



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

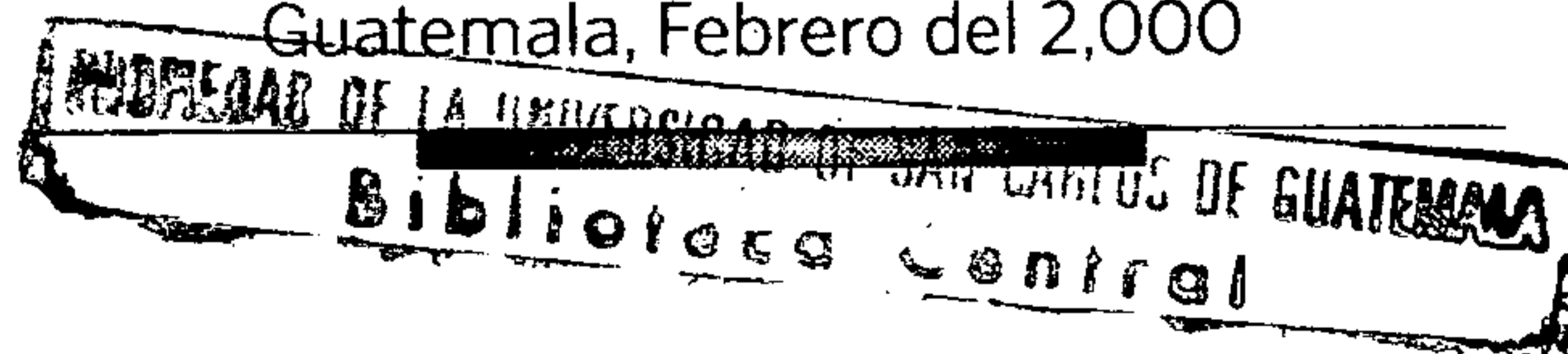
Tesis
**Efectos de la Comunicación Alternativa
en Amatitlán**

Presentado por
Glenda Yvette Aguilar Aguilar

Previo a optar el Título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora
Licenciada Miriam Isabel Yucuté Muralles

Guatemala, Febrero del 2,000



Dh
16
T(201)

***Director de la Escuela de Ciencias
de la Comunicación***

Dr. Wagner Díaz Chuscó

Comisión Directiva Paritaria

Representantes Docentes:

Dr. Wagner Díaz Chuscó
Lic. César Augusto Arízar
Lic. Oscar René Paniagua

Representantes Estudiantiles:

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

Secretaria:

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles

Tribunal Examinador:

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles (Presidenta)
Licda. María del Rosario Loarca
Lic. César Paíz
Dr. Wagner Díaz Chuscó
Lic. Lesvia Morales
Lic. Donald Vasquez (Suplente)



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 22 de marzo de 1,999
ECC 331-99

Señorita estudiante
Glenda Yvette Aguilar Aguilar
Esc. Ciencias de la Comunicación

señorita estudiante:

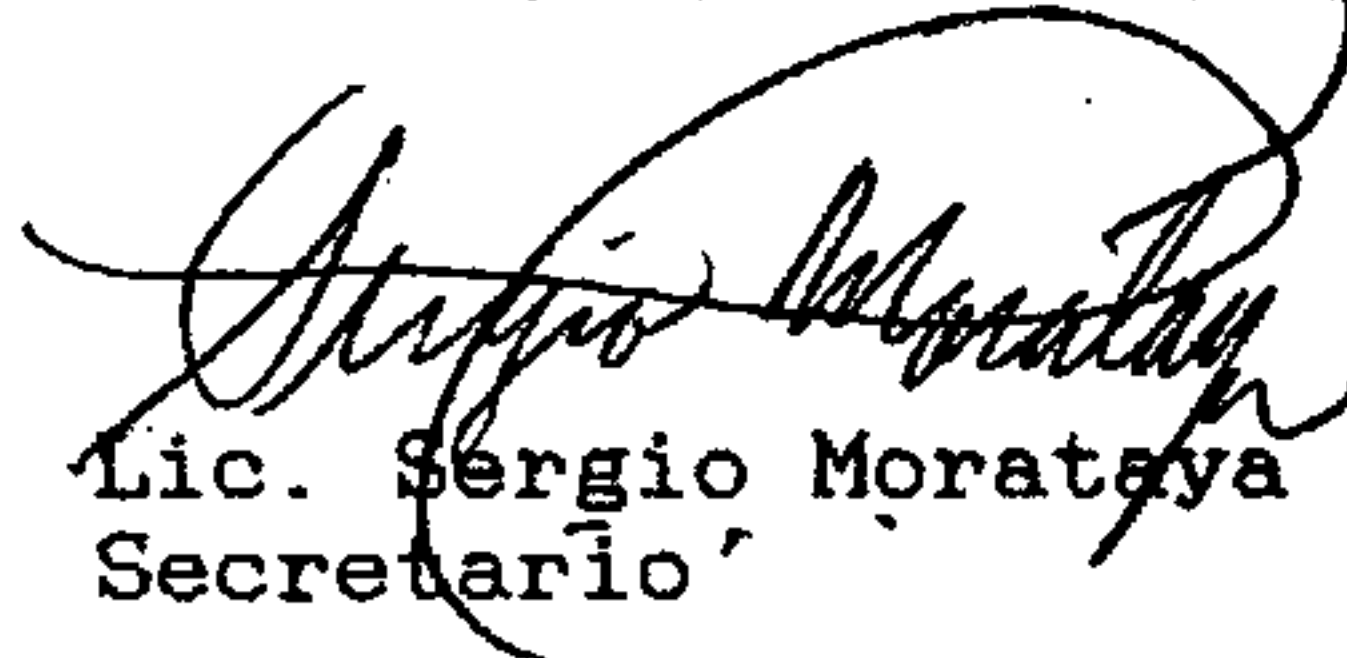
Para su conocimiento y efectos, me permito transcribirle lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.4, del Punto SEGUNDO, del Acta No. 9-99 de sesión celebrada el 15 de marzo de 1,999.

"SEGUNDO:... 2.3...

Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: Aprobar a la estudiante Glenda Yvette Aguilar Aguilar, Carnet No. 9417112, el trabajo de tesis: EFECTOS DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA EN LA POBLACION DE LA CABECERA MUNICIPAL DE AMATITLAN. b) Nombrar como asesora a la Licda. Miriam Isabel Yucuté."

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Sergio Morataya
Secretario



SM/lm



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

Guatemala, 15 de febrero de 2000
ECC-94-00

Señorita
Glenda Yvette Aguilar Aguilar
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 25.4 Punto VIGESIMO QUINTO, Acta 05-00 de sesión celebrada el 07-02-00.

"VIGESIMO QUINTO:.....25.4:... 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 licenciados Miriam Yucuté, (presidenta), César Paiz y María del Rosario Estrada de Loarca, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de(a) estudiante: **GLENDA YVETTE AGUILAR AGUILAR**, Carné No. 9417112 cuyo título es: "EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN AMATITLAN."

