la rica Española, contó desde su fundación en 1776, con su Plaza or, sedes de los Gobiernos central, municipalidad y eclesiástico. el corazón de la ciudad, originalmente fue una composición cial conjunta del Parque Central y Parque Centenario, llamada



Plaza Mayor de la criolla Guatemala, y que contenía los principales edificios civiles y eclesiásticos de la época.

Por más de doscientos años -la Plaza Mayor- ha palpitado junto con la vida política, social y religiosa propias de la sociedad guatemalteca, o bien al ritmo de la bulla y la diversión popular; siendo testigo del desarrollo, el crecimiento y el acontecer diario de la ciudad.

A finales de 1917 y principios de 1918, la ciudad de Guatemala vivió terribles terremotos que destruyeron por completo muchas de sus edificaciones. Entre estas estaba el Palacio Nacional, al poniente de la plaza. La construcción de un nuevo palacio en el mismo sitio, estuvo dentro de los planes del presidente de turno -Estrada Cabrera-, quién fue derrocado y por lo tanto ya no pudo llevar a cabo tan ambicioso proyecto.

"Por estar próximas las celebraciones del primer centenario de la independencia y poder contar con un marco adecuado para las celebraciones de dicha conmemoración, se levantó a toda prisa el Palacio del Centenario, una construcción muy provisional a la que la voz popular llamó Palacio de Cartón. Se inauguró el 15 de septiembre de 1921, pero 4 años más tarde fue destruido por un incendio. Posteriormente se erigió en este sitio el Parque Centenario". Gellert (1988:p.158)

"El sitio donde estaba el Palacio de los Capitanes Generales quedó vacío, hasta el año 1919 cuando se construyó un palacio para las celebraciones del primer centenario de la independencia de Centroamérica, que fue llamado Palacio del Centenario. Nuestro pueblo lo llamó Palacio de Cartón. En 1924, un pavoroso incendio terminó con el Palacio de Cartón". Gaitán (1985:p.16)

Después del incendio, en este predio ya no se construyó nada y finalmente se le dio paso a la diagramación del Parque Centenario, que aún hoy perdura y que ha sido testigo de innumerables acontecimientos realizados en el escenario de la concha acústica y aún en sus bancas de madera.

El parque Centenario, también fue conocido como El Peladero del parque Centenario; ya que para el conglomerado chapín de aquel entonces, era el sitio donde charlaban políticos de viejo cuño



ando la situación de Guatemala. Apoyando esta afirmación, años atrás un dicho muy chapín que decía: El que no se ha lo en las bancas del peladero, no conoce Guatemala. (Gaitán:

uevas características de la plaza en mención, le dan mayor dad a la Catedral Metropolitana, al Palacio Nacional y al ojo urbanístico. En adelante, el parque Centenario cuenta con rededor o acerca, donde hay bancas de cemento exclusivas para canso de sus visitantes.

ro lado, rememorando un poco los acontecimientos históricos n el páque Centenario se han vivido, podría mencionarse como mplo, que fue en este lugar en donde el 15 de septiembre de se firmó el acta de Independencia de Centro América o también e el lugar en donde se celebraron grandes acontecimientos ales para la elite que visitaban los parques años atrás.

uede verse, la historia del país y particularmente la de la d de Guatemala, está escrita también en los parques Plaza de la Constitución y Centenario, siendo testigos de erables acontecimientos, algunos de júbilo popular y otros osos y tristes, que es mejor no mencionar.

SITUACION ACTUAL DE LOS PARQUES: PLAZA MAYOR DE LA CONSTITUCION Y CENTENARIO:

ocer la historia de los parques: Plaza Mayor de la Constitución y nario, puede afirmarse que fue considerado -en aquel entonces- ar muy importante para la población guatemalteca, en donde se cita principalmente los jefes de la sociedad; sin embargo, es rtir del crecimiento demográfico de Guatemala, cuando osas personas del interior de la república se trasladan hacia la d de Guatemala, con la esperanza de encontrar algún medio de stencia que les permita tener acceso a vivienda y alimentación.

estos nuevos residentes de la ciudad, sus sueños se ven ados ya que la realidad que se vive en la ciudad es otra. La ría de ellos no sabe leer y escribir. Generalmente tampoco acostumbados ni capacitados para trabajar en actividades ctivas distintas a la agricultura, por lo que muchos (as) se ven



obligados a trabajar como empleadas domésticas, operadores en maquila, cuidadores de carros, guardianes, jardineros, o bien instalan un puesto de ventas de chicles, dulces y golosinas..... un sinnúmero de subempleos, que forman parte de la economía informal.

Los nuevos pobladores, -en su mayoría- empiezan a ser parte de los marginados sociales, tienen medios de subsistencia pero no son suficientes para cubrir sus necesidades básicas de distracción y entretenimiento -entre otros-, por lo que reparan en que los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, son lugares amplios, de libre acceso y que además cuentan con algunas cualidades como lo son su céntrica ubicación, sus árboles, sus bancas y una concha acústica, que en conjunto les permite compartir con los amigos o simplemente descansar.

Cuando el tiempo permite realizar alguna actividad extra, las personas generalmente buscan alguna forma de distracción y los ambientes naturales están dentro de las más recomendables por especialistas porque mejoran la salud mental y evitan el estrés por ejemplo; por lo que los grupos populares más que por conocimiento de este beneficio, buscan el parque-plaza porque es un lugar de libre acceso y de fácil ubicación desde varios puntos de la ciudad y desde algunos municipios circunvecinos.

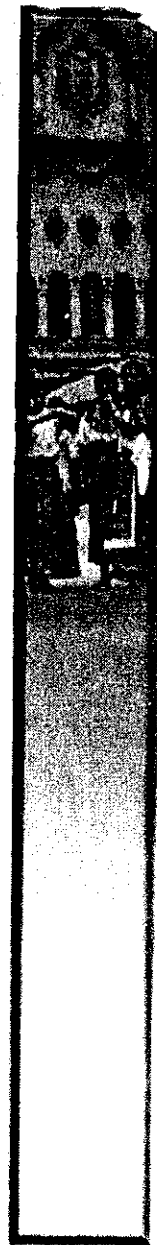
Muchas personas que frecuentan el parque, viven ajenos a lo que sucede a su alrededor, son los que sólo llegan a sentarse en una de sus bancas o arriates. También pueden mencionarse aquellas personas - las más activas-, que llegan para participar en las diversas manifestaciones de comunicación popular que ahí se realizan.

Entre las manifestaciones de comunicación popular se encuentran los discursos religiosos, políticos, de ventas y hasta aquellos de supuestos "maestros en telepatía", pasando por la lectura de las cartas, los mimos, payasos, títeres, fotos instantáneas, músicos de todo ritmo con tinte religioso..... y otros comunicadores muy creativos que instalan una jaula con un canario o perica, entrenada para sacarle "el papelito de la suerte" a los participantes que lo soliciten, o aquellos que con una báscula sencilla ofrecen a los parroquianos la oportunidad de conocer su peso. También hay actividades bastante comunes como la lotería rápida, el fútbol pie y las ventas casuales de productos medicinales, religiosos, golosinas y comida típica.



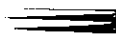
En cualquier forma, -lucro o educación-, los numerosos
indicadores populares instalados en el parque, hacen posible que
los visitantes frecuentes encuentren en este lugar una forma sana,
rápida y económica de divertirse y a la vez de poder compartir con
otras personas estas experiencias singulares de comunicación
popular.





CAPITULO II

1



CAPITULO II

MUNICACION POPULAR

Es cierto que en el diario vivir de la humanidad siempre existe la comunicación, también es válido que no todos se han dado a meditar sobre la importancia que tiene el proceso -que se llama comunicación-, en la historia y en las vidas particulares de cada uno. Por lo que es necesario iniciar este capítulo haciendo unas breves reflexiones con aportaciones de destacados autores y autores, que servirán para comprender de mejor manera lo que es la Comunicación y principalmente para definir en breve, lo que es la Comunicación Popular.

DEFINICION DE COMUNICACION

Con el avance de la evolución, la comunicación también va escalando, hasta convertirse en una tarea compleja para el hombre, con tecnología de punta y con diversidad de medios y canales de transmisión de mensajes, que en definitiva le facilitan la vida y le acercan más a la acción inmediata y oportuna.

Los cambios sociales y el desarrollo del hombre se han facilitado a través de la comunicación, que ha sido y sigue siendo el proceso que supera las barreras del tiempo y espacio y crea lazos de fraternidad entre las naciones, pueblos y ciudades; es parte activa de la vida social, que no puede dejar de mencionarse, ni menos aún, de restarle importancia.

La comunicación en sus múltiples formas, es hoy en día un sistema muy dinámico y especializado que persigue el mejor desarrollo del hombre y del entorno que le rodea. Es importante partir desde el concepto de Comunicación, mencionando las funciones que cumple y los diversos tipos que se conocen, para después puntualizar lo que es Comunicación Popular, punto medular del presente capítulo.

DEFINICIÓN: Desde su definición más simple, "Acción y proceso de comunicar", puede partirse para armar un concepto propio relacionado a las vivencias diarias. Al hablar de **ACCIÓN**, se hace



referencia a algo dinámico, que tiene determinado propósito. **EFEECTO**, es la consecuencia de la acción; es decir, son todos los objetivos que se persigue. **COMUNICAR**, en cambio es informar, educar, etc., facultades propias del ser humano.

De lo anterior se desprende que Comunicación es el acto que consiste en transmitir y hacer participe a otro de lo que uno conoce o tiene.

“La comunicación es la facultad que tienen los seres humanos de intercambiar mutuamente hechos, ideas, conocimientos, opiniones, emociones y experiencias. La comunicación es el requisito previo fundamental para la vida humana y el orden social, es el prerequisite funcional necesario para la existencia de todo el sistema social”. Schramm:1949

“La entendemos como la relación vital de alguien con un otro, sea este similar o diferente, lo cual obliga a una relación que involucra a ambos, intercambiando influencias y aprendizajes, construyendo juntos espacios y mediaciones comunicacionales, útiles a ambos”. Alfaro (1990: p. 22)

“La comunicación “es en sí” el proceso social básico, puesto que sin comunicación no es posible que tenga lugar ninguna acción organizada. Los sistemas sociales, sólo pueden formarse y perdurar si las personas que participan en ellos están vinculados en sí por medio de la comunicación”. Kunczic (1992:p.5)

Tenemos comunicación siempre que una fuente emisora influencia a otro -el destinatario- mediante la transmisión de señales que pueden ser transferidas por el canal que los liga. Osgood (1961)

“La comunicación sostiene y anima la vida. Motor y expresión de la actividad social y de la civilización, ha llevado a los hombres y a los pueblos desde el instinto hasta la inspiración, a través de una serie de procesos y sistemas de información, de impulsos y de control”. Unesco (1980:p.19)

De los conceptos anteriores se concluye que la comunicación es un proceso de interacción social vital, básico e imprescindible entre los



s humanos. Es una acción voluntaria e igualitaria, que según sus
s y propósitos, afecta la vida de las personas.

FUNCIONES DE LA COMUNICACION

comunicación está obligada a cumplir con varios aspectos
ispensables en todas las sociedades, que van desde ser simple
mación hasta cumplir funciones más específicas como educación
omoción. En el presente estudio es importante conocer estas
iones, pues, precisamente el parque, es un lugar en el que
den observarse muchas funciones comunicacionales, que más
ante se describen.

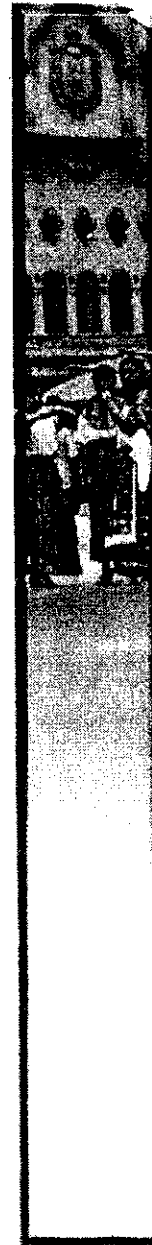
entendemos la comunicación en su sentido más amplio, es decir,
solamente el intercambio de noticias y mensajes sino también el
hacer individual y colectivo que engloba el conjunto de las
sferencias e intercambios de ideas, hechos y datos, cabe
narle en todo sistema social, las principales funciones siguientes”:
sco(1980p.19)

FORMACIÓN: acopiar, almacenar, someter a tratamiento y difundir
noticias, datos, hechos, opiniones, comentarios y mensajes
esarios para entender de un modo inteligente las situaciones
iduales, colectivas, nacionales e internacionales y para estar en
diciones de tomar las medidas pertinentes.

IALIZACIÓN: constituir un fondo común de conocimientos y de
is que permita a todo individuo integrarse en la sociedad en la cual
y que fomente la cohesión social y la percepción de los
plemas indispensable para una participación activa en la vida
lica.

TIVACIÓN: perseguir los objetivos inmediatos y las finalidades
nas de cada sociedad; promover las opciones personales y las
iraciones individuales; estimular las actividades individuales o
ctivas orientadas hacia la consecución de objetivos comunes.