Atentamente,

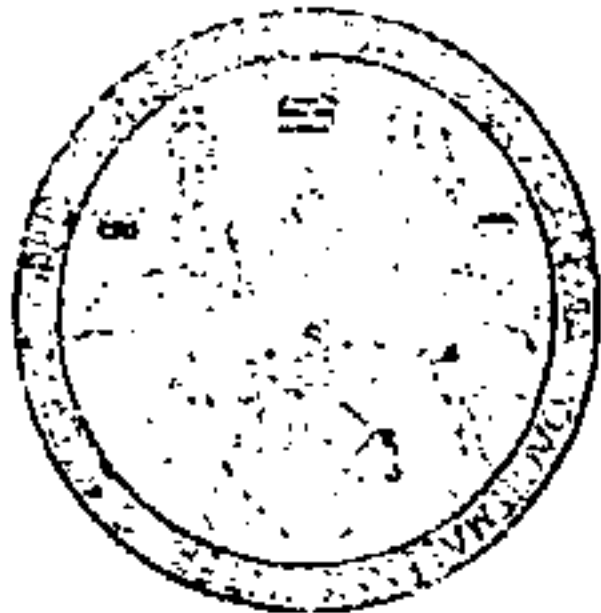
"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Miriam Yucuté
Licda. Miriam Yucuté
Secretaria

MY/rmw

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 2 de marzo de 2000

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____
Glenda Yvette Aguilar Aguilar

Carnet No. 9417112 _____, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____
Efectos de la Comunicación Alternativa en Amatitlán

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Miembro Comisión Revisora
César Paíz

Miembro Comisión Revisora
María del Rosario Loarca

Presidente Comisión Revisora
Miriam Yucuté Muralles

cc/estudiante
archivo
correlativo



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

Guatemala, 14 de marzo de 2000
ECC-329-00

Señorita
Glenda Yvette Aguilar Aguilar
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 11.6 Punto DECIMO PRIMERO, Acta No.09-00 de sesión celebrada el 06 de marzo de 2000.

"DECIMO PRIMERO:...11.6:...Comisión Directiva Paritaria ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: "EFECTOS DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA EN AMATITLAN", presentado por la estudiante **GLENDA YVETTE AGUILAR AGUILAR**, Carné No.9417112, 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: Dr. Wangner Díaz. Licda. Lesvia Morales (titulares) y Lic. Donald Vásquez (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Licda. Miriam Yucuté (Presidenta), Lic. César Paiz y Licda. María del Rosario Estrada, 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"


Licda. Miriam Yucuté
Secretaria

SM/rmr
CC.Tesis

*Para efectos legales,
sólo la tesinada es responsable
del contenido de este trabajo.*

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Un sincero agradecimiento...

...pues desde que reflexiono, he tomado el tiempo necesario para sentarme en silencio y escuchar como Dios me habla y me demuestra con acciones lo mucho que me ama. Con un soplo de vida dio origen a mi existencia, guiada ésta por el ejemplo de los mejores maestros Luis Alberto y Ana María los seres que le dan sabor a mi vida y a quienes debo mi esencia como mujer y ahora como profesional. Gracias a ellos tengo a dos buenos compañeros a Dicinio Alberto y Diana Yasmin por quienes trato de ser el modelo de hermana que siembre en ellos el amor, la justicia y el servicio social. A los cuatro más importantes en mi vida sumo a Mami Leonor el pilar de nuestros hogares, a los tres viejitos que están ante la presencia de Dios, a mis tíos, primos y buenos amigos con quienes he compartido y comparto grandes momentos, a mi hermana Karin Yessenia y a sus Padres a quienes quiero y respeto por amar a quienes amo, ustedes son el regalo preciado que Dios me concede, son mi inspiración para alcanzar uno de mis máximos anhelos, ser una Profesional Universitaria.

Con clara certeza sé que no podría llegar a la meta sin el apoyo de infinidad de personas que me han brindado la mano en este largo trayecto. Entre estas personas se encuentran mi amiga, la Comunicadora Social Miriam Yucuté, mi asesora, fortaleza y soporte, quien me enseño que un buen trabajo no se realiza con un simple deseo, se realiza con la constancia, perseverancia y la plena confianza de lo que se sabe y se puede igracias Licenciada!. Agradezco a la Psicóloga y compañera de trabajo Heidy Grajeda por su asesoría en el área de psicología parte de esta investigación, Heidy gracias por la paciencia. Gracias a mis más que compañeros univertitarios a Marvin, mi hermano inseparable; a Ana Lu, mi querida pelusa; a Sandra, la canche incomparable; a Cecy, mi super amiga; a Sully, la pilas de la clase; a Malfy, la señora del grupo; a Barbara, Chejo, Jenny, Ale, Karla, Lestón, Santi, Raulito, Erick ¡Que compañeros!. Va mi agradecimiento a los Catedráticos, luz de enseñanza, Licenciados Miriam Yucuté, Carlos Velásquez, Jairo Alarcón, Wagner Díaz, Douglas Barrillas, María del Rosario Loarca, Walter Contreras, Hector Camargo, Walter Hernández, Arturo Abril, Julio Moreno, Donald Vasquez, Ana Ligia Segura y todos con quienes compartí mi vida estudiantil universitaria.

Gracias a Luis Pivaral, su calidad de amigo es incomparable; a Rodolfo de León, mi gran compañero de lucha; a Aracelly Mérida, su orientación y las tesis prestadas fueron de gran ayuda, a Judith Palencia, por ayudarme a armar el rompeproyecto de tesis; a Sergio Morataya, que

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

ayudota con la compu, buena onda primo; a Douglas Barrillas, Miss Amatitlán le agradece la buena sintonía; a Paola Arguijo y Ronald Gonzalez, buena onda por la manita moral siempre precisa; a los Directores de los medios de comunicación en Amatitlán Arturo Echeverría, César Gutierrez, Mario Aceituno, por el apoyo para que este estudio sobre la comunicación alternativa en amatitlán sea una realidad y sobre todo un beneficio para nuestra comunidad; a Felipe Zaghi, Edgar Sajquin del INE y el Arquitecto Victor Alvarez, sus conocimientos estadísticos estan aplicados en este trabajo; a Dicinio, Diana, Barbara y Nancy Aguilar, Karin Orellana, Carolyn Palacios, Kenya y Julio Toto, Erick Rodríguez, Cristel y Odra Galindo, el trabajo de campo se lo debo a ustedes, buena onda patojos; a Mami Ana, a Fernando y Dora de PC Macro; Lis y Faby Ríos, la compu fue de mucha ayuda, justa y necesaria; a Don Victor Hugo y Maga, los libros, su colaboración y paciencia enriquecieron este trabajo; al Ingeniero Herbert Asencio, por la plena disposición y colaboración, tus conocimientos de metodología y estadística estan aplicados en la investigación ilos croquis quedaron a todo dar!; a Maco Pineda, gracias por el folletito; a Efrain Guzman, historiador amatitlaneco de quien recibí valiosa información; a Jorge Gil, coky, la encuesta costo pero fue un éxito; a Mynor Alvarez, la originalidad de las gráficas es su mérito.

Un sincero agradecimiento a todos ustedes por ser el pilar fundamental de este triunfo, con este sincero agradecimiento termino recordando lo que dijo Eleonor Roosevelt "el futuro es para los que creen en la belleza y poder de sus sueños".

La tesinada

Una breve reseña...

De tiempo atrás he tenido la inquietud de realizar un estudio relacionado con los efectos de los medios pioneros de la comunicación alternativa en Amatitlán, estudio cuyo principal objetivo fuese el proporcionar elementos teóricos y metodológicos que evidencien toda la influencia y por consiguiente los efectos de estos medios sobre la población amatitlaneca.

Los elementos teóricos aquí planteados determinan las bases de la investigación pues exponen los antecedentes, los conceptos, las leyes y las categorías que definen a Amatitlán, a la comunicación, a sus medios, en este caso el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión y a los efectos de dichos medios.

La teoría ha precisado la posición con que se asume el siguiente problema ¿cuáles son los efectos de la comunicación alternativa en la población de la cabecera municipal de amatitlán?, además, identifica los límites teóricos que permiten establecer los conceptos necesarios para clasificar el conocimiento.

A estos elementos teóricos le complementan los elementos metodológicos que persiguen la reflexión del receptor en cuanto a una autoevaluación de la importancia e influencia de los medios locales y los efectos que éstos le provocan en su papel de receptores del mensaje.

En la metodología se aplica un conjunto de técnicas y procedimientos para resolver el problema planteado. La entrevista, el monitoreo de contenido y programaciones y la encuesta fueron los instrumentos utilizados para obtener datos reales y necesarios para la verificación de los objetivos planteados.

Es de plena satisfacción expresar que el deseo latente de mostrar una reseña de Amatitlán, de los medios pioneros en comunicación alternativa y los efectos que éstos provocan en el receptor amatitlaneco se ha logrado gracias a la aplicación de la teoría y la práctica, elementos que combinados alcanzan los objetivos de esta investigación.

Esperando que la presente sea de utilidad para todo ser humano, incluidos aquí los amatitlanecos y estudiantes de ciencias de la comunicación, dejo como legado el estudio Efectos de la comunicación alternativa en la población de la cabecera municipal de Amatitlán.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Resumen

Problema

¿Cuáles son los efectos de la comunicación alternativa en la población de la cabecera municipal de Amatitlán?

Objetivos

General

Conocer los efectos de la comunicación alternativa en la población de la cabecera municipal de Amatitlán.

Específicos

Establecer los temas tratados por el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión.

Establecer a qué temas los medios le brindan mayor relevancia.

Determinar si el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión cambian el comportamiento del receptor.

Establecer en qué medida o grado cambian el comportamiento del receptor.

Determinar si el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión enriquecen el campo del saber del receptor.

Establecer en qué áreas del campo del saber han enriquecido el conocimiento del receptor.

Método

Método Descriptivo

Sujetos de estudio

Hombres y mujeres, entre 15 y 64 años de edad, con ocupación y profesión variada, que habiten en los cantones San Antonio, El Rosario, La Cruz, Ingenio, Amanecer, San Lorenzo, San Juan y Hospital de la cabecera municipal de Amatitlán.

Instrumentos

Técnicas de: Recopilación bibliográfica y documental.

Encuesta con cuestionario estructurado con combinación de preguntas cerradas y abiertas.

Monitoreo de contenido y programaciones a los medios de comunicación alternativa.

Técnica de Muestreo

Muestreo Probabilístico Estratificado

Tabulación de Datos

Los datos fueron tabulados según los bloques encuestados por cantón. 25 encuestas por 8 cantones para un total de 200 encuestas realizadas en la cabecera municipal de Amatitlán

Análisis e Interpretación de Datos

El 60% (120) de los encuestados es de sexo femenino, en tanto el 40% (80) restantes pertenecen al sexo masculino. De acuerdo a datos obtenidos los medios de comunicación alternativa de Amatitlán el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión sí enriquecen el campo del saber del receptor amatitlaneco especialmente en el área de la educación no formal. Se confirmó además, que estos medios sí cambian el comportamiento del receptor.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Indice

Capítulo I AMATITLAN

1. Etimología	35
2. Fundación	35
3. Ubicación geográfica, extensión territorial y límites	35
4. Topografía, altura, distancia y vías de comunicación	36
5. Hidrografía	36
6. Orografía	36
7. División Político-Administrativo	37
7.1. Area Urbana	37
7.1.1. Ciudad	37
7.1.2. Colonias	37
7.2. Area Rural	38
7.2.1. Aldeas	38
7.2.2. Caseríos	38
8. Integración Socioeconómica	39
8.1. Población	39
8.2. Población económicamente activa	39
8.3. Educación	39
8.4. Vivienda	40
8.5. Servicios públicos	40
9. Dimensión Cultural	41
9.1. Mengalas de Amatitlán	41
9.2. Puente de la Gloria	41
9.3. Artesanía Dulcera	42
9.4. Niño Dios de Amatitlán	43
9.5. Feria de la Cruz	43
9.6. Virgen del Rosario	44
9.7. Rezado de la Virgen	44
10. Medios de Comunicación Alternativa en Amatitlán	45
10.1. Mengala, el periódico de Amatitlán	45
10.2. F.M. Acuario, la voz de Amatitlán	55
10.3. Lago Televisión, la imagen de Amatitlán	65
11. Hablando de los medios de comunicación alternativa en Amatitlán	75

Capítulo II COMUNICACION

1. Comunicación	81
2. Elementos de la Comunicación y el Proceso Comunicativo	82
2.1. Emisor o Destinador	82
2.2. Receptor o Perceptor	82
2.3. Mensaje	82
2.4. Canal	83
2.5. Ruido	83
2.6. Retroalimentación	83
2.7. Contexto	84
3. Tipos de Comunicación	84
3.1. Comunicación Cercana o Bidireccional	84
3.2. Comunicación Distante	85
3.3. Comunicación Unidireccional	85
3.4. Comunicación Intrapersonal	85
3.5. Comunicación Interpersonal ó Interindividual	85
3.6. Comunicación de Elite	85
3.7. Comunicación de Masas	85
3.8. Comunicación Alternativa	85
4. Comunicación Masiva	86
4.1. Qué es la Comunicación Masiva	86
4.2. Características de la Comunicación Masiva	87
4.3. Medios de Comunicación Masiva	87
4.3.1. Medio Escrito "La Prensa"	87
4.3.2. Medio Escrito "La Revista"	88
4.3.3. Medio Auditivo "La Radio"	88
4.3.4. Medio Audiovisual "La Televisión"	89
4.3.5. Medio Audiovisual "EL Cine"	89
5. Comunicación Alternativa	90
5.1. Qué es la Comunicación Alternativa	90
5.2. Características de la Comunicación Alternativa	91
5.3. Medios de Comunicación Alternativa	91
5.3.1. Medio Escrito "El Periódico"	92
5.3.2. Medio Escrito "El Periódico Mural"	92
5.3.3. Medio Escrito "La Revista"	93
5.3.4. Medio Escrito "El Boletín"	93
5.3.5. Medio Escrito "El Mosquito"	93
5.3.6. Medio Escrito "El Afiche"	93
5.3.7. Medio Auditivo "La Radio"	94
5.3.8. Medio Auditivo "El Altoparlante"	94
5.3.9. Medio Audiovisual "La Televisión"	94
5.3.10. Medio Audiovisual "EL Cine"	95
5.3.11. El Arte	95

Capítulo III	EFFECTOS DE LA COMUNICACION	
1. Qué es Efecto		99
2. Manifestación de los efectos de la comunicación		100
2.1. Efectos en el campo del comportamiento o la conducta		100
2.2. Efectos en el campo del Saber		102
2.2.1. Area de la educación formal		102
a. Educación pre-Primaria		103
b. Educación Primaria		103
c. Educación Básica		103
d. Educación Media		103
e. Educación Universitaria		103
2.2.2. Area de la educación no formal		104
a. Educación Ambiental		104
b. Educación Artística		104
c. Educación Cívica		104
d. Educación Familiar		104
e. Educación a través de los Medios de Comunicación Social		105
f. Temática Deportiva		105
g. Temática Social		105
h. Temática Religiosa		106
i. Temática Educativa		106
j. Temática Cultural		106
2.3. Efectos en el campo de las actitudes y opiniones		106
2.4. Efectos en la órbita emocional		108
2.5. Efectos en la esfera psíquica profunda		108
3. Factores que participan en el Proceso de los Efectos		109
3.1. El emisor en el proceso de los efectos		109
3.2. El mensaje en el proceso de los efectos		110
3.3. Los medios en el proceso de los efectos		110
3.4. El receptor en el proceso de los efectos		111
4. Efectos de los Medios de Comunicación		111
4.1. Efectos del Medio Escrito		111
4.2. Efectos del Medio Radial		112
4.3. Efectos del Medio Televisivo		112
Capítulo IV	Metodología	115
Capítulo V	Análisis e Interpretación de Datos	127
Conclusiones		153
Recomendaciones		157
Bibliografía		159
Anexos		163