3ATE Y DIÁLOGO: presentar e intercambiar los elementos de
rmación disponibles para facilitar el acuerdo o aclarar los puntos
vista sobre los asuntos de interés público en la resolución de todos
problemas locales, nacionales e internacionales.



EDUCACIÓN: transmitir los conocimientos que contribuyan al desarrollo del espíritu, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida.

PROMOCIÓN CULTURAL: difundir las obras artísticas y culturales para preservar el patrimonio del pasado; ensanchar el horizonte cultural, al despertar la imaginación y estimular las ansias estéticas y la capacidad creadora.

ESPARCIMIENTO: por medio de signos, símbolos, sonidos e imágenes, difundir actividades recreativas, individuales y colectivas, tales como el teatro, la danza, el arte, la literatura, la música, el deporte y el juego.

2.3 PROCESO DE LA COMUNICACION

Toda actividad, conlleva un proceso simple o uno más sistematizado; en el caso de la Comunicación, se puede decir que es un proceso complejo en el que intervienen varios factores y varios momentos. A continuación una ilustración del proceso de la comunicación.

La persona que toma la iniciativa de comunicarse es conocida como: comunicador, fuente, emisor, codificador, transmisor o interlocutor.

El contenido de lo que ésta persona comunica, también es conocido como mensaje, señal, signo, símbolo, comunicado, producto, referente, etc.

El mensaje, se transmite a través de algún canal o medio.

El receptor o destinatario es quien recibe la transmisión.

La consecuencia de la comunicación adopta el nombre de efecto, respuesta, reacción, etc.

Cuando el mensaje no llega bien, debido a influencias externas, a éstas últimas se les llama ruido o estática.

La retroalimentación es un proceso circular y de retorno al punto de partida por el que se corrigen las desviaciones que hayan ocurrido durante él. La retroalimentación puede ser interna y sujeta al sistema de control; externa o independiente del mecanismo de control.

Proaño (1991:p. 64)



4 TIPOS DE COMUNICACION

Existen distintos tipos de comunicación, según el momento y el grupo objetivo al que está dirigido el mensaje. Autores como Juárez, Teriano, Kaplún, Gonzaga y otros, clasifican la comunicación como:

- Intrapersonal
- Interpersonal
- De elite
- De masas
- Alternativa y
- Popular.

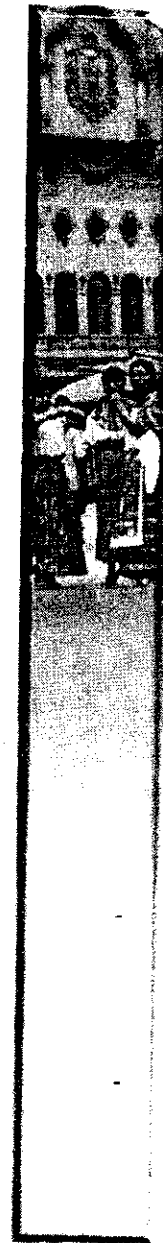
Para fines de esta investigación, en las siguientes líneas se hablará únicamente de los tipos de comunicación que se observan en los parques objeto de estudio, para dar a conocer su importancia como centros de comunicación popular.

4.1 COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL

Es el proceso de comunicación interna de intercambio simbólico que ocurre dentro del propio sujeto, quien actúa a la vez como emisor y receptor. Básicamente se trata de un diálogo interno en donde el individuo se desdobra o divide" Santoro (citado por González: 199:p.23)

La comunicación intrapersonal se desarrolla cuando nuestros pensamientos no son expresados a otras personas, sino que se usan para ordenar las ideas y hacerse preguntas uno mismo y a la vez, dar respuesta. Es una comunicación con uno mismo". Juárez (citado por Cobarrubias: 1997:p.7)

Entre los cientos de visitantes al parque, es frecuente observar a personas sentadas en algún rincón del parque, en completa soledad, sin por lo menos hablar con el vecino más cercano, probable que estas personas en su interior estén comentando lo que pasa a su alrededor, quizá les cause gracia algún acontecimiento



o se pregunten quién es determinada persona... lo cierto es que está clase de comunicación es la que se conoce como "intrapersonal".

2.4.2 COMUNICACION INTERPERSONAL

"El primer episodio de la comunicación se inicia cuando el hombre empieza a expresarse por medio de gestos corporales hasta lograr el lenguaje articulado". Cloutier, (citado por el curso de las comunicaciones interpersonales 1995:ECC:USAC).

El único medio de comunicación durante esta primera etapa es el hombre mismo y su mensaje se limita al instante y al medio inmediato; sin embargo, por transmitir sus mensajes a otros, la comunicación se denomina interpersonal.

Después de muchos esfuerzos, poco a poco el hombre empezó a dominar las partes móviles de su boca, lo cual le llevó a lograr una pronunciación clara de los diversos sonidos, que dieron inicio al lenguaje articulado, el cual le permitió tener otras formas de expresión con los demás.

La comunicación interpersonal, se lleva a cabo entre dos o más personas; "no se limita solamente a un aspecto de nuestras vidas. Nos comunicamos de esta forma cada vez que tenemos interacción unos con otros. De lo bien que lo hagamos dependerá el éxito que alcancemos al final". Decker (Citado por González: 1999:p.26)

"En la comunicación interpersonal pueden observarse generalmente, la denotación que es el significado de lo que se dice, la connotación que es la forma como se expresa la comunicación del significado y el código kinesico el cual se refiere al lenguaje de los gestos". Escobar(1997)

"La comunicación interpersonal es la más humana. No es por fuerza la más rica intelectualmente, puesto que el conocimiento se basa a menudo en el análisis, la disociación y la objetivación. Ninguno de los otros tipos de comunicación establecidos después sabrá reemplazarla sin correr el riesgo de deshumanizar al hombre". Cloutier (citado por el curso de Las Comunicaciones Interpersonales: 1995:ECC:USAC)



relacionarse con los demás, intercambiando ideas, inquietudes o sentimientos, entonces se produce lo que se conoce como comunicación interpersonal, en la cual las personas que intervienen juegan tanto el papel de comunicadores-emisores como de receptores-receptores, e ahí la riqueza de esta comunicación.

En el diario vivir, no se puede pasar la vida aisladamente, por el contrario, en todos los ámbitos, es necesario socializarse con otras personas afines e incluso con aquellas con las que quizá solamente intercambie algún saludo o breve información, pero que inevitablemente no pasan inadvertidas. También se incluyen en las relaciones interpersonales, aquellas relaciones diarias con la familia, los amigos e incluso con los compañeros de trabajo y estudio por ejemplo. En realidad, la comunicación interpersonal es la forma de comunicación más usual en la vida del hombre.

Al hablar del parque por ejemplo, a simple vista se observa que la forma más común de comunicación entre sus visitantes es la interpersonal. Desde cualquier ángulo que elija el observador, se encontrará con pequeños grupos heterogéneos, reunidos con una finalidad de propósitos que bien podrían ser para compartir, conocer, hablar o simplemente para pasar el tiempo.

3. COMUNICACION ALTERNATIVA

Partiendo del enunciado: "Una alternativa no es más que una opción entre varias", cabe mencionar al respecto que en comunicación, se conoce como "alternativo" a los diversos medios de expresión (carteles, volantes, altoparlantes, boletines, etc.) que utilizan los grupos organizados como forma de antagonismo a los métodos tradicionales de comunicación en manos de los grupos poderosos (televisión, radio, etc.); sin embargo, para ampliar más el concepto, a continuación se dan algunas definiciones:

La comunicación alternativa (en Guatemala), es como la opción que tienen las clases desposeídas para hacer valer sus derechos y sus libertades, sus exigencias de cambio y sus expectativas de vida frente a la avalancha indiscriminada de los mensajes difundidos a través de los medios masivos de comunicación". Interiano (citado por Escobar: 197).



Lo alternativo es una respuesta a la necesidad que genera el desarrollo del proceso organizativo de los pueblos, su forma de consciencia y la necesidad de expresar y comunicar sus planteamientos ideológicos y sus luchas. Escobar:1997

"El término alternativo es lo que está opuesto a los grandes flujos de comunicación masiva, hegemónica. La gran prensa, la gran radio, la gran televisión. Un periódico escolar es comunicación alternativa, pero también es alternativa si surge un periódico especializado en Economía por ejemplo, puesto que no está dentro de la gran prensa. Igual si surge un periódico o revista sobre arte, una manta, un boletín o un trifoliar, es comunicación alternativa". Interiano (comunicación personal, julio 13, 1999)

"Más que un proyecto comunicativo puramente, es un estado de consciencia y de perspectiva ante la vida, y se concreta en formas de comunicación y contenidos renovadores". (Granados: 1980). En otras palabras conlleva objetivos bien definidos que en definitiva buscan cambios favorables para los sectores organizados.

La comunicación alternativa busca la organización de los sectores populares de la sociedad para obtener el bienestar a través de la creación de sus propios medios, sin utilizar los recursos existentes en el sistema dominante.

La comunicación alternativa como puede verse, va de la mano con la organización social, porque es a través de los medios alternativos: afiches, volantes, periódicos, etc. que los sindicatos, grupos religiosos, asociaciones de vecinos o cualquier otro grupo organizado, dan a conocer sus avances, sus problemas y las propuestas de cambio social en beneficio de la comunidad.

En los parques objeto de estudio, también se observa la comunicación alternativa, principalmente en aquellos grupos religiosos que distribuyen tratados bíblicos con temas diversos, como por ejemplo, algunos que hablan de la astrología, dando a conocer lo engañoso de esta práctica, o de la falsa creencia del fin del mundo, entre otros.

COMUNICACION POPULAR:

comprender el concepto de comunicación popular, primeramente necesario decir que es otra forma de expresión, que sale del o, de los grupos populares; en otras palabras, no sólo de los res organizados sino además es espontánea y propia de todas las personas que tienen características y cultura semejantes.

Los grupos -populares- son aquellos que tienen las menores posibilidades económicas para vivir dignamente y están subeudados o trabajan en actividades económicas similares: tareas domésticas, soldados de bajo rango, agentes de seguridad, operarios en maquilas, ayudantes de albañilería, vendedores ambulantes, chicleros, campesinos, tortilleras, etc., en fin son grupos que por su misma cultura existen en los parques: Plaza Mayor de la Constitución en Guatemala interinario, para participar de todo un proceso de comunicación popular que más adelante se describe.

La llamada comunicación popular está constituida por experiencias de vida y educación de base, cuyo fin principal es organizar y educar a pequeños grupos, de modo tal que creen sus propios canales de expresión y manifiesten sus inconformidades y necesidades, lo que no ocurría a través de los medios tradicionales". Gonzaga(1983)

La educación, según lo expresado anteriormente por Gonzaga, forma parte importante en la comunicación popular. En el parque por ejemplo, la búsqueda de la educación es palpable... Muchas personas conscientes o espontáneamente, tratan de aprender algunas cosas de la medicina natural o cualquier otra cosa que pueda serles útil en su diario vivir, principalmente para mejorar su nivel de vida.

Entre las varias funciones que cumple la **COMUNICACION** se encuentra **LA EDUCACION**, la cual consiste en "transmitir los conocimientos que contribuyan al desarrollo del espíritu, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida". Unesco(1980)

Según Gonzaga, hay muchos autores que asocian "alternativo" con comunicación popular; sin embargo, son dos cosas distintas, pues



Como Gonzaga, hay muchos autores que asocian "alternativo" con organización popular; sin embargo, son dos cosas distintas, pues cualquier organización persigue fines políticos -afirma Interiano-, mientras que los grupos populares son más espontáneos en sus planteamientos y en su diario vivir y no necesariamente están organizados.

Pueden distinguirse dos formas de comunicación popular:

- La pedagógica y
- la popular.

"La pedagógica se utiliza como una forma de lograr que participen los más desposeídos, es didácticamente participativa, hecha por comunicadores o educadores que provienen de sectores medios, es decir con fines propiamente educativos; mientras que la comunicación del pueblo, es la que practican los grupos populares, en forma espontánea y creativa. Estas dos formas, -la pedagógica y la popular-, se compenetran y confunden en el proceso, y esta síntesis de la acción educativa del agente externo con la comunicación espontánea del pueblo constituye lo que conocemos como comunicación popular". Gonzaga (1983:p.31)

En cuanto a la pedagogía como forma de comunicación popular, vemos que el trabajo de miles de facilitadores de diversos campos como religión, derechos humanos, educación y otros, hacen eco de la comunicación popular, porque buscan que el receptor reaccione de diversas formas, principalmente reproduciendo los esquemas y los conceptos que les plantean como comunicadores/educadores.