Indice de cuadros

Cuadro 1	
Datos generales de población en el Municipio de Amatitlan	39
Cuadro 2	
Datos generales de población en la Cabecera Municipal de Amatitlán.	39
Cuadro 3. Tabla 1	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de julio de 1998	48
Cuadro 3. Tabla 2	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de agosto de 1998	49
Cuadro 3. Tabla 3	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de octubre de 1998.	50
Cuadro 3. Tabla 4	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de noviembre de 1998.	51
Cuadro 3. Tabla 5	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de diciembre de 1998	52
Cuadro 3. Tabla 6	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de enero de 1999.	53
Cuadro 3. Tabla 7	
Monitoreo de Contendio. Mengala. Edición de febrero-marzo de 1999	54
Cuadro 4. Tabla 1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Lunes 14 de junio de 1999.	58
Cuadro 4. Tabla 1 1.1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Martes 15 de junio de 1999.	59
Cuadro 4. Tabla 2-2.1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Miércoles 16 de junio de 1999.	60
Cuadro 4. Tabla 3-3.1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Jueves 17 de junio de 1999.	61
Cuadro 4. Tabla 4-4.1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Viernes 18 de junio de 1999.	62
Cuadro 4. Tabla 5-5.1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Sabado 19 de junio de 1999.	63
Cuadro 4. Tabla 5-5.1	
Monitoreo de Programaciones. F.M. Acuario. Domingo 20 de junio de 1999.	64
Cuadro 5. Tabla 1-1.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Jueves 3 de junio de 1999.	68
Cuadro 5. Tabla 2-2.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Viernes 4 de junio de 1999.	69
Cuadro 5. Tabla 3-3.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Lunes 7 de junio de 1999.	70
Cuadro 5. Tabla 4-4.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Martes 8 de junio de 1999.	71
Cuadro 5. Tabla 5-5.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Miércoles 9 de junio de 1999.	72
Cuadro 5. Tabla 6-6.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Jueves 10 de junio de 1999.	73
Cuadro 5. Tabla 7-7.1	
Monitoreo de Programaciones. Lago T.v. Viernes 11 de junio de 1999.	74
Cuadro 6	
Hablando de los medios de comunicación alternativa en Amatitlán.	75
Cuadro 7	
Los primeros Periódicos	87

Indice de ilustraciones

Ilustración 1: Canton La Cruz	119
Ilustración 2: Canton Hospital	120
Ilustración 3: Canton San Lorenzo	121
Ilustración 4: Canton Ingenio	122
Ilustración 5: Canton San Juan	123
Ilustración 6: Canton Amanecer	124
Ilustración 7: Canton Rosario	125
Ilustración 8: Canton San Antonio	126

CAPITULO I

AMATITLAN

1. Etimología

El nombre de Amatitlán proviene de la combinación de los vocablos mexicanos *amat* que equivale a carta e *itlán* que equivale a ciudad. La unión de estos vocablos conforman la palabra Amatitlán, que equivale a *Ciudad de las Cartas o Ciudad de las Letras*.

La atribución de ciudad de las letras se debe al uso que le daban los indígenas Pokomames,¹ a la fibra y corteza de los árboles de amate, para escribir en ellos jeroglíficos y realizar pinturas. Se dice que el glifo de Amatitlán lo constituía un rollo de papel atado con mecatl.

2. Fundación

No existe documento alguno que indique la fecha exacta de la fundación de la ciudad de Amatitlán, mientras que no aparezcan datos fidedignos que demuestren lo contrario, dicha fundación se establece el 24 de junio de 1,549,² día de San Juan Bautista, patrono de Amatitlán.

3. Ubicación geográfica, extensión territorial y límites

Amatitlán, nombre geográfico oficial, es uno de los 17 municipios del Departamento de Guatemala. Ocupa el lugar de municipalidad en segunda categoría.

Su extensión territorial aproximada es de 204 kilómetros cuadrados.

Este municipio, limita al norte con Villa Nueva, Petapa y Villa Canales; al este con Villa Canales; al sur con Villa Canales (Guatemala), Palín y San Vicente Pacaya (Escuintla); al oeste con Santa María de Jesús (Sacatepéquez) y Magdalena Milpas Altas.

¹ Los indígenas de raza Pokomam fueron los primeros pobladores del territorio amatitlaneco.

² Algunos datos indican que en el año de 1,536 el territorio amatitlaneco ya era conocido con tal nombre.

4. Topografía, altura, distancia y vías de comunicación

Amatitlán es de topografía irregular, quebrada en un 65%, con pequeños valles, el mayor de éstos es ocupado por la cabecera municipal.³

Las alturas van desde 1,200 mts. hasta 2,500 mts. sobre el nivel del mar.

El municipio está ubicado en el kilómetro 26 carretera al pacífico. Cuenta con 4 vías de acceso, la primera, en el kilómetro 20 (entrada al parque nacional Naciones Unidas); la segunda, en el kilómetro 26 (entrada principal); la tercera, en el kilómetro 26 1/2 (entrada por la gasolinera ESSO) y la cuarta en el kilómetro 27 (entrada por la báscula), todas estas vías se encuentran en dirección al Pacífico.

5. Hidrografía⁴

Ríos	Quebradas	Lagunas
Michatoya	Agua de la Mina	De Calderas
Mico	Azacualpa	Panjequecho
	La Barranca	
Lago	Quitacalzón	
Amatitlán	Las Estacas	

6. Orografía

Sierras	Sierras	Sierras
El Filón	La Mariposa	Limón
La Montaña	La Cerra	Cardona
Mal Paso	Decorado	el Morlón
Hoja de Queso	La Mujer Dormida	La Pipa
Palencia	Silla de los Organos	Santa María
Chucurucho	El Cerrito	Taltique
La Pechera	La Pipa	Chococ
Pachalí	Panacoy	Grande
Chiquito	Chino	

Cerro
Monterrico

³ Véase folleto de consulta "Municipio de Amatitlán". Relaciones Públicas, Municipalidad de Amatitlán.

⁴ Véase Guzmán Monasterio, Efraín Alfredo. "Amatitlán 432". Editorial Impresos Industriales. Guatemala 1,981.

7. División Política-Administrativa

Amatitlán se divide en dos áreas. El área urbana, conformada por la ciudad (cabecera municipal que es la zona central) y colonias, y el área rural, integrada por aldeas y caseríos.

7.1. Area Urbana

7.1.1. Ciudad

Es la zona central del municipio, conformada por 8 cantones:

Ingenio	La Cruz	San Juan
Amanecer	San Antonio	Hospital
	El Rosario	San Lorenzo

7.1.2. Colonias

En el municipio existen 70 colonias. De éstas, 60 se encuentran autorizadas (con planos y expedientes establecidos), en tanto, 10 colonias aún no están autorizadas (no aparecen planos ni expedientes).

Las 60 colonias autorizada son:

Villa Alborada	El Recreo	Las Ninfas
Valle Verde 1 y 2	El Progreso 2	Sarita
San Francisco	La Ladrillera	Villa Sandy
El Calvario	San Lorenzo	San José 1 y 2
Chusita	Residencial del Centro	Lucita
González 1, 2 y 3	García	La Cruz
Ovando	Portacely	Blandón de Cerezo
San Juan Bautista	Contecsa	San Juan
Paraíso 1, 2 y 3	San Miguelito 1 y 2	Cerro el Cristo
Cerro Corado	San Marta	Lomas del Capitan
Las Moliendas	Los Almendros	Mi Ilusión 1 y 2
Villa Elenita	Las Minas	Concepción 1 y 2
Los Conacastes	El Pedregal	La Mariposa
Las Margaritas	San Jorge	Villa Fontana
Villa Fernanda	Bellos Horizontes	El Carmen
Lupita	Paraíso	Dos Bahías
El Prado 1 y 2	Almeda	Villas Venecia
Hernández	El Morlón	Lolita
Barraza	Villa Mercedes	El Progreso

Las 10 colonias no autorizadas son:⁵

San Rafael	La Unión	El Anís
El Timboque	Galilea	La Esperanza
Panorámicos	La Amistad	El Lago
Villa Alejandra		

7.2. Area Rural

Luego del área urbana se encuentra el área rural, conformada por aldeas y caseríos.