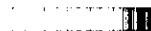
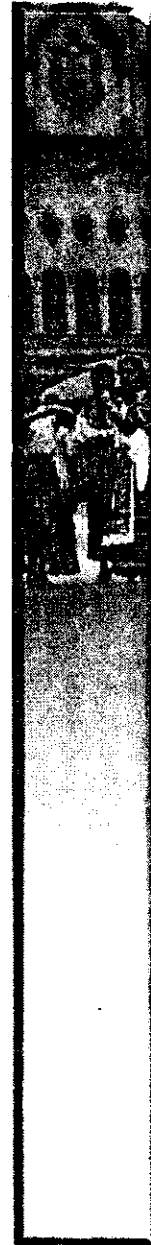
La educación de base o pedagógica como suele llamarla Gonzaga, es una de las formas de la comunicación popular que en definitiva ha contribuido a lograr cambios sociales. Por ejemplo en Guatemala, existen comunicadores populares como los promotores de salud, que se trasladan hasta las aldeas más remotas de algunos departamentos como Suchitepéquez y Escuintla -entre otros- para compartir con su gente todos esos conocimientos relacionados a prevención y control de enfermedades. Esta valiosa tarea es la que se conoce como comunicación popular y a contribuido a eliminar los brotes de cólera, dengue y otras enfermedades.

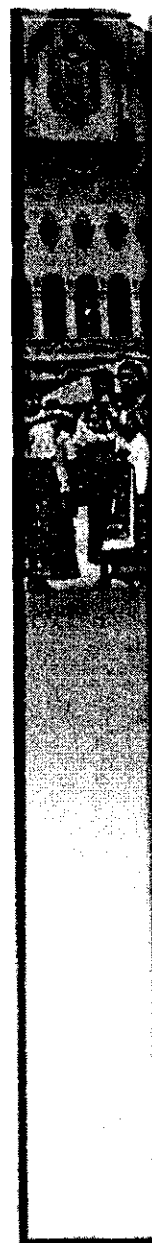


La comunicación popular se construye desde la propia perspectiva de las clases subalternas, respetando su cultura y tradiciones históricas, recuperar la comunicación como hecho social, natural, liberado. En el contexto actual esta alternativa se construye desde la perspectiva de las clases subalternas, respetando y revalorando su cultura y tradiciones históricas, sus alternativas políticas y su acción colectiva". Espinoza y Carpio(1991:p.113)

Los comunicadores populares que aspiran a que sus mensajes lleguen a la vida de los demás, deben atender las recomendaciones de Espinoza y Carpio en cuanto a "*respetar la cultura y las tradiciones de las clases subalternas*" para recibir de igual manera el respeto y la aceptación de estos grupos.

En conclusión, es evidente que la comunicación popular no se restringe únicamente en los sectores organizados, que en algún momento plantearon sus propuestas de cambio social y aún hoy existen, en una sociedad democrática; sin embargo, también cabe considerar que la comunicación popular se caracteriza por tener un lenguaje asequible y cercano para los grupos populares, que en forma espontánea se expresan, sin más propósitos que el de compartir y vivir un buen momento con los demás.





CAPITULO III

—

CAPITULO III

METODOLOGIA

El propósito del presente estudio es determinar qué manifestaciones de comunicación popular se dan en los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario; para lo cual fue necesario realizar un estudio observacional, que permitió captar a los visitantes frecuentes; decir, a aquellas personas que generalmente llegan al parque, los domingos, sin tomar en cuenta el calendario cristiano y las fiestas propias de la región.

Una de las experiencias más valiosas en el presente estudio constituye el hecho de comprobar que a pesar de ser un lugar inadvertido para muchas personas, para los grupos populares -esos grupos que existen de casi todo-, el parque sigue siendo el lugar de encuentro, de entretenimiento y de comunicación popular por excelencia, por lo que se hizo la pena reflexionar sobre estos espacios abiertos y empezar a considerarlos como genuinos centros de comunicación popular en Guatemala.

INVESTIGACION DE CAMPO:

En el presente investigación se realizó a través de un estudio observacional con 300 personas elegidas al azar visitantes a los parques: Plaza Mayor de la Constitución -más conocido como Parque Central-, y Centenario, durante 3 domingos en las siguientes fechas: 18 y 25 de julio y 08 de agosto. Estos parques, están situados en el corazón de la Ciudad de Guatemala, rodeados del Palacio Nacional de la Cultura, el Portal del Comercio, la Catedral, la Biblioteca, y otros edificios importantes. (6a. Av. Zona 1)

Para realizar este estudio, fue necesario encuestar a los visitantes de los parques y preguntarles sobre sus motivaciones espontáneas para visitarlos, en qué actividades les gusta participar; cuáles prefieren, quiénes llegan, y otras preguntas necesarias para conocer las distintas manifestaciones de comunicación popular que se dan en estos lugares.



3.2 TIPO DE INVESTIGACION:

Este trabajo es un estudio observacional/estratificado/descriptivo.

3.2.1 OBSERVACIONAL:

Porque el grupo objetivo estuvo conformado por los visitantes que se encontraban al momento de realizar la encuesta. Los días que se designaron para realizarla se caracterizaron por ser días domingos normales (no festivos).

Cabe mencionar que un estudio observacional "es el estudio en el cual el investigador sólo puede describir o medir el fenómeno estudiado; por tanto, no puede modificar a voluntad propia ninguno de los factores que intervienen en el proceso": Méndez (1984:p.13)

3.2.2. ESTRATIFICADO:

Puesto que el estudio aporta enfoques sobre el grupo en general y a su vez por edad y sexo de los entrevistados, lo cual es muy valioso ya que nos permitió apreciar la respuesta orientada hacia los tópicos del trabajo. Por la naturaleza del estudio, el número potencial de visitantes es muy grande, lo que en estadística se conoce como universo infinito; por lo cual, era necesario obtener las impresiones de suficientes personas, en este caso se eligió una muestra al azar de 300.

3.2.3. DESCRIPTIVO:

Porque el propósito fue describir el grupo objetivo hacia ciertos temas, que permitieran conocer y cumplir los objetivos del presente estudio.

3.3 OBJETIVO:

Determinar qué manifestaciones de comunicación popular se dan en los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario.

CRITERIO MUESTRAL:

UNIVERSO

Las personas que llegan durante todo el año a los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario. Se exceptúan días festivos.

UNIDAD DE ANALISIS:

El estudio consistió en 300 encuestas que se realizaron en 3 días en las siguientes fechas: 18 y 25 de julio y 08 de agosto. Realizadas en días normales (no festivos) para captar a los visitantes con comportamientos similares.

AMBITO DE LA INVESTIGACION:

Plazas: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, ubicados en el centro de la ciudad de Guatemala, 6a. Av. y 9a. calle de la Zona 1.

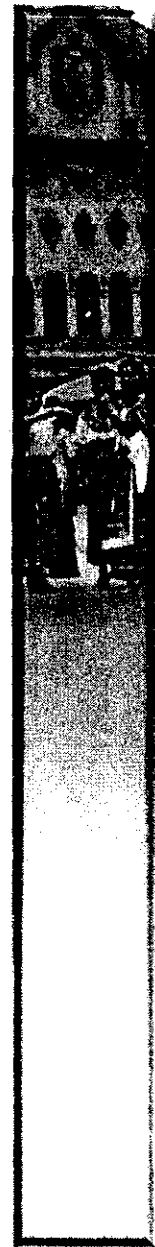
TÉCNICA O PROCEDIMIENTO:

Para escoger la muestra, se seleccionaron al azar 300 personas representativas del universo infinito de los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario; tomando en cuenta que es un muestreo observacional.

INSTRUMENTO:

Se utilizó un cuestionario con 10 preguntas dirigidas a obtener información sobre las diversas manifestaciones de comunicación que se dan en los parques objeto de estudio, el cual se encontrará en los anexos.





CAPITULO IV

CAPITULO IV

MANIFESTACIONES DE COMUNICACION POPULAR EN LOS PARQUES: PLAZA MAYOR DE LA CONSTITUCION Y CENTENARIO

En la primera parte de este capítulo, se describen los diversos tipos de comunicación que se observan en los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, según las clasificaciones de comunicación existentes. Enseguida se describirán las características de la comunicación popular y por último se determinarán las manifestaciones de comunicación popular que se observan en los parques objeto de estudio.

COMUNICACION INTRAPERSONAL

Este es el tipo de comunicación que se desarrolla cuando nuestros sentimientos no son expresados a otras personas sino a uno mismo a la vez, dar una respuesta. Esta comunicación se da en el parque objeto de estudio, ya que según el cuadro No. 8 de datos de la encuesta realizada (ver anexos), un 27% de las personas asisten al parque, ya sea para observar lo que sucede allí, como también para comunicarse con ellos mismos, para pensar y poner en orden sus ideas y sentimientos.

COMUNICACION INTERPERSONAL

Esta se refiere a la comunicación que se lleva a cabo entre dos o más personas que se convierten en emisores y receptores de mensajes. Este tipo de comunicación se da principalmente entre los cientos de personas que llegan al parque a distraerse platicando, conociendo a otras personas, como lo demuestra el cuadro No. 6 de la encuesta. Esta comunicación se da principalmente al convertirse los visitantes al parque en receptores de los diferentes mensajes que se transmiten, sea de ventas, políticos, de adivinación y religiosos y que en algunos casos tienen respuesta.



4.3 COMUNICACION ALTERNATIVA

"Es una opción que tienen las clases desposeídas para hacer valer sus derechos y sus protestas, sus exigencias de cambio frente a la avalancha indiscriminada de mensajes difundidos a través de los medios masivos de comunicación". Interiano (citado por Escobar: 1997)

Esta comunicación se da mucho sobre todo en el parque plaza Mayor de la Constitución denominada también "La Plaza de los lamentos", donde múltiples personas transmiten sus mensajes de manera alternativa ya sea a través de altoparlantes, volantes, música, etc.; medios que se utilizan para difundir los diversos mensajes, lo cual también es aprovechado para transmitir otros mensajes como el religioso, ventas, adivinación y político.

4.4 COMUNICACION POPULAR

Es una forma de expresión que sale del pueblo. Está constituida por experiencias aisladas y educación de base, cuyo fin principal es organizar y movilizar a pequeños grupos, de modo tal que creen sus propios canales de expresión, no con fines políticos. Se da principalmente esta comunicación en el parque, porque es allí donde fluyen mensajes de grupos religiosos, adivinatorios, vendedores, también se escuchan mensajes contra las drogas por medio de títeres, etc., hechos por los grupos populares, para el mismo público popular. (Ver cuadros No. 6 y 7 de la encuesta). De estos mensajes, el religioso es el más usual con 33%.

4.5 CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION POPULAR

Las características de la comunicación popular, que se dan en los parques objeto de estudio, -según lo observado-, son las siguientes: Colectiva, comunitaria, concreta, pluralista, universal, proletaria y creadora.



1 COLECTIVA

a característica se aplica al estudio realizado, ya que en el cuadro No. 1 se observa que al parque objeto de estudio, asisten personas de sexo femenino y masculino respectivamente: 41% del total de los estados son mujeres y 59% hombres. Así mismo, asisten personas de diversas edades: 67% de 15-25 años, 17% de 26-35 años, 7% de 36 a 45 años y 9% de 46 o más. Lo anterior demuestra que existe una colectividad que asiste al parque muy diversa en cuanto a género y a número. Obsérvese que el 67% corresponde al grupo comprendido entre los 15-25 años, ya que mucha gente joven constituye el 40% de la población total y esto se demuestra en los datos obtenidos.

2 COMUNITARIA

El cuadro No. 11 respecto a los idiomas que hablan los visitantes al parque, se puede notar que existen varios idiomas mayas; siendo mayoritariamente hablado el Mam con 38%, quiché 12%, cackchiquel 10% y kekchchi: 8%. Se deduce que según las respuestas obtenidas, existen diversas comunidades mayas que se dan cita en el parque donde practican sus idiomas nativos y se comunican entre grupos específicos procedentes del interior del país. El cuadro No. 12 confirma un 7% de personas procedentes de San Marcos y que hablan el idioma Mam.

3 CONCRETA

Según el cuadro No. 7, se observa que en los parques objeto de estudio existen mensajes concretos dirigidos a los diversos grupos que asisten a los mismos: El mensaje con mayor porcentaje es el social-religioso con 36% y el religioso con 33%, el de ventas con 10%, político con 4% y de adivinación con 4%.

El mensaje con mayor porcentaje es el musical-religioso con 36% y el religioso con 33%, el de ventas con 7%, político con 4% y el de adivinación con 4%. El mensaje religioso predomina preferentemente, que proliferan infinidad de grupos musicales de corte religioso y miembros de distintas denominaciones que llevan el mensaje evangélico a las comunidades representadas en el parque.



4.5.4 PLURALISTA

Según cuadro No. 8, los visitantes al parque asisten con un amigo: 37%, con algún familiar: 31%; es común ver a grupos étnicos en cada parte de los parques estudiados, ya sea de amigos y/o familiares, es decir, que aquí se cumple la característica de Pluralista porque hay diversidad de sectores que buscan sus propios grupos comunitarios para comunicarse.

4.5.5 UNIVERSAL

Existe comunicación popular con característica de universal porque existen infinidad de comunidades que se dan cita en los parques estudiados, esto se observa en el cuadro No. 12, donde vemos que la procedencia de las personas es muy diversa: San Marcos 7%, Huehuetenango 2%, Jutiapa 1%, Sololá 1%, Sacatepéquez 1%, Quiché 1%, Mixco 4%, Villa Canales 2%, Villa Nueva 1%, etc.; es decir, que existe un universo representado por cada parte y grupo que asistió a los parques.

4.5.6 PROLETARIA

Es relativo a obreros y a la clase que no posee bienes. Esta característica también se cumple, porque se observa en el cuadro No. 2 y 3 que las ocupaciones de los asistentes al parque son de operadores de maquila y empleadas domésticas, en su mayoría clase pobre y desposeída.

OCUPACION FEMENINA		OCUPACION MASCULINA	
Empleada doméstica	65%	Operario de maquila	19%
Operaria de maquila	8%	Albañil	11%
Vendedora	2%	Vendedor	9%
(ver cuadro No. 2)		(ver cuadro No. 3)	

CREADORA

característica también se da, porque en los parques estudiados en diversidad de mensajes fruto de la imaginación creadora y el rol de las personas, como por ejemplo el discurso de ventas que hacen los vendedores de productos naturales, quienes manejan variedad de palabras persuasivas capaces de convencer al más exigente. Otra muestra de lo "creador", lo constituyen las clases de teatro impartidas los domingos por la mañana, donde también se juega el ingenio en cada movimiento y se invita a los asistentes a participar. Existen diferentes mensajes contra las drogas a través de volantes y también por medio de títeres. En fin, hay muchos mensajes creativos en el parque. (Ver cuadro No. 7)

MANIFESTACIONES DE COMUNICACION POPULAR

Se ven plasmadas las expresiones de comunicación del pueblo, al ir a asistir al parque -principalmente los días domingo- y observar las actividades que en éste se realizan, las cuales están organizadas y producidas por los comunicadores populares para el consumo, en otras palabras; para que el mismo pueblo del que forman parte, sea comunicador y receptor simultáneamente.

En el parque se ve el reflejo de la cultura y del folclore guatemalteco: personas disfrutando de un succulento vaso de atole, molletes, elotes frescos, chocobananos, helados caseros, chupetes, algodones o bien todos aquellos que cuentan con un poquito de mejores ingresos, pueden instalar en cualquiera de los comedores ubicados de frente a la catedral metropolitana para disfrutar de un almuerzo chapín.

Hay tantas actividades las que se observan en el parque que en estas páginas se enumerarán las manifestaciones comunicacionales más comunes.

En el primer cuadro que cualquier persona observadora encuentra al ir al parque, son numerosas personas de diversas edades, sexos y hombres, jóvenes y adultos, de distinto tamaño, estatura, color de piel, etc., reunidos en pequeños grupos platicando, compartiendo alguna experiencia o conocimiento y según se intuye, pasando un buen momento.



Al seguir el recorrido por el parque, empezarán a notarse otras facetas de los visitantes al parque, por ejemplo que hay personas muy solitarias, que escogen cualquier asiento improvisado (arriates o los alrededores de la fuente incluso) para meditar y sin duda, para disipar sus penas. No se comparten esos pensamientos sino que son momentos propicios para ordenar asuntos que de alguna manera han estado causando cierto malestar, que en definitiva algunos prefieren resolver -en solitario- sin que nadie intervenga.

Siguiendo con las manifestaciones de comunicación popular, se encuentran los famosos "predicadores evangélicos" personas con un alto liderazgo que se lo han ganado con el pasar del tiempo, según lo cuenta uno de ellos, -Carlos López- un joven miembro de una de las iglesias más grandes en el país, quien desde hace 2 años llega con mucha frecuencia al parque, acompañado por algunos amigos de su congregación para compartir un mensaje de "amor y de salvación en Jesucristo", expresa. Su discurso, es bastante elocuente y algunos dicen que no tiene nada que envidiarle a otros predicadores de renombre. Sus receptores son personas de todas las edades que se acercan con el propósito de conocer parte de lo que comparte.

Los que prefieren la música, también la encuentran en los músicos religiosos que en conjunto o solistas entonan distintos ritmos que van desde cumbias, merengue hasta mariachis con mensajes cristianos. Alrededor de estos artistas, se pueden observar numerosas personas que disfrutan del ambiente sacro y evangelístico de sus organizadores.

Los mimos y los payasos, no podrían faltar. Se preparan para presentar cada domingo un acto distinto. Definitivamente, la diversión no es sólo para los más chicos sino también les da participación a los adultos a quienes se les escapan sonrisas y comentarios espontáneos al igual que a los niños.

Otra forma de comunicar es a través de los títeres que según la Revista Ronda Iberia, (1986:p.47) "están siendo reconocidos y aceptados como uno de los más imaginativos medios de comunicación que hayan existido". Presentan mensajes educativos para los visitantes al parque y también evangelísticos.



Los mensajes educativos de los títeres se dan a conocer temas como la importancia del respeto a los derechos humanos, principalmente a la vida y de aspectos como la unidad familiar.

Los mimos, payasos y bailarines, están dentro de lo que se conoce como **comunicación no verbal**, ya que además de las palabras, también se expresan a través de los gestos del cuerpo, principalmente los mimos, que excluyen de sus presentaciones el lenguaje verbal, mientras que los payasos y bailarines si lo utilizan, pero también acompañan cada una de sus presentaciones con el lenguaje corporal. (Anexo 1)

Se puede observar que los cristianos están utilizando todos los medios de comunicación al alcance de sus bolsillos para llevar el mensaje de evangelización a todos los rincones y el parque es un buen sitio que reúne a cientos de personas, ansiosas de aprender y de escuchar un mensaje esperanzador.

Los vendedores muy conocidos "vendedores del parque", son personas que se caracterizan por tener innumerables cualidades como por ejemplo el ser ingenioso para atraer la atención de las personas, manejar un discurso lleno de rodeos al principio y muy directo al final, ser parte del pueblo, en otras palabras visten cómodo y sencillo sin preocuparse del qué dirán. También los hay muy singulares como es el caso de un señor que viste gorra y chumpa celestes, jeans y patos blancos sucios y deteriorados, que en conjunto le dan una apariencia poco común y muy distinta a la que el más modesto de los vendedores pueda tener idea.

Al existir vendedores en el parque, es un hecho del conocimiento público, lo que muchos ignoran es qué cosas son las que ofrecen realmente? Para responder esta interrogante, basta acercarse a los distintos grupos de personas conglomeradas alrededor del "famoso vendedor" y escuchar lo que dice. Al principio la introducción es confusa; sin embargo, poco a poco los menos incautos pueden darse cuenta que se trata de la venta de medicina natural o de ciertos productos que se usan -según la propaganda- para acabar con la potencia sexual, por ejemplo.

Entre los artículos que lanzan al mercado estos vendedores-comunicadores, están los que corresponden al rubro "medicina



natural", muy popular en Guatemala.... que según lo que ofrecen, existen desde las que alivian un simple catarro hasta enfermedades crónicas como diabetes, cáncer y otras.

Los comunicadores acostumbran a lanzar preguntas comprometedoras entre sus receptores, pero a pesar de la negativa de éstos en responder, muchas personas acaban comprando el producto ofrecido.

La leída de las cartas, el horóscopo mental y otras cuestiones por el estilo están funcionando todo el tiempo. Al menos pude observar dos familias distintas que instalan su equipo de trabajo: una silla para sentar a la "maestra" que en palabras correctas es la que hace el papel de adivinadora, un trapo para taparse los ojos -para crear un ambiente más místico suponen-, docenas de cartas con figuras que son las que utilizan para descifrar sus mensajes, cartas con mensajes a sus clientes y una bocina altoparlante.

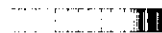
La bocina altoparlante la utilizan para atraer a los receptores, que luego de escuchar la introducción a base de chistes y burlas que hacen dos hombres, -que generalmente también son familia-, siguen escuchando a la "adivinadora", que con la ayuda de uno de los de su clan, empieza a través de claves, a detallar información de las personas que están como espectadores y a predecirle algunos aspectos de su vida. La gente cuando se interesa por la consulta de determinado asunto, deberá cancelar entre Q 10.00 por cada pregunta o más según hasta donde llegue su curiosidad -o ingenuidad- y le permita el bolsillo.

Alrededor de los adivinadores, se observan muchas personas, sobre todo del sexo masculino que preguntan por aspectos del amor, trabajo, algún negocio o cualquier otra cosa que se les ocurra; sin embargo, pocos son los que aún conservan la fe en estas actividades, según lo dan a conocer los resultados del estudio, que muestran que de 300 personas entrevistadas, sólo 11 hombres y 5 mujeres dijeron participar en éstas.

El ingenio y la creatividad de las personas también se luce en el parque, en donde muchos instalan una jaula sencilla conteniendo



CAPITULO V



CAPITULO V

ANALISIS Y DESCRIPCION DE RESULTADOS

Para muchas personas, los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, pasan inadvertidos. Algunos, lo más cerca que han estado del parque es a la iglesia Catedral Metropolitana, Biblioteca Central o cualquier otra Institución o comercio circunvecino que por supuesto, son numerosos por el sector.

Los, -los más afortunados- no han tenido necesidad de circular por la populosa zona 1; sin embargo, también existe un grueso grupo de población guatemalteca que en busca de distracción y con el fin de compartir con otras personas, acude casi todos los domingos a los parques: Plaza Mayor de la Constitución y al Centenario.

Las personas que frecuentan domingo a domingo el parque, son protagonistas y actores de diversas y variadas formas de comunicación popular, las cuales resultan ser manifestaciones sospechadas para algunos o muy comunes para otros.

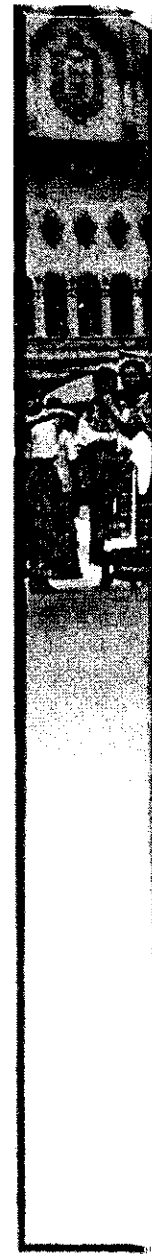
En la continuación, el presente estudio permitió tener un acercamiento a los visitantes frecuentes al parque (objeto de estudio) y determinar cuáles son esas manifestaciones de comunicación popular que forman parte de la cultura de estos grupos.

Para iniciar, el requisito básico en las encuestas era determinar la edad y el sexo del visitante al parque.

EDAD Y SEXO DE LOS VISITANTES AL PARQUE

De 300 encuestas realizadas a los visitantes a los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, un 59% correspondieron al sexo masculino, mientras que en mujeres el porcentaje fue de 41%. En relación a la edad, la gran mayoría de los visitantes son personas jóvenes, predominantemente entre las edades de 15 a 25 años, según demuestra el presente estudio: 67% del total de los participantes en la encuesta son jóvenes comprendidos entre 15 y 25 años.

También es importante destacar que los jóvenes son los que más visitan el parque para divertirse y para distraerse, precisamente



porque su nivel cultural y económico, -principalmente la parte económica-, no les permite tener acceso a otras formas de entretención y de comunicación tan espontánea como la que tienen en el parque.

5.2 OCUPACION DE LAS VISITANTES (SEXO FEMENINO) AL PARQUE

El 65% de mujeres que frecuentan el parque (82 mujeres), trabajan como empleadas domésticas. El segundo lugar en ocupación, está compuesto por las amas de casa (10%), que en su mayoría son mujeres jóvenes entre 15 y 25 años. El tercer grupo lo constituyen las operarias de maquila, una industria muy popular en estos tiempos, con un 8%.

Es importante destacar que el grupo "empleadas domésticas", que es la actividad predominante entre las visitantes al parque, está conformado mayoritariamente por mujeres bastante jóvenes (15-25 años), provenientes de algún remoto pueblo del interior, indígenas.

5.3 OCUPACION DE LOS VISITANTES (SEXO MASCULINO) AL PARQUE

Las ocupaciones de los visitantes hombres al parque, son muy diversificadas y numerosas, precisamente porque existen infinidad de oficios y profesiones que en muchos casos por nuestra cultura, son exclusivas del sexo masculino.

Los datos resultantes del presente estudio, indican que la ocupación que más porcentaje obtuvo entre los hombres que visitan el parque es: Operario en maquila, con un 19% de hombres laborando en esta actividad. En segundo lugar, están los que trabajan en la Albañilería, con un 11%; mientras que un tercer grupo lo constituyen los vendedores con un 9%.

Los oficios y las profesiones de los visitantes entrevistados, a pesar de ser múltiples, reflejan que existe poca instrucción y especialización, ya que se encuentran desde guardaespaldas, dependientes de mostrador, pilotos, meseros, incluso -en menor número- otras

aciones como ayudantes en refrigeración, electricidad, mecánica
is actividades técnicas por el estilo.