7.2.1. Aldeas

Son 14, entre las que están:

El Durazno	Las Trojes	Agua de la Mina
El Llano de Animas	Laguna Seca	San Carlos
El Pepinal	La Loma Larga	Calderas
El Cerrito	Tacatón	Mesillas Bajas
Los Humitos	El Eje Quemado	

7.2.2. Caseríos

Son 8, entre los que están:

El Rincón de Anís	El Chajil	Mesillas Altas
Manuelón	El Zapote	Casas Viejas
El Cerro	El Salitre	

Un dato importante es que la mayor parte del terreno del municipio es montañoso, ya que solamente la ciudad de Amatitlán y el caserío el Rincón de Anís quedan en terreno plano, el valle y los demás poblados (aldeas y caseríos) quedan sobre las estribaciones de las montañas que se asientan y circundan en el municipio y el lago.⁶

⁵ Véase Registro Municipalidad de Amatitlán. Departamento de Obras y Medio Ambiente. Amatitlán 1,990.

⁶ Guzmán, Efraín. 1,981: 18

8. Intregación Socioeconómica ⁷

8.1. Población

En sus amplias generalidades, Amatitlán cuenta con los siguientes datos poblacionales:

Cuadro 1

Área	Total	Hombres	Mujeres
Urbana	36,999	17,752	19,247
Rural	17,931	9,307	8,894
Total	59,930	26,789	28,141

Fuente: Censos Nacionales X de Población y V de Habitación. 1994.

A nivel particular la cabecera municipal de Amatitlán posee los siguientes datos poblacionales:

Cuadro 2

Hombres	Mujeres	0-5 años	7-14 años	15-64 años	65 y más	Total
9,864	10,746	3,744	3,766	12,128	972	20,610
Total de hogares en el área urbana 7,359						

Fuente: Censos Nacionales X de Población y V de Habitación. 1994.

8.2. Población económicamente activa

La población económicamente activa en Amatitlán se globaliza en un total de 18,018 habitantes, dedicándose éstos a diferentes ramas de actividad, entre ellas la agricultura, la pesca, el comercio por mayor y menor, la enseñanza, los servicios comunales, sociales y personales; existen además grupos de ocupación entre los que se encuentran los profesionales, los científicos e intelectuales, los empleados de oficina, los trabajadores de servicios y vendedores, los operarios, los artesanos y otros más.

8.3. Educación

De los 20,610 habitantes de la cabecera municipal de Amatitlán, 11,745 habitantes son alfabetas, 1,305 habitantes son analfabetas, en tanto 1,749 habitantes no tuvieron escolaridad.

⁷ El inciso 8 del capítulo I, Integración socioeconómica, se conforma por información obtenida de los Censos Nacionales: X de población y V de habitación. Instituto Nacional de Estadística INE. Guatemala, 1994.

8.4. Vivienda

En el área urbana existen 7,359 hogares, clasificados así: 6,404 casas formales, 48 apartamentos, 478 casas de vecindad, 412 casas improvisadas y 17 de otro tipo.

8.5. Servicios Públicos

- Agua Potable obtenida de un manatíal denominado el Barretal y de siete pozos mecánicos
- Drenajes
- Mercados municipales
- Rastros de ganado
- Cementerio General
- Hospital Nacional
- Hospitales Privados
- Centros Médicos particulares
- Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (I.G.S.S.)
- Centro de Salud
- Puesto de Salud

Entidades Sociales:

- Asociación de Amigos del Bosque
- Grupos de Boy Scout
- Asociaciones estudiantiles
- Comité y organizaciones de carácter religioso
- Fundalago
- Guardianes Ecológicos -Amatitlán-

Centros Educativos:

- Escuelas Nacionales de Educación primaria
- Colegios Privados de Educación Primaria
- Institutos de Segunda Enseñanza
- Colegios de Segunda Enseñanza
- Extensión Universitaria. Universidad Francisco Marroquín
- Academias de Corte y Confección
- Academias de Mecanografía
- Academias de Computación

9. Dimensión Cultural

9.1. Mengalas de Amatlán

Se les denomina Mengala a las mujeres amatitlanecas del tiempo de la colonia, quienes se identificaban por el uso de trajes compuestos de falda larga y blusa. Se sabe que usaban mengalas todas las mujeres de los estratos sociales existentes.

La mengala se distinguía por el uso de una falda, larga hasta el tobillo, de cuchillas, plegada con vuelo o volado, con dos o tres vuelos o con vuelo grande; una camisa de manga corta, al codo o larga, de estilo lisa o güicoy; un fustán que generalmente era de manta, enyuquillada o no; un apretador o sostén actual, elaborados con manta y con abotonadura hacia delante; un calzón de tela ordinaria o fina, adornados con encajes; un chal de colores o negros y botines.

Además del traje, utilizaban ornamentos personales como collares de colores, de uno, dos o tres hilos; cadenas y medallas de oro; aretes de oro y plata pues eran relativamente baratos; peinetas y listones para adornar su cabellera. Aunque las mengalas resplandecieron en época de la colonia, no es tan lejano el tiempo en que se veían deambular, por las calles de Amatlán a hermosas mujeres luciendo sus mengalas.

A causa del implacable tiempo, las mengalas originales han fallecido. En la actualidad, son algunas jóvenes amatitlanecas las que mantienen el firme deseo de conservar vivo el recuerdo de las mengalas, encargándose a través de vistosas estampas (presentaciones y bailes) de lucir como las mengalas originales.

9.2. Puente de la Gloria

El puente de la Gloria,⁸ reliquia arquitectónica, fue construido por los españoles, probablemente en 1,867. Este puente se encuentra ubicado sobre el río Michatoya, sirviendo a la cabecera municipal como lazo de unión con algunas aldeas y colonias del lugar.

Esta sólida construcción está sostenida por tres arcos que soportan su pesada estructura. Su diseño permite visualizar la perfecta simetría que culmina en puntos de diamantes.

El Puente de la Gloria se impone ante la vista de nativos y extraños, lastimosamente se deteriora por el frecuente paso de peatones, corredores y transportistas. La falta de aprecio y conocimiento del valor de esta joya colonial, por parte de algunos vecinos del lugar, impide que las autoridades municipales realicen a plenitud el trabajo de restauración, tarea que permite la conservación de este valioso tesoro nacional.

⁸ Declarado Monumento Nacional el 27 de noviembre de 1,967.

9.3. Artesanía Dulcera

Una de las principales tradiciones que se mantienen en la actualidad y que dá a conocer la esencia amatitlaneca es la artesanía dulcera.

Esta tradición tiene inicio en el año de 1,536.⁹ gracias a la fundación de ingenios de azúcar lo que tuvo como consecuencia una masiva producción de esta sustancia blanca y dulce.

En épocas pasadas y presentes, son las mujeres, en su mayoría, quienes se dedican a la práctica de esta artesanía, aunque no se descarta la importante participación del sexo masculino. Los artesanos dulceros dejan su vida en este trabajo y lo hacen con el objetivo primordial de obtener ingresos económicos para sostener a su familia, conservando con ello, tan rica tradición.

Los dulces típico más importantes son:

- **La Pepitoria:** proviene del fruto llamado pepitoria, que da una calabaza parecida al güicoy tierno de color verde con rayitas o líneas blancas, de forma alargada, similar a la forma de una sandía.

- **El Mazapán:** es una pasta hecha con almendras molidas y azúcar, varía de sabor según los ingredientes (algunas conservan cierto secreto).

- **La Chancaca:** junto con la pepitoria y el mazapán forman la trilogía dulcera, este dulce es reconocido como uno de los más antiguos y tradicionales dulces de Amatlán.

- **La Colación:** dulce típico Amatitlaneco, su nombre se utiliza en otros países para designar cierto tipo de dulces o confites.