NUMERO DE VISITANTES AL PARQUE QUE SABEN LEER Y ESCRIBIR

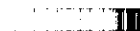
Escaparse a la realidad, el parque es un lugar en donde aún se
pueden ver medianos índices de analfabetismo y muy baja escolaridad
entre sus visitantes, lo cual es un reflejo de la situación tan lamentable
y alentadora que en definitiva se suman a las muchas causas del
desarrollo en Guatemala.

Se sabe de ser 253 personas -de 300 encuestadas- las que sí saben
leer y escribir, también son evidentes sus bajos índices de escolaridad
y formación que mayoritariamente reflejan que sólo cursaron -en el
orden de los casos- los 3 primeros años de la escuela primaria.
También hay que destacar que algunos de los que afirmaron saber
leer y escribir, reconocieron que no lo hacen muy bien. En palabras
de muchos de ellos, afirmaron: "sé leer pero no muy bien".

La tasa más alta de analfabetismo lo ocupan las mujeres, que
principalmente son quienes tienen menos oportunidades de buscar y
trabajar por su propio desarrollo, de la mano con la educación.

Entre 24 mujeres encuestadas, 31 de ellas no saben leer y escribir,
que a simple vista, no pareciera reflejar el serio problema por el
que atraviesa el sexo femenino en Guatemala, particularmente en lo
que a educación se refiere; sin embargo, es una situación que las
obliga a tener que trabajar como empleadas domésticas, tal y como
lo muestra el alto porcentaje de mujeres que laboran en esta
actividad y frecuentan el parque (65%).

Entre los hombres encuestados fueron 176, de los cuales 16 no saben leer
y escribir, cifra que difiere significativamente con la tasa de
analfabetismo en la mujer guatemalteca.



5.5 NIVEL DE ESCOLARIDAD DE LOS VISITANTES AL PARQUE

Debido principalmente a que la mayoría de visitantes frecuentes al parque pertenece a un nivel socioeconómico bajo, los índices de escolaridad en ellos también son bajos. De las personas encuestadas que tuvieron la oportunidad de pasar por algún aula educativa, el 52% (158 personas de 300 encuestadas) admite haber cursado únicamente algunos grados del nivel primario. Para el nivel secundaria, el porcentaje desciende a la cifra de 20%; mientras que a nivel universitario, sólo llega un escaso 3% del total de encuestados visitantes al parque.

Otro dato importante lo constituye el hecho de ser los hombres quienes más alto nivel académico muestran en comparación con las mujeres. En estas últimas, es evidente la baja escolaridad, probablemente porque el simple hecho de ser mujeres les resta oportunidades de desarrollo y/o superación.

COMPAREMOS:

176 hombres encuestados =	124 mujeres encuestadas =
23 estudiaron hasta diversificado	3 estudiaron diversificado
8 hicieron estudios universitarios	1 estudia en la universidad

5.6 MOTIVOS PARA VISITAR EL PARQUE

Los motivos espontáneos que atraen a las personas al parque son: Mayoritariamente para descansar (27%= 211 personas) y para platicar (17% =129 personas), en tercer lugar, los visitantes llegan para conocer personas (13%= 102 personas). En la casilla OTROS, también el 13% de los visitantes dijo llegar al parque para leer algún periódico, distraerse u otras cosas.

La popularidad que ha ido ganando el parque, se debe principalmente a que las personas no cuentan con otros lugares de distracción de bajo costo, como es el caso del parque, por lo tanto las personas visitantes frecuentes han encontrado en éste una manera económica



distracción, descanso y que además les permite realizar otras actividades en compañía de amigos, familiares o de su pareja.

observación importante es que muchos jóvenes del sexo masculino llegan al parque para conocer personas, léase "paracer patojas", principalmente aquellos jóvenes comprendidos entre 15 y 25 años de edad.

MENSAJES QUE MAS LES GUSTA ESCUCHAR A LOS VISITANTES AL PARQUE

Contrario a lo que inicialmente se estimaba encontrar, un 33% de los encuestados les gusta escuchar a algún pastor evangélico, a otro tanto les gusta escuchar música -algunos mencionaron que les gusta el jazz y música cristiana-, mientras que un 16% de personas no participa en ninguna de las actividades enumeradas en la encuesta. Cabe también que un 7% de los visitantes gusta oír el discurso de los vendedores, muy común en estos parques, principalmente en lo que se refiere a ventas de medicina natural.

El discurso de adivinación tiene más aceptación entre los hombres que entre las mujeres. Comparemos: 5 mujeres gustan de oír la adivinación y 11 hombres también prefieren este tipo de discurso, principalmente los más jóvenes que según se comprobó, quieren saber más que todo sobre el amor.

PREFERENCIA DE LOS VISITANTES AL PARQUE EN CUANTO A COMPAÑÍA

En cuanto a compañía se refiere, la mayoría de gente encuestada prefiere ir al parque con algún amigo (37% = 114 personas), en segundo lugar con algún familiar (31%= 96 personas) y en tercero; los que antes llegan solos (27% = 84 personas). De estos últimos, se observa que de 84 personas que llegaron solos, 63 son hombres y 33 mujeres, lo cual refleja que los hombres disfrutan más de su soledad o bien son menos sociables o más tímidos que las mujeres.

Las edades de los hombres que llegan al parque solos, oscilan principalmente entre 15 y 25 años y entre aquellos de 46 años o más. Este factor que puede explicar este fenómeno probablemente podría ser que los hombres llegan al parque solos precisamente para



encontrar compañía, a alguna dama con quien poder platicar; mientras que las mujeres en el parque generalmente se encuentran en grupos, compartiendo con amigos/as o familiares.

5.9 FRECUENCIA DE VISITA AL PARQUE DE LOS ENCUESTADOS

La frecuencia de visita al parque es la siguiente: 35% de los encuestados (104 personas) visitan el parque todos los domingos, un 22% (cada 15 días) y en tercer lugar con 20% empatan las personas que visitan el parque una vez al mes (60 personas) y rara vez (60 personas).

Las personas que visitan el parque, tanto mujeres como hombres necesitan de una distracción y los Parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario, son una buena opción donde pueden escuchar música, discursos religiosos, políticos, adivinación y de ventas..... en fin, es un lugar para entretenerse. Debido a ello, es un punto de atracción para las masas populares y es visitado con mucha frecuencia.

5.10 NUMERO DE PERSONAS -VISITANTES AL PARQUE- QUE HABLAN OTROS IDIOMAS

Aunque al parque asisten en su mayoría gente de raza indígena, solamente un 27% de los encuestados (80 personas) reconocen hablar otro idioma o lengua maya.

Contrario a lo que se pensaba, un 73% no habla ningún otro idioma, además del español. Esto se debe a que muchas personas al apartarse de sus lugares de origen prefieren no practicar su idioma nativo, el cual van dejando en desuso con el correr del tiempo. Otros, simplemente no son indígenas, sino provienen de lugares remotos en donde existe mucha pobreza.



IDIOMAS QUE HABLAN LAS PERSONAS VISITANTES AL PARQUE

Idioma que más hablan los visitantes al parque encuestados es el K'ICHE' con 35% (28 personas), 12% (10 personas) habla K'EKCHIQUEL y un 11% (9 personas) habla QUICHE. Debido a que la mayor parte de la gente proviene del interior de la república se conocen estos idiomas, situación que podría abrirles muchas puertas si ellos tuvieran una mejor especialización y un nivel académico más

¿DONDE VIVEN O DE DONDE PROVIENEN LOS VISITANTES AL PARQUE?

Respecto a la procedencia de los encuestados, las respuestas se agruparon en residencia destino por zonas -donde viven actualmente- y departamento o municipio, de donde son residentes nativos.

ZONA: Un 11% (31 personas) vive en la zona 1 y otro 11% (también 31 personas) vive en la zona 7, un 7% (22 personas) vive en la zona 10 y otro 7% (20 personas) vive en la zona 12; mientras que un 4% (12 personas) viene de Mixco, Departamento de Guatemala.

DEPARTAMENTO: 7% (20 personas del total de encuestados) viene de San Marcos.

Los departamentos que existen 4 zonas de mayor afluencia hacia la zona 1, y el departamento de San Marcos es de donde vienen más personas al parque.

OTROS PARQUES CONOCIDOS POR LOS ENCUESTADOS

El 53% de los encuestados respondió que sí conoce otros parques, mientras que un 41% dijo no conocer otros parques. Esto se debe a que la mayor parte de las personas que frecuentan el parque provienen del interior de la república, por lo cual buscan los parques más cercanos a la zona 1 principalmente y aquellos que más cerca estén de su residencia.



5.14 OTROS PARQUES FRECUENTADOS POR LOS ENCUESTADOS

Entre los parques más visitados están:

Parque Colón	27% (86 personas)
Parque Concordia	19% (60 personas)
Parque de la Industria	15% (49 personas)
Parque San Sebastián	7% (20 personas)
Parque Morazán	6% (18 personas)

Se aprecia en el cuadro anterior, que la mayoría de parques más frecuentados por los encuestados, están ubicados en la zona 1 de la ciudad de Guatemala. Probablemente esto se debe a la cercanía y a la ubicación céntrica que es el punto de mayor y más fácil acceso desde varias zonas de la ciudad.

RESUMEN DE HALLAZGOS

Antiguamente el parque-plaza era solamente un lugar destinado a las actividades propiamente religiosas, es decir que cumplía exclusivamente, el papel de centro ceremonial. Con el pasar de los años, la plaza se fue convirtiendo en un espacio con áreas verdes y destinado a otra finalidad: La distracción, sitio de encuentro y de entretenimiento.

En Guatemala, es notorio que cada municipio y Departamento cuenta con un parque, propicio para el descanso de los vecinos de la comunidad, lo cual fue surgiendo por la necesidad del hombre de tener espacios abiertos para su recreación, sin dejar de mencionar el incremento poblacional que también caracteriza a las ciudades y regiones del país.

Actualmente, mucha gente del interior de la República inmigra a la ciudad capital de Guatemala, y debido a su bajo nivel socioeconómico así como por el deseo de continuar con la tradición de sus pueblos de visitar el parque, visitan constantemente los Parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario. Ello lo confirma el porcentaje de gente joven en su mayoría, que asiste a estos parques y que conforma un



(200 personas) comprendidas entre las edades de 15-25 años, in encuesta realizada.

arque Plaza Mayor de la Constitución -principalmente-, no es mente un centro de entretención y encuentro, sino también, es el r de muchos niños y niñas de la calle que deambulan por este ue sin ayuda de las instituciones encargadas de su cuidado y os aún del auxilio, educación y amor de sus propios padres. is niños, se dedican a inhalar solventes a los que denominan "x", los cuales, -según expresan-, les ayuda a disipar sus penas y mientos así como también a olvidarse temporalmente del hambre.

te en estos parques plaza (plaza mayor de la Constitución y tenario), diferentes tipos de discursos y mensajes que se stigararon en este estudio y que son: Discurso de ventas, religioso, idivinación y político.

ún la encuesta realizada, el discurso cuyo mensaje es el que más jchan los asiduos visitantes los parques plaza mayor y centenario, el de tipo religioso, que obtuvo un 33% de participación. A estos ursos religiosos, también se le suma la música cristiana en sus rsos ritmos: mariachis, instrumentales, cumbias, etc. , que viene er un refuerzo del mensaje evangelístico que comparten los tores, músicos y otras personas de alguna denominación, cipalmente protestantes. El mensaje musical obtuvo un total de 5 de participación entre los encuestados.

discurso de ventas, obtuvo un 7%, ya que los propagadores de este isaje. son personas bien preparadas, que manejan rendentemente un buen discurso y además conocen las técnicas persuasión que les permite envolver a sus receptores, iteniendo su atención, para finalmente venderles el producto que cen. Los que más se observan en el parque, son aquellos que nocionan y venden productos naturistas

discurso de adivinación, obtuvo un 4%, contrario a lo que se saba, ya que es usual ver a decenas de personas en las ruedas : hacen los voceros de este mensaje adivinatorio; por el contrario, cha gente solamente escucha el mensaje y no presta atención, is prefieren oír música religiosa y mensajes de pastores, según lo nifestaron. La gente que consulta a las "maestras", como se hacen



llamar las adivinas, es una minoría, que preguntan curiosamente - según lo observado- en su mayoría, por asuntos amorosos.

El discurso político obtuvo un 4%, a pesar de ser 1,999 un año electoral y contar con numerosos partidos y candidatos políticos que visitan el parque realizando proselitismo a su favor; sin embargo, se observa que los mensajes que pueden escucharse, -cargados de promesas- carecen de credibilidad entre los receptores, e ahí la preferencia de los visitantes por otros mensajes.

Por otro lado, según la encuesta realizada, notamos que la mayoría de visitantes al parque son de origen indígena, procedentes de diferentes regiones del país, que cuentan con muy poca instrucción y que hablan en un 73% solamente español, es decir que obligadamente, después de trasladarse para la ciudad de Guatemala, han pasado por un proceso de ladinización, que los empuja a dejar atrás sus lenguas nativas y desplazarlas por el español.

En conclusión, los discursos que se transmiten en estos parques, ya sean de carácter religioso, musical, ventas, adivinación y/o político, llevan diversos mensajes de interés para unos más que para otros. Cada discurso y mensaje tiene su propio público selecto dentro de los cientos de visitantes a estos parques, pero es el mensaje musical-religioso y el de pastores evangélicos el que mayores receptores tiene.