La materia prima que se utiliza en la elaboración de las distintos dulces difieren según la propia clase del dulce.

Entre algunos puntos de distribución se encuentran: las casas de los productores, quienes promueven la venta a domicilio; el mercado municipal, que cuenta con ventas establecidas; las tiendas de la localidad, lugares donde se distribuye tan codiciado manjar y algunas áreas del lago de Amatlán, utilizadas como puntos estratégicos para que el visitante nacional y extranjero los adquieran.

⁹ Fecha en que Antonio Diosdado pide al cabildo tierras del valle de Amatlán para sembrar azúcar.

9.4. Niño Dios de Amatitlán

En el año de 1,635¹⁰ se inicia la devoción del niño Dios de Amatitlán. Dicha devoción nace en un pequeño poblado conocido como Pampichí o Pampichín (ciudad entre las flores). Sus pobladores, los indígenas de raza Pokomam le rinden gran devoción al niño que aparece en este territorio, cercano a la ribera de la laguna.

Existen dos datos concretos en cuanto a la procedencia del Niño.¹¹ Primero, que el santo niño de Betlem ya era conocido en el siglo XVII (y así lo nombra Francisco Antonio Fuentes y Guzmán en su Recordación Florida). Segundo, Domingo Juarros en su relación con San Juan Bautista dice: "tiene buen suelo, calles anchas y rectas, casas acomodadas, plaza bastante proveída, una Hermita del Calvario, iglesia matriz decente y capaz, en ella esta colocada cierta imagen del niño Jesús, a quien vienen a visitar en romería, de todos los poblados vecinos y aún los distantes, especialmente el primer domingo de mayo, en que se celebra su fiesta principal"

El niño Dios ha sido y es admirado por los fervientes seguidores de la religión católica. Esta imagen es considerada como una de las más bellas joyas religiosas que posee la parroquia central San Juan Bautista.

9.5. Feria de la Cruz

La Feria de la Cruz fue establecida para los días del 1 al 5 de mayo de cada año. Conforme el acuerdo del 25 de febrero de 1,893. La disposición del ejecutivo del 29 de Octubre de 1,938 dispuso que la fiesta de la pepesca y la mojarra, que de hecho se había venido celebrando el último domingo de diciembre, se trasladase para los primeros días del mes de mayo, fecha en que se conmemora la invención de la santa Cruz.

En la actualidad, la feria de la Cruz inicia en la última semana del mes de abril y finaliza en la primer semana del mes de mayo durando aproximadamente 10 días.

Esta feria popular está catalogada como una de las mejores fiestas a nivel nacional. En esta época, la ciudad y la ribera del río Michatoya son concurridas por visitantes nacionales y del extranjero. Como parte de las actividades de feria se encuentran eventos sociales como: la elección de la Flor de Mayo, reina de Amatitlán; bailes de inauguración y clausura de actividades; los eventos religiosos, siendo el principal la procesión terrestre y acuática del niño Dios de Amatitlán; los eventos deportivos, con la práctica particular de fútbol, basketbol y jaripeo y los eventos culturales, permitiendo a los sectores populares, ser parte de tan grande festividad.

¹⁰ Ya en esta fecha Thomas Gage, vicario de Amatitlán, hablaba de Pampichí y el Niño.

¹¹ Samayoa, Aracely. "Amatitlán, Tradiciones". Ediciones Loyola. 137 págs. Guatemala 1,984.

9.6. Virgen del Rosario

Desde el año de 1,696 es venerada, en el altar mayor de la iglesia parroquial San Juan Bautista, la imagen de la Virgen del Rosario.¹²

Después de haber recibido la imagen de la Virgen del Rosario, adoración permanente durante 210 años, el 10 de junio de 1,906 se incendia por un descuido; coincide por esa época el reclutamiento de tropas en Amatitlán, con el propósito de combatir a un ejército guatemalteco-salvadorenño que amenazaba con derrocar a don Manuel Estrada Cabrera.

Las tropas amatitlanecas se encomendaron a la Virgen del Rosario y aunque se dice que hubo cruentas batallas ningún amatitlaneco perdió la vida, regresando sanos y salvos al terruño.

Contaron los protagonistas que entre la humareda de la pólvora vieron a la patrona guiarlos con una bandera, hecho que puede tomarse como una vivencia religiosa, ya que se relaciona coincidentemente con el incendio de la imagen.

Luego de la catástrofe se redujo a carbón la venerada imagen, por lo que se formó un comité para su restauración, contratándose para tal tarea al escultor guatemalteco Julio Dubois.

Solemnemente, la imagen fue bendecida y proclamada, adicionándosele una bandera que porta actualmente (en la mano derecha) pues fue así como se les apareció a los combatientes en el hecho mencionado.

9.7. Rezado de la Virgen del Rosario

El Rezado de la Virgen del Rosario comprende 12 días, iniciándose las actividades en los últimos días del mes de diciembre y finalizando en los primeros días del mes de enero.

Esta festividad comprende actividades litúrgicas como el novenario, el rezo del rosario y la bendición de la Virgen del Rosario a los pobladores amatitlanecos con su recorrido por las calles principales de la cabecera municipal de Amatitlán.

El rezado de la Virgen es una gran festividad para los devotos católicos, quienes de formas diversas (con cohetes, música, quema de juegos pirotécnicos y muchas oraciones) demuestran su fe y adoración a la Virgen del Rosario.

¹² Samayoa Aracely. 1,984: 71-73.

10. Medios de Comunicación Alternativa en Amatitlán

En Amatitlán existen diversos medios de comunicación alternativa, entre los que están: una radio con frecuencia modulada la F.M. Acuario; un canal de televisión transmitido por circuito cerrado de cable Lago Televisión, la imagen de Amatitlán; dos periódicos mensuales Mengala, el periódico de Amatitlán y Nuestro Pueblo; la revista mensual Mengala, además, un pregonero con función estrictamente comercial Publimóvil comercial.

10.1. Mengala, el periódico de Amatitlán¹³

El 10 de julio de 1985 es registrado en la Dirección del Correo Nacional el periódico Mengala, nombrado así en homenaje a las mujeres provincianas amatitlanecas de la época de la colonia.

Con 13 años de existencia, el periódico mengala forma parte de los medios de comunicación alternativa en Amatitán.

Su creador y director general, el Periodista Arturo Echeverría, crea el periódico Mengala con dos objetivos primordiales, primero, llenar el espacio vacío del desaparecido periódico "Comentarios y Vanidades"; segundo, mantener informada a la población sobre temas de interés locales creando así un archivo de los acontecimientos en la comunidad.

Echeverría indica lo siguiente "pretendo dejar grabada la historia de Amatitlán, dando a conocer las costumbres y tradiciones del pueblo para que las futuras generaciones conozcan, a través de la mancha impresa, lo que ha acontecido en el lugar".

El periódico mengala se edita mensualmente. Cuenta con un tiraje de 1,500 ejemplares,¹⁴ 3,000 en épocas especiales. El contenido del periódico abarca de 8 a 12 páginas, según el tamaño de la información recabada, por ejemplo, las ediciones del mes de julio, agosto, octubre y diciembre del 98' poseen 8 páginas de contenido, en tanto las ediciones del mes de noviembre del 98' y enero, febrero y marzo del 99' poseen 12 páginas de información.¹⁵ Esta nota reafirma que el número de páginas depende del volumen de la información.

¹³ Entrevista a Arturo Echeverría, director general del periódico Mengala. Amatitlán 06 de enero de 1999.

¹⁴ Los ejemplares del periódico Mengala son gratuitos.

¹⁵ Datos obtenidos del monitoreo de contenido del periódico Mengala. Ediciones de julio de 1998 a marzo de 1999.

La noticia, la entrevista y el reportaje forman parte del contenido informativo del periódico, en tanto, el editorial, la columna y el artículo integran el contenido de opinión.