El perfil del visitante común al parque-plaza mayor de la Constitución y Centenario es el siguiente: Personas de sexo femenino y también masculino, comprendidos entre 15 y 25 años, que trabajan como domésticas y como operarios de maquila, con educación primaria, que gustan visitar el parque para descansar, platicar, divertirse y conocer personas; acompañados de un amigo (a) o algún familiar, principalmente los domingos; son procedentes del interior de la república, que conocen otros parques, mayoritariamente el parque Colón y que además han dejado atrás su lengua materna (en el caso de los indígenas, que son mayoría) para sustituirla por el español, en el proceso de ladinización que se ven obligados a sufrir para sobrevivir en la ciudad de Guatemala.

CONCLUSIONES

En medio de la vida tan agitada, rodeados de bullicio y de contaminación, o viviendo en vecindarios saturados de gente, las zonas de escasos recursos, principalmente los grupos más desposeídos, encuentran en los parques-plaza el lugar ideal para descansar, platicar, conocer personas y divertirse en su propio ambiente.

En los parques plaza mayor de la Constitución y parque Centenario, su ubicación en pleno centro de la ciudad es usual observar los domingos, cientos de personas que llegan para compartir con su familia o amigos y para participar de una serie de manifestaciones recreativas de todo tipo, desde simple diversión hasta actividades culturales, pasando por música y cualquier otra distracción recreativa, incluso éste se ha convertido en un lugar comercial donde se vende todo tipo de artículos como: Cassettes pirata, colas para el helado, medicina alternativa o natural, telas típicas, comida y otras variedades de cosas.

La importancia de este parque radica precisamente en que es un espacio de comunicación popular en el cual podemos encontrar personas de todas las edades, de distintos gustos y de diversa procedencia (del interior del país); sin embargo, podemos afirmar que la gran mayoría pertenecen a las clases más desposeídas, con una característica común: Bajo nivel económico y baja escolaridad.

Entre los comunicadores populares con más seguidores están los predicadores evangélicos y los cantantes de música con tinte religiosa, también los mariachis y una solista de cumbias que aglutinan a grandes personas inquietas por escuchar esos mensajes llenos de esperanza para algunos y de curiosidad para los más incrédulos.

También se destacan como líderes, los singulares vendedores que hacen un buen discurso que atrae la atención de los visitantes al punto, que generalmente suelen rodear al comunicador en un círculo sin perderse ningún detalle.



En fin. el parque es un lugar muy folclórico, pluricultural y muy dinámico. Es el escenario de una serie de manifestaciones comunicacionales y culturales producidas por y para consumo de los grupos populares.



REFLEXIONES

más de las maravillas y la diversidad de manifestaciones unicasionales en el parque, también nos encontramos con penas dolorosas y tristes como son los niños de la calle, esos niños y jóvenes que encuentran en las bancas de la concha sónica del parque centenario, un lugar propicio para conciliar el sueño y descansar. Otros deambulan por las calles del parque, en busca de distracción o bien se acercan a las personas para solicitarles una moneda. A pesar de que no son muchos los que permanecen en el parque, sí fue posible observarlos en varias ocasiones y ver que nos sólo pasean por éste sin percatarse de lo que realmente pasa a su alrededor, debido al efecto de algún estimulante como el alcohol o solvente que suelen oler para disipar el hambre.

Por otro lado, algo que se ha convertido en algo muy común en nuestro país, es la violencia y la inseguridad que se vive diariamente, una situación a la cual tampoco se escapa el parque, en donde pude observar un robo a plena luz del día, seguido de una situación -no muy desalentadora- como fue la persecución del delincuente por un grupo numeroso de visitantes al parque que con total impunidad, le gritaron tremenda paliza, que de no haber sido por la presencia de los agentes policíacos -minutos más tarde-, hubiera terminado con su vida.

Las calles del parque también lanzan un "SOS" a la municipalidad de la ciudad, pues por la insuficiente cantidad de basureros, los caminos lucen atestados de basura, lo cual además de ser feo para el ojo de la ciudad, es la causa de numerosas enfermedades, debido a los fétidos olores emanados de los servicios sanitarios que no reciben el mantenimiento adecuado.



RECOMENDACIONES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN:

Colocar centros de alfabetización en los parques: Plaza Mayor de la Constitución y Centenario.

Impulsar programas de educación, principalmente relacionados con oficios técnicos como mecánica, carpintería, mecanografía, etc., promocionándolos para los días domingo en el parque o en algún centro cercano a éste de forma gratuita o bien, a precios accesibles.

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA:

Mejorar los servicios básicos de los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario: Baños, bancas, colocar más pasaderos y sobre todo, asignar el mantenimiento de los mismos a suficientes empleados municipales o bien impulsar un programa de limpieza comunal.

POLICÍA NACIONAL CIVIL:

Mayor vigilancia en estos parques y sus alrededores para evitar robos y peleas entre maras y otros delincuentes, que también hacen presencia en estos sitios.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Integrar grupos de voluntarios dispuestos a trabajar en pro de los grupos populares, principalmente en aspectos de educación y salud, instalando puestos de salud preventiva y correctiva con servicios mínimos; así también de promoción educativa -incluso alfabetización- en los parques Plaza Mayor de la Constitución y Centenario.



A TODOS EN GENERAL:

- Poner nuestro granito de arena, para rescatar de alguna manera este sitio de comunicación popular para los sectores más desposeídos en nuestro país que son mayoría y permitirles que en un futuro cercano, encuentren la forma de superarse y de poder contar con mejores oportunidades. De estar a nuestro alcance, apoyemos cualquier forma encaminada a favorecerlos.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

TIGACION

ena, Guillermina. 1991. Instrumentos de investigación. Mexico: Editores Mexicanos Unidos.

trida González, Aracelly Krisanda. 1997. Apuntes para la acción de referencias bibliográficas y citas dentro del texto.atemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Guatemala.

ano, Hugo Leonel. 1995. La aventura de la investigación.atemala. s.e.

NICACION

inzález, Donald Bonatti. 1999. Curso Introdutorio de miología General orientado a estudiantes de comunicación. sis.

cobar, Maively. Importancia de los medios de comunicación alternativa para la conservación del medio ambiente. 1997. Tesisenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. iversidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias la Comunicación.

émenez, Gilberto. s.f. Notas para una teoría de la municación popular. Comunicación. (35-36): 72-73

plún, Mario. 1985. El comunicador popular. Quito-Ecuador. ién. CIESPAL.

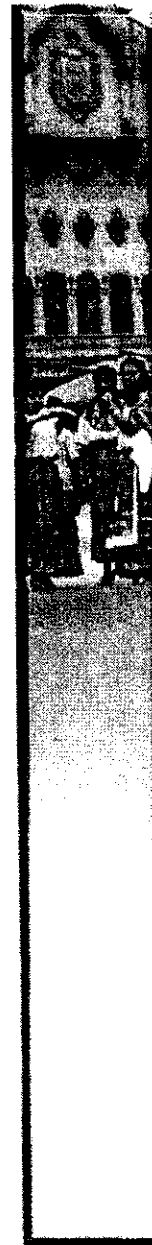
plún, Mario. (1984) La comunicación popular. Alternativa lida. Chasqui (Ecuador) (7):14

ón, Isaacs. 1986. Procesos de comunicación popular y señanza de la comunicación. Felafacs, Venezuela (14):23-28

ssandón, Fernando. Democratización de las comunicaciones. asqui. Ecuador (8):14

idelberger, Irmela. 1988. Educación y comunicación popular el Perú. Chasqui (Ecuador) (25):27-29

ñez, Carlos. 1993. Una perspectiva dialéctica y liberadora de educación y comunicación popular. México. Instituto Mexicano e educación y comunicación.



HISTORIA

1. Álvarez, Miguel. 1997. Crónica de Guatemala. Banca Central. (Guatemala) 98-105. Oct./Dic.
2. Gaitán, Héctor. 1995. Centro Histórico de la ciudad de Guatemala. Guatemala: Artemis & Edinter.
3. Gaitán, Héctor. 1976. La ciudad que amaron los abuelos. La calle donde tú vives. (39):6-11
4. Móbil, José A. 1977. Historia del Arte Guatemalteco. Guatemala: Serviprensa Centroamérica.
5. Sifontes, Polo. 1993. Historia de Guatemala. Guatemala: CENALTEX
6. Sifontes, Polo. 1975. La ciudad de Guatemala: 200 años de vida. Juicios Universitarios (3): 12

PARQUES

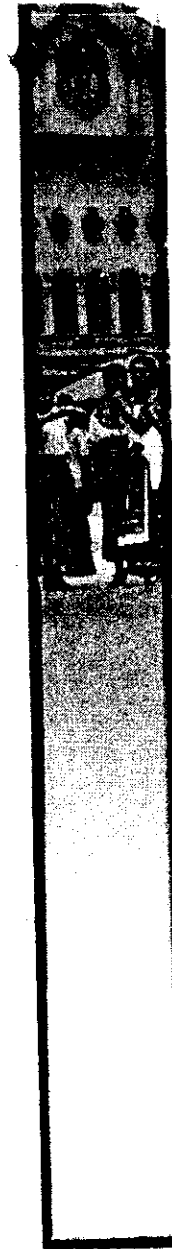
1. Andrade Abularach, Eduardo. 1982. Evolución de la plaza mayor en Guatemala. Tesis Arquitecto. Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Facultad de Arquitectura.
2. Ayala, Carlos y Luis Flores. 1995. La plaza mayor en la Nueva Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. CIFA-DIGI.
3. De León Rivadeneira, Ma. Magdalena. 1992. Parque urbano de Coatepeque. Tesis Arquitecto. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Arquitectura.
4. Hornquvist Arankowsky, Jorge William. 1989. Análisis de diseño de las plazas-parques en las micro-región oriental seca del país, propuesta de criterios de diseños. Tesis Arquitecto. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Arquitectura.
5. Morán Erazo, Anabella. 1985. Parques en la ciudad de Guatemala, estudios y mejoramiento de niveles de saneamiento. Tesis Ingeniero Civil. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ingeniería.
6. Reyna Chacón, Evelyn. 1992. Un sistema de parques para la ciudad de Guatemala. Tesis Arquitecto. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Arquitectura.

ONARIOS

cionario. Enciclopédico Larousse. 1997. México: Ediciones Larousse, S.A.
cionario. Enciclopedia Hispánica. 1991.
cionario. De la Real Academia. 1979: España:
e la Mota. 1988. Diccionario de la Comunicación. Madrid, España: Paraninfo.

DS

Jvarez Cajas, Víctor Manuel. 1988. Tamaño de la muestra: procedimientos usuales para su determinación. Tesis de maestría. México, Montecillos. Centro de Estadística y Cálculo. Colegio de Postgraduados.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
"Manifestaciones de Comunicación popular en los parques:
Plaza Mayor de la Constitución y Centenario"

IDENTIFICACION:

Sexo: F ___ M ___ Edad: 15-25 ___ 26-35 ___ 36-45 ___ 46 o

DIRECCION: _____

¿Sabe leer y escribir? Si ___ No ___

¿Dónde estudió hasta? Primaria ___ Básicos ___ Diversificado ___ Universidad ___

¿A qué viene al parque? Puede responder varias opciones.
Descansar ___ Platicar ___ Jugar Lotería ___ Aprender ___
Conocer personas ___ Conocer su suerte ___ Leer las cartas ___ Oír al pastor
Evangelico ___ Oír música ___ Comprar ___
Escuchar candidatos políticos ___ Divertirse _____

¿Qué está escuchando cuando está en el parque qué es lo que más le gusta escuchar?
Música ___ Algún pastor evangélico ___ Candidatos políticos ___
Adivinadores ___ Adivinadores ___ Otros ___

¿Con quién vino?
Solo ___ Algún familiar ___ Amigo ___ Compañero ___
Otro _____

¿Cuántas veces viene al parque?
Todos los domingos? ___ Dos veces a la semana ___ Una vez

Otra vez ___ Otro _____

¿Habla algún idioma? Si ___ No ___ Cuál?



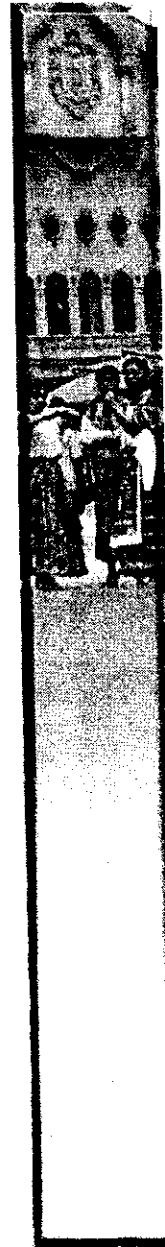
MANIFESTACIONES DE COMUNICACIÓN POPULAR EN LOS PARQUES.

8.) De dónde viene? Zona _____ ó Depto. _____ ó municipio _____

9.) Conoce usted, otros parques? Si ___ No ___

10.) Cuáles ha visitado?





ANEXOS

CUADRO No.1
 NUMERO Y PORCENTAJE DE VISITANTES AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO

EDAD	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	PORCENTAJE
	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE		
15-25	93	31%	107	36%	200	67%
26-35	12	4%	39	13%	51	17%
36-45	10	3%	13	4%	23	7%
46 o más	9	3%	17	6%	26	9%
TOTAL	124	41%	176	59%	300	100%

CUADRO No.2
 OCUPACION DE LOS VISITANTES AL PARQUE, SEXO FEMENINO POR EDAD, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA OCUPACION	FEMENINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +		
DOMESTICA	67	8	4	3	82	65%
MESERA	1	1	0	0	2	2%
OPERARIA MAQUILA	10	0	0	0	10	8%
OFICINISTA SECRETARIA	1	1	0	0	2	2%
AMA DE CASA	6	1	4	3	14	10%
INSPECCION FABRICA	1	0	0	0	1	1%
EMPRESA	1	0	0	0	1	1%
ESTUDIANTE	4	1	0	0	5	4%
DESEMPLEADA	1	0	0	1	2	2%
VENTAS	1	0	0	1	2	2%
COCINERA	0	0	1	0	1	1%
COSTURERA	0	0	1	0	1	1%
CULTORA DE BELLEZA	0	0	0	1	1	1%
TOTAL	93	12	10	9	124	100%

CUADRO No.3

OCUPACION DE LOS VISITANTES AL PARQUE, SEXO MASCULINO POR EDAD, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA OCUPACION	MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +		
ESTUDIANTE	11	0	0	0	11	7%
MESERO	2	1	0	0	3	2%
SEGURIDAD	11	1	2	0	14	8%
VENDEDOR	5	8	0	2	15	9%
FABRICA MAQUILA	30	3	1	0	34	19%
TECNICOS	8	0	1	2	11	7%
POLICIA -PNC-	1	2	0	0	3	2%
MILITAR	4	1	0	0	5	3%
ALBAÑIL	10	5	4	1	20	11%
AGRICULTOR	2	2	1	2	7	4%
AUXILIAR CONTA	1	0	0	0	1	0.3%
ENCARGADO TIENDA	1	0	0	0	1	0.3%
SERVIDOR PUBLICO	1	0	0	0	1	0.3%
ADMINISTRATIVO	4	3	0	0	7	4%
MENSAJERO	1	1	0	0	2	0.6%
BOTONES HOTEL	2	0	0	0	2	1%
COCINERO	1	0	0	0	1	0.3%
LIMPIEZA	1	0	0	0	1	0.3%
BODEGUERO	1	0	0	1	2	1%
CAJERO	1	0	0	0	1	0.3%
GUARDAESPALDAS	1	2	0	0	3	2%
FERRETERIA	1	0	0	0	1	0.3%
ZAPATERO	2	0	0	0	2	1%
BACHILLER	0	1	0	0	1	0.3%
TRADUCTOR JURADO	0	1	0	0	1	0.3%
DESEMPLEADO	0	3	0	0	3	2%
PILOTO BUS	0	2	1	0	3	2%
CONTADOR	1	0	0	0	1	0.3%
AUX. PANIFICADOR	1	0	0	0	1	0.3%
CARPINTERO	1	1	0	2	4	1%
AUX. GASOLINERA	0	1	0	0	1	0.3%
TOPOGRAFO	0	0	1	0	1	0.3%
FOTOGRAFO	0	0	1	0	1	0.3%
SASTRE	1	0	1	1	3	1%
JUBILADO	0	0	0	2	2	1%
PRENSISTA	0	0	0	2	2	1%
BARRENDERO	0	0	0	2	2	1%
LUSTRE	1	0	0	0	1	0.3%
SUPERVISOR BUSES	0	1	0	0	1	0.3%
TOTAL	107	39	13	17	176	100%

CUADRO No. 4

NUMERO Y PORCENTAJE DE PERSONAS QUE SABEN LEER Y ESCRIBIR, POR EDAD Y SEXO

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
SI	74	8	8	4	98	34	12	10	254	85%
NO	19	4	2	5	9	5	1	1	46	15%
TOTAL	93	12	10	9	107	39	13	17	300	100%

CUADRO No. 5

GRADO DE ESCOLARIDAD DE LOS VISITANTES AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
NO ESTUDIO	19	4	3	5	9	5	1	1	47	16%
PRIMARIA	64	5	5	4	48	15	8	9	158	52%
BASICOS	7	2	2	0	32	10	3	4	60	20%
VERSIFICADO	3	0	0	0	15	7	0	1	26	9%
UNIVERSIDAD	0	1	0	0	3	2	1	2	9	3%
TOTAL	93	12	10	9	107	39	13	17	300	100%

CUADRO No. 6

MOTIVOS POR LOS CUALES VISITAN EL PARQUE, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
DESCANSAR	65	10	8	5	74	23	13	13	211	27%
PLATICAR	44	6	5	1	52	13	3	5	129	17%
JUGAR LOTERIA	1	1	0	1	2	2	0	0	7	1%
APRENDER	6	0	0	0	3	3	0	1	13	2%
CONOCER PERSONAS	30	2	0	1	48	9	4	2	102	13%
CONOCER SU SUERTE	4	0	1	1	4	2	1	1	14	2%
LEER LAS CARTAS	6	1	2	0	9	0	0	0	18	2%
OIR ALGUN PASTOR	22	3	5	1	22	8	2	3	66	8%
OIR MUSICA	15	3	3	1	32	7	4	2	67	8%
COMPRAR	15	1	3	0	11	3	1	1	35	5%
OIR POLITICO	2	1	1	1	5	2	0	1	13	2%
DIVERTIRSE	27	38	2	46	4	3	5	7	102	13%
TOTAL	237	300	30	88	38	31	17	36	777	100%

CUADRO No. 7

MENSAJES QUE LOS VISITANTES PREFIEREN ESCUCHAR EN EL PARQUE, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
MUSICA	44	5	8	3	82	14	5	8	147	36%
RELIGIOSO	43	6	6	7	50	15	6	4	137	33%
POLITICO	1	0	0	1	8	2	2	1	15	4%
VENTAS	7	1	0	0	14	3	2	1	28	7%
HOROSCOPO/OTROS	5	9	0	0	0	1	0	0	16	4%
OTROS	16	5	1	1	18	13	6	6	66	18%
TOTAL	114	17	15	12	181	48	22	20	409	100%

CUADRO No. 8

COMPAÑIA DE LOS VISITANTES AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
SOLO	12	2	1	6	27	12	10	14	84	27%
SIN FAMILIAR	38	5	7	2	24	13	3	4	96	31%
AMIGO	42	5	1	1	54	11	0	0	114	37%
PAÑERO TRAB.	1	0	1	0	3	1	0	0	6	2%
OTRO	2	0	0	0	2	6	0	0	10	3%
TOTAL	95	12	10	9	110	43	13	18	310	100%

CUADRO No. 9

FRECUENCIA DE VISITA AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
6 DOMINGOS	39	1	3	5	36	10	5	5	104	35%
2 VECES X SEMANA	1	1	0	0	3	0	1	2	8	3%
1 VEZ AL MES	23	3	3	0	17	10	2	2	60	20%
RARA VEZ	14	5	2	0	19	10	5	5	60	20%
OTROS	16	2	2	4	32	9	0	3	68	22%
TOTAL	93	12	10	9	107	39	13	17	300	100%

CUADRO No.10

NUMERO Y PORCENTAJE DE VISITANTES AL PARQUE QUE HABLAN IDIOMAS MAYAS U OTROS, POR EDAD Y SEX

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCEN
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
SI	34	2	5	1	23	10	4	3	80	27%
NO	59	10	7	8	84	29	9	14	220	73%
TOTAL	93	12	10	9	107	39	13	17	300	100

CUADRO No.11

IDIOMAS MAYAS Y OTROS DE LOS VISITANTES AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCEN
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
QUICHE	0	0	0	1	5	2	0	1	9	12%
TZUTUHL	0	0	0	0	2	1	0	0	3	4%
POCTI	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1%
CANJOBAL	1	0	0	0	1	0	1	0	3	4%
MAM	17	1	1	0	7	2	0	0	28	38%
ACHI	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1%
POCOMAM	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1%
KECKCHI	2	1	0	0	1	0	2	0	6	8%
IXIL	1	0	0	0	1	0	0	0	2	3%
QUECKCHI	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1%
POCONCHI	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1%
CACKCHIQUEL	4	0	1	0	3	1	0	1	10	14%
INGLES	0	0	0	0	0	3	3	0	6	8%
FRANCES	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1%
NO CONTESTO	0	0	0	0	0	1	0	1	2	3%
TOTAL	26	2	2	1	26	11	4	3	75	100

CUADRO No.12

RESIDENCIA Y/O PROCEDENCIA DE VISITANTES AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

ESPUESTA CANT. DEPTO.	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
1	7	0	1	1	15	4	1	2	31	11%
2	3	0	0	0	2	1	0	0	6	2%
3	3	0	1	0	6	0	0	2	12	4%
4	0	1	0	0	1	1	0	0	3	1%
5	3	1	0	1	3	2	0	1	11	4%
6	1	0	1	1	4	3	1	0	11	4%
7	7	2	1	1	15	1	2	2	31	11%
8	1	0	0	0	2	0	0	1	4	1%
9	1	0	2	0	1	0	0	0	4	1%
10	5	1	0	0	1	2	0	0	9	3%
11	9	0	0	1	3	1	0	1	15	5%
12	6	0	1	2	6	4	1	0	20	7%
15	4	0	0	0	2	0	1	0	7	2%
16	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
17	3	0	0	0	1	0	0	0	4	1%
18	6	2	1	1	6	5	0	1	22	7%
19	1	3	0	0	7	4	0	0	15	5%
21	3	0	0	0	0	0	0	1	4	1%
ICHCASTENANGO	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
JUTIAPA	0	0	0	0	3	1	0	0	4	1%
IEHUETENANGO	2	0	0	0	4	0	0	0	6	2%
AN MARCOS	11	0	0	0	8	0	1	0	20	7%
ETZALTENANGO	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0.6%
N LUCAS TOULMAN	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0.6%
ANTA ROSA	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
WA VERAPAZ	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
SOLOLA	1	0	1	0	0	1	0	0	3	1%
CATEPEQUEZ	1	0	0	0	0	2	0	1	4	1%
ZACAPA	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0.6%
CHIQUMULA	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0.3%
IMOSTENANGO	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0.3%
QUICHE	2	0	0	0	0	0	2	0	4	1%
QATEPEQUE	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0.3%

CONTINUACION CUADRO No. 12

JALAPA	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0.6%
TOTONICAPAN	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6%
COBAN	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0.6%
VILLA CANALES	0	0	0	0	1	1	0	1	3	1%
VILLA NUEVA	2	0	0	0	3	0	0	0	5	2%
BARCENAS	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
CIUDAD QUETZAL	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
MIXCO	4	1	2	0	3	1	1	0	12	4%
SAN BARTOLO	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
BOCA DEL MONTE	2	0	0	0	1	0	1	0	4	1%
STA. CATAR. PINULA	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0.3%
AMATITLAN	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0.6%
CHANTLA	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0.3%
CARRET. SALVADOR	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3%
SAN JOSE PINULA	2	1	0	0	0	0	0	0	3	1%
TOTAL	96	13	11	9	107	39	13	17	305	100%

CUADRO No.13

NUMERO Y PORCENTAJE DE PERSONAS QUE CONOCEN OTROS PARQUES, POR EDAD Y SEXO

RESPUESTA	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENTAJE
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
SI	43	8	5	7	60	27	10	16	176	59%
NO	50	4	5	2	47	12	3	1	124	41%
TOTAL	93	12	10	9	107	39	13	17	300	100%