Para comprender tal clasificación se explica lo siguiente: la noticia informa sobre los sucesos ocurridos en los individuos o en la comunidad, un ejemplo es la noticia Homenaje a las mengalas de Amatitlán a quienes se les rinde un reconocimiento por mantener viva la identidad y tradición del pueblo amatitlaneco.

La entrevista, conocida como el encuentro entre dos ó más personas para tratar un asunto, también es aplicada por este medio. Entre las entrevistas más interesantes, por encontrarnos cerca del período electoral, es la realizada a los aspirantes a la Alcaldía Municipal.

De la anterior ejemplificación se comprende la clasificación de contenido que aplica el medio. Por ello diremos que el periódico mengala se vale de los géneros periodísticos anteriores, para ordenar y presentar su información.

De acuerdo con la información que reúne, el periódico utiliza las temáticas:

• **Informativas** • **Deportivas** • **Culturales** • **Sociales** • **Educativas**

Para comprenderlo de mejor manera, analizemos lo siguiente: la temática Informativa¹⁶ tiene la función de dar a conocer, comunicar y enseñar todo lo acontecido en la población amatitlaneca, un ejemplo es, la municipalidad informó sobre los drenajes fluviales, noticia que contiene un resumen de los trabajos de infraestructura que realiza la municipalidad y que esta da a conocer.

Los temas Educativos pretende apoyar las facultades físicas, intelectuales y morales del amatitlaneco. Un ejemplo de esta temática lo constituye la noticia no vamos a dejar morir al lago de Amatitlán, donde se exponen alternativas, por parte de las autoridades nacionales, para conservar este recurso natural no renovable.

La temática deportiva enfatiza la práctica de cada una de las ramas del deporte realizado por los amatitlanecos. Un ejemplo lo constituye la noticia Amatitlán subselección de Centroamérica y del Caribe en la disciplina de remo, en donde su contenido hace referencia a la participación de destacados deportistas amatitlanecos quienes aportan triunfos significativos para el municipio y el país.

16 La más utilizada por el periódico Mengala.

En cuanto al tema cultural, encaminado al conocimiento popular de las expresiones intelectuales y artísticas, se menciona como ejemplo, los VII Juegos Florales Juveniles, que explican la participación de talentosos jóvenes amatitlanecos en la rama de verso y prosa, siendo estas actividades las que cultivan el alma, mente y espíritu.

Por último hablaremos de la temática social que hace referencia a las actividades locales de interés general. Entre esta temática se puede mencionar como ejemplo la elección de la Madrina del empleado municipal, actividad de interés para el sector municipal que forma parte de la población amatitlaneca.

La municipalidad, los comercios (grandes o pequeños) y la distribución masiva¹⁷ es la forma como circula este medio.

Para que este medio circule, se necesita del apoyo financiero de empresarios amatitlanecos por ejemplo Video Estrenos, Restaurante Meme, Cooperativa U.P.A. y muchas empresas más forman parte del círculo de anuncios publicitarios del periódico. Esta publicidad brinda un doble beneficio, primero, la utilizan los empresarios para manejar la imagen de su negocio; segundo, sirve de soporte económico para el medio.

Los antecedentes mencionados son necesarios para tener un contexto general del periódico Mengala. Como complemento de esta información, se presentan a continuación, cuadros ilustrativos que demuestran datos relevantes del medio, por ejemplo, los números de edición, de página, además, el contenido clasificado en informativo y de opinión. Estos datos son presentados de acuerdo al monitoreo de contenido de las ediciones de julio de 1,998 a marzo de 1,999.

17 Organizada y dirigida por Arturo Echeverría.

Cuadro 3. Tabla 1

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"	
Fecha	Julio de 1998	
Número de edición	80 edición	
Número de páginas	8 páginas	
Contenido		
<i>Informativo</i>	<i>De Opinión</i>	
<i>Noticia</i> <ul style="list-style-type: none"> • Pepsi confirma patrocinio al deportivo Amatitlán • Comuna amatitlaneca con apoyo al deportivo Amatitlán • En marcha comando general Campaña 1,998 • Expofoto Andrade 98' • Homenaje a las Mengalas de Amatitlán • Guatemala nunca más • Saquecha y Morales en la dirección del Deportivo Amatitlán 	<i>Editorial</i> <ul style="list-style-type: none"> • Amatitlan en 4 actos <i>Columna</i> <ul style="list-style-type: none"> • 13 años de Periodismo • Sección colegas de la prensa • Por las calles de Amatitlán <i>Entrevista</i> <ul style="list-style-type: none"> • A: Dr. Pinzón "Quiero servirle a mi pueblo" 	
Publicidad		

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1998 a marzo de 1999.

Cuadro 3. Tabla 2

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"
Fecha	Agosto de 1,998
Número de edición	81 edición
Número de páginas	8 páginas

Contenido**Informativo****Noticia**

- Eligen Madrina del Empleado Municipal
- Mariela Rivas, Señorita Departamento de Guatemala
- VII Juegos Florales Juveniles
- Dra. Aidee Ramírez Yela asume Presidencia de Fundalago
- Construyen puente sobre el río Mico
- Amatitlán subsede de Centroamericanos y del Caribe en la disciplina de remo
- Consagración de la Imagen del Señor Sepultado de Amatitlán

De Opinión**Editorial**

- No surgen caras nuevas

Artículo

- Por las calles de Amatitlán
- Colega de la Prensa

Publicidad

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1,998 a marzo de 1,999.

Cuadro 3. Tabla 3

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"
Fecha	Octubre de 1,998
Número de edición	82 edición
Número de páginas	8 páginas
Contenido	
<p><u>Informativo</u></p> <p>Noticia</p> <ul style="list-style-type: none"> • No vamos a dejar morir al Lago de Amatitlán • Entregan copa José Antonio Larrazabe • Otro Galardón • Actividad Municipal • IX Aniversario de Servicarnitas <p>Entrevista</p> <ul style="list-style-type: none"> • A: Alfaro "Una campaña de altura propone Alfaro candidato de Visión 2,000 a la Alcaldía de Amatitlán" 	<p><u>De Opinión</u></p> <p>Editorial</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20 de Octubre <p>Artículo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sección colegas de Prensa • Por las calles de Amatitlán • Bendicen instalaciones y equipo de servicio de capillas funerarias Aguibel
Publicidad	

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1998 a marzo de 1999.

Cuadro 3. Tabla 4

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"
Fecha	Noviembre de 1,998
Número de edición	83 edición
Número de páginas	12 páginas
Contenido	
<p><u><i>Informativo</i></u></p> <p>Noticia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crece apoyo al Dr. Pinzón • CONRED Municipal agradece • XXX Campeonato Navideño de Baloncesto dedicado a Ana Eloisa Soto Vásquez 	<p><u><i>De Opinión</i></u></p> <p>Editorial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata por la no violencia <p>Artículo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sección colegas de Prensa • Por las calles de Amatitlán • César Guzmán y teclados • Se desborda el río Mico en Amatitlán • Agua, lodo y arena en Amatitlán • El futuro de la humanidad se ve amenazado
Publicidad	

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1,998 a marzo de 1,999.

Cuadro 3. Tabla 5

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"
Fecha	Diciembre de 1,998
Número de edición	84 edición
Número de páginas	8 páginas
Contenido	
<i>Informativo</i> <i>Noticia</i> <ul style="list-style-type: none">• Servicarnitas abrió las fiestas navideñas en Amatitlán• Callejón Tappan con pavimento• Inician trabajos sobre la novena calle• Inician trabajos para drenajes fluviales• Primeros Amatitlanecos traen oro de Puerto Barrios, Izabal• Colegio Sagrada Familia de Amatitlán en su clausura <i>Entrevista</i> <ul style="list-style-type: none">• A: Mario Navarro "No se me quita el sueño de ser Alcalde" <i>Reportaje</i> <ul style="list-style-type: none">• Combate frontal contra la basura	<i>De Opinión</i> <i>Editorial</i> <ul style="list-style-type: none">• Qué es Navidad <i>Artículo</i> <ul style="list-style-type: none">• Sección colegas de Prensa• Por las calles de Amatitlán• Héroes anónimos
Publicidad	

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1,998 a marzo de 1,999.