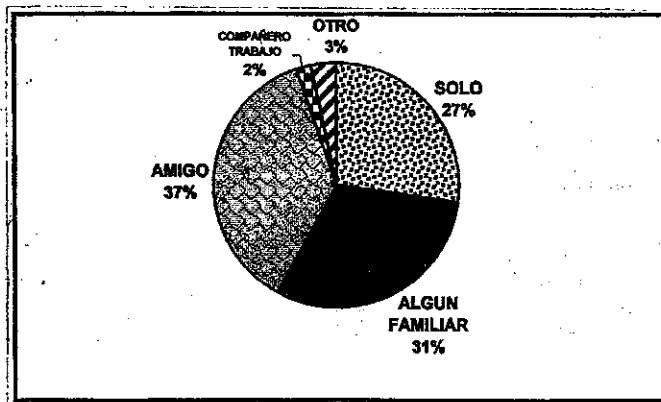
CUADRO No.14

OTROS PARQUES VISITADOS POR LAS PERSONAS ENCUESTADAS, POR EDAD Y SEXO, NUMERO Y PORCENTAJE

RESPUESTA PARQUE	FEMENINO				MASCULINO				TOTAL	PORCENT
	AÑOS				AÑOS					
	15-25	26-35	36-45	46 o +	15-25	26-35	36-45	46 o +		
INDUSTRIA	10	2	2	0	26	4	2	3	49	15%
COLON	17	4	2	3	36	11	3	10	66	27%
CONCORDIA	12	5	2	3	20	12	5	6	65	21%
MORAZAN	3	0	0	1	4	6	0	4	18	6%
SAN SEBASTIAN	1	0	1	2	7	6	1	2	20	7%
CERRITO DELCARMEN	1	1	1	0	2	2	2	2	11	3%
LA PARROQUIA	0	0	0	0	1	0	0	2	3	1%
LAS LOMAS	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
EL HIPODROMO	4	1	0	1	1	2	1	0	10	3%
PLAZA BERLIN	1	0	0	0	1	0	0	2	4	1%
MIXCO	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
VILLA NUEVA	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0.6%
OBELISCO	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0.6%
ZONA 11	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0.6%
SAN PEDRITO	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
LA VILLA	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.3%
LA AURORA	1	0	1	0	0	0	1	2	5	2%
LAS AMERICAS	0	0	0	0	0	0	1		1	0.3%
DEMOCRACIA	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0.6%
SANTA ISABEL	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0.6%
PLAZUELA ESPAÑA	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3%
IRTRA	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0.6%
NAVIDAD	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0.3%
TODOS CAPITAL	0	0	0	0	1	2	0	0	3	1%
DEPARTAMENTALES	10	0	0	0	3	4	4	4	25	8%
TOTAL	62	14	9	11	105	54	22	41	318	100%

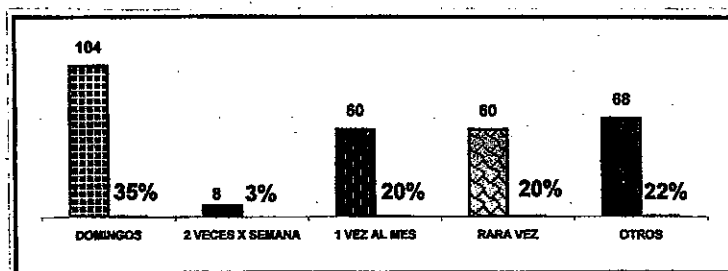
GRAFICA 1

**COMPANÍA DE LOS VISITANTES AL PARQUE,
(FEMENINO Y MASCULINO), EN PORCENTAJE**



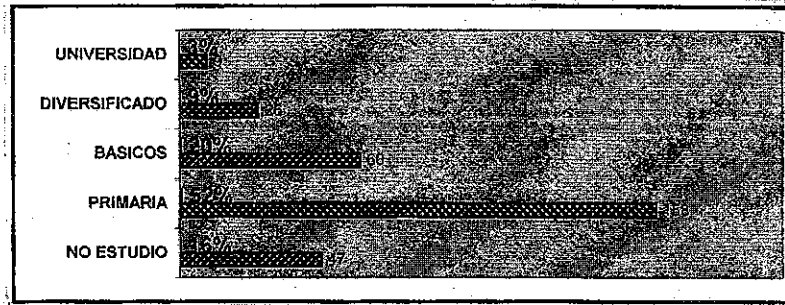
GRAFICA 2

**FRECUENCIA DE VISITA AL PARQUE,
(FEMENINO Y MASCULINO)
EN NUMERO Y PORCENTAJE**



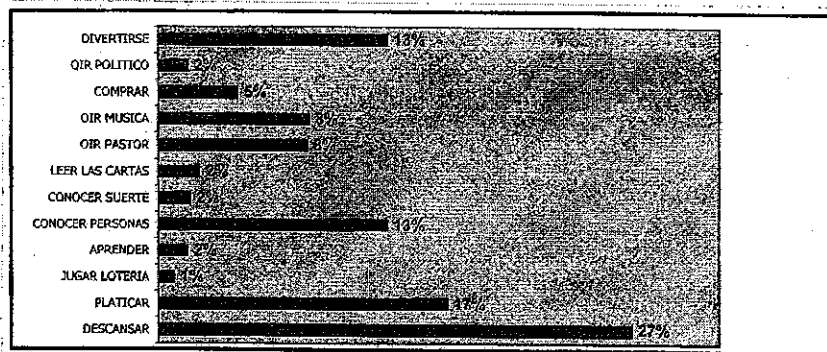
GRAFICA 3

GRADO DE ESCOLARIDAD DE LOS VISITANTES AL PARQUE,
SEXO MASCULINO Y FEMENINO, EN PORCENTAJE



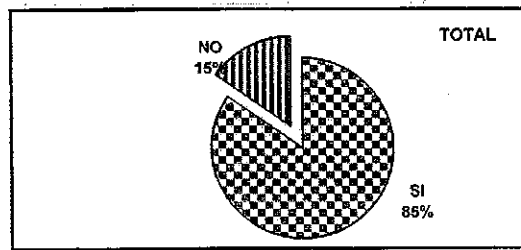
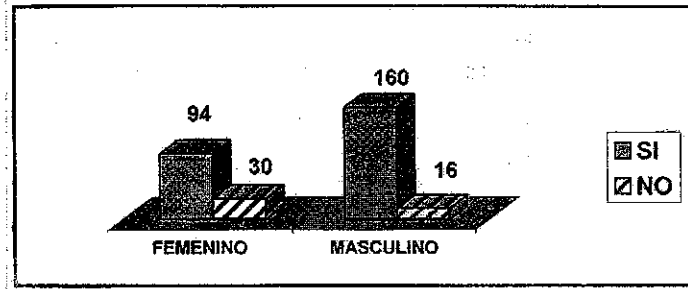
GRAFICA 4

MOTIVOS POR LOS CUALES VISITAN EL PARQUE,
(SEXO MASCULINO Y FEMENINO), EN PORCENTAJES



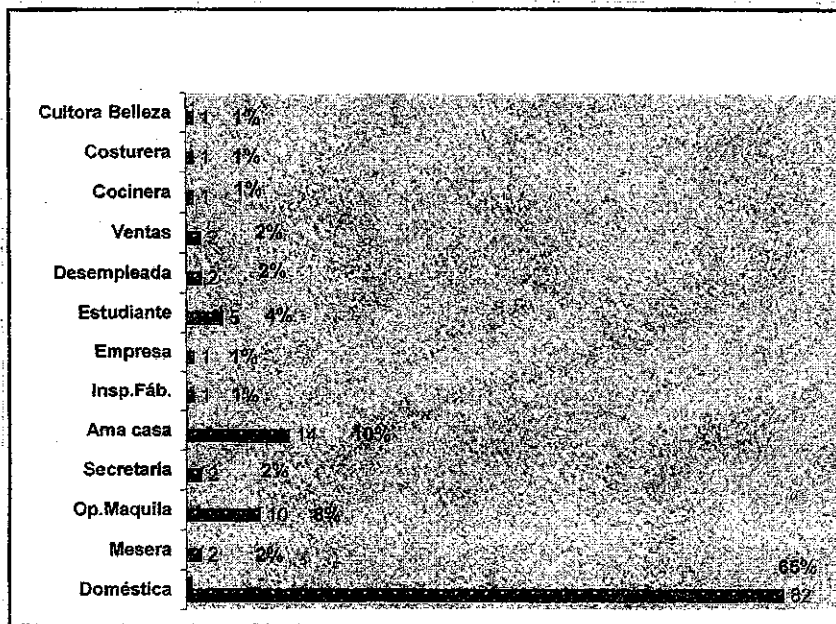
GRAFICA 5

NUMERO Y PORCENTAJE DE PERSONAS
(Sexo Femenino y Masculino) QUE SABEN LEER Y ESCRIBIR



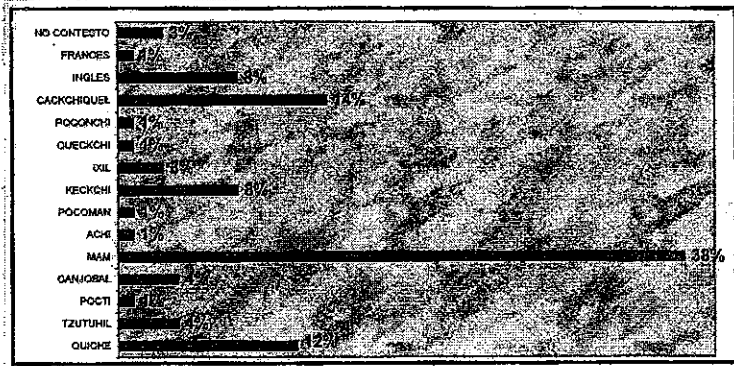
GRAFICA 6

OCUPACION DE LAS VISITANTES AL PARQUE,
(SEXO FEMENINO), EN NUMERO Y PORCENTAJE



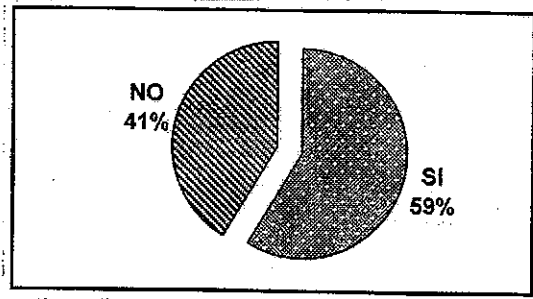
CUADRO 7

IDIOMAS MAYAS Y OTROS DE LOS VISITANTES
AL PARQUE, (SEXO MASCULINO Y FEMENINO) EN PORCENTAJES



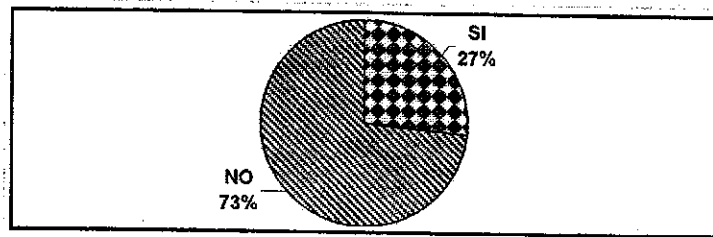
GRAFICA 8

**NUMERO Y PORCENTAJE DE PERSONAS
(Masculino y Femenino), QUE CONOCEN OTROS PARQUES**



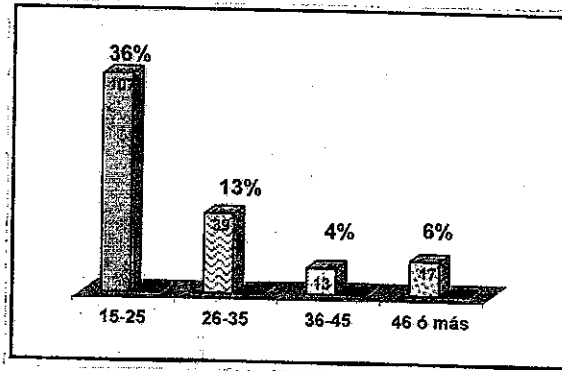
GRAFICA 9

**PORCENTAJE DE VISITANTES AL PARQUE QUE HABLAN
IDIOMAS MAYAS U OTROS (Femenino y Masculino)**

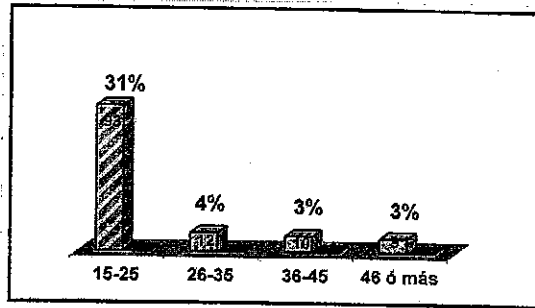


GRAFICA 10

NUMERO Y PORCENTAJE DE VISITANTES AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO



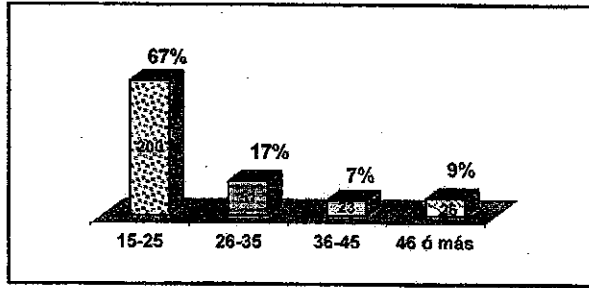
SEXO MASCULINO



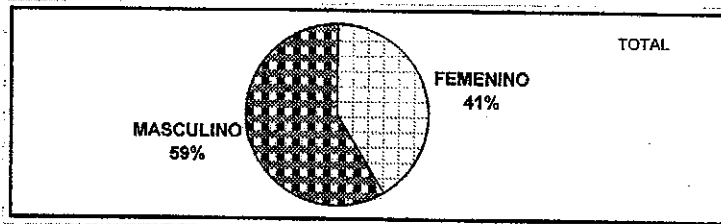
SEXO FEMENINO

GRAFICA 10

**NUMERO Y PORCENTAJE DE VISITANTES
AL PARQUE, POR EDAD Y SEXO**



**TOTAL Y PORCENTAJES
POR EDAD, AMBOS SEXOS**



TOTAL