Cuadro 3. Tabla 6

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"	
Fecha	Enero de 1,999	
Número de edición	85 edición	
Número de páginas	12 páginas	
Contenido		
	<p><u><i>Informativo</i></u></p> <p>Noticia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa U.P.A. entregó donativos a damnificados • Cohetería Santa Ana podría emigrar de Amatitlán • Bill's Campeón Navideño de Basquetbol en Amatitlán • Tonito Morales rey de la San Silvestre 	<p><u><i>De Opinión</i></u></p> <p>Editorial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suerte para 1,999 <p>Artículo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sección colegas de Prensa • Por las calles de Amatitlán • Amatitlán: una historia ejemplar... de estancamiento y no se avizora un cambio para las próximas elecciones • Perfil de Enrique Díaz • Generalidades sobre las Reformas Constitucionales.
Publicidad		

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1998 a marzo de 1999.

Cuadro 3. Tabla 7

Nombre del Medio	Mengala "El periódico de Amatitlán"
Fecha	Febrero-Marzo de 1,999
Número de edición	86 edición
Numero de páginas	12 páginas
Contenido	
<p><u><i>Informativo</i></u></p> <p><u><i>Noticia</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Inauguran sede del F.R.G. • Educando con lo nuestro (página de A.M.S.A.) • La Municipalidad informó sobre los drenajes fluviales • Correo de la Comuna • Japones y Brasileiro en las filas del Deportivo Amatitlán <p><u><i>Reportaje</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • AIDER sirve a las comunidades rurales de Amatitlán 	<p><u><i>De Opinión</i></u></p> <p><u><i>Editorial</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La Consulta Popular <p><u><i>Artículo</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sección colegas de Prensa • Por las calles de Amatitlán • No esperaba ser estrella pero tampoco el más famoso de los desconocidos • Reformas Constitucionales en una Democracia enferma • Fundalago impulsa Ecoturismo
Publicidad	

Fuente: Monitoreo de contenido. Ediciones de julio de 1,998 a marzo de 1,999.

10.2. Stereo Radio F.M. Acuario, la voz de Amatitlán ¹⁸

Stereo Radio "F.M. Acuario", la voz de Amatitlán se localiza en el municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala. Este medio fue fundado el 21 de noviembre de 1,974, contando en la actualidad con 25 años de funcionamiento.

Creado por un grupo de locutores entusiastas, F.M. Acuario radicó inicialmente en la oficina de la administración del mercado municipal de Amatitlán. En la actualidad, bajo la dirección general del locutor profesional César Jorge Gutierrez,¹⁹ F.M. Acuario se encuentra instalada en la 6ta. calle, lote # 8, Lotificación Lucita.

Anteriormente este medio era conocido como "La Voz de Amatitlán", medio radial transmitido por circuito cerrado en el mercado municipal. En la actualidad por iniciativa de su actual director, F.M. Acuario sale al aire en la frecuencia 87.9, siendo así el primer medio radial con frecuencia modulada existente en Amatitlán.

Esta radio se enfoca principalmente al servicio social, tanto para la comunidad como para la compañía de bomberos voluntarios, quienes en conjunto dirigen el programa radio periódico Satélite Informativo el que incluye cápsulas noticiosas, transmitidas desde la sede de los bomberos para el municipio.

Una de las funciones de F.M. Acuario es hacer públicos los acontecimientos sociales, culturales, religiosos y deportivos de Amatitlán. Para ello cuenta con una programación diaria (de lunes a domingo).

Su emisión es realizada en la cabina central de control, a excepción de los días de eventos deportivos especiales, pues la transmisión se realiza desde lugar de dicha actividad, por ejemplo los partidos de fútbol, donde la información es transmitida desde el estadio y campos municipales.

Esta radiodifusora sale al aire en horario de 06:00 a.m. a 13:00 p.m. (jordan matutina). En su totalidad, emplea 7 horas diarias, 49 horas por semana. El empleo de las horas adicionales queda delimitada para las actividades de mayor relevancia, entre ellas actividades deportivas o de labor social.

¹⁸ Entrevista realizada a César Gutierrez, director general de F.M. Acuario. Amatitlán, 07 de enero de 1,999.

¹⁹ Pionero de la radiodifusión en Amatitlán.

Para clasificar su contenido, F.M. Acuario utiliza 4 tipos de programas:

- Musicales
- Informativos
- Educativos
- Deportivos

En primer punto, están los programas de tipo musical siendo éstos los que prevalecen. Por ejemplo, del lunes 14 al domingo 20 de junio (semana del monitoreo de programaciones de F.M. Acuario) 7 de los 13 programas monitoreados son de índole musical.

Entre éstos se encuentran el programa nuestra música, donde se hace una reseña sobre nuestro instrumento autóctono la marimba, además se aprecian las melodiosas notas de sus piezas musicales. Otros programas son los de música para recordar (con melodías del recuerdo) y música para bailar (con melodías de diversos géneros).

El segundo y tercer lugar lo ocupan los programas informativos y educativos, ambos íntimamente relacionados. Los programas educativos cumplen con la función primordial de brindar información general sobre los acontecimientos del lugar, por ejemplo, las cápsulas informativas brindan información sobre las actividades políticas del momento, los servicios públicos prestados por la municipalidad, además, las críticas por parte del director del medio. En tanto los programas educativos persiguen formar, orientar y educar, utilizando la información obtenida por el medio, sobre acontecimientos relevantes del lugar.

Además, se presenta información sobre como mejorar y mantener la salud, el medio socio-natural y otros temas que contribuyen a la formación individual y por ende social. Estas son las razones por las que se considera que estos programas informa y educan de forma similar.

En cuarto lugar, se encuentran los programas de tipo Deportivo. Por ejemplo, los programas como nuestro deporte, que hace referencia al deporte practicado por los amatitlanecos. La transmisión en directo de la participación del deportivo Amatitlán, los comentarios del partido, las entrevistas a los deportistas destacados y los saludos en el período de juego, forman parte del contenido de dicha programación.

Las transmisiones deportivas contribuyen a fomentar la práctica del deporte amatitlaneco, al mismo tiempo que sirven de soporte para que dichas actividades deportivas sean conocidas.

Además de la programación, el servicio social gratuito también se hace presente. Las horas de transmisión de F.M. Acuario están dispuestas, para todas las personas que necesiten dar a conocer información de interés personal o social. Aparte del servicio social gratuito, la publicidad es un factor determinante.

Este medio radial es económicamente autofinanciado por los anuncios publicitarios,²⁰ que aunque escasos, logran mantener a flote, al medio.

Los antecedentes mencionados son necesarios para tener un contexto general de F.M. Acuario, como complemento de esta información, se presentan a continuación, cuadros ilustrativos que demuestran datos relevantes del medio, por ejemplo, el horario del medio, tipos de programa, el nombre de los programas, la temática y su contenido y el tiempo de duración del programa.

²⁰ Todos los mensajes publicitarios transmitidos en este medio son creados, redactados y emitidos por César Gutiérrez.

Cuadro 4. Tabla 1

Medio	F.M. Acuario
Día	Lunes 14 de junio de 1,999
Horario	11:00 a 12:00 horas
Tipo de Programa	Musical
Nombre del Programa	"Música para bailar"
Temática	Música en español

Contenido

- Música de diversos géneros (ranchera, salsa)
- Servicios sociales
- Saludos
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
---------------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 1.1

Medio	F.M. Acuario
Día	Lunes 14 de junio de 1,999
Horario	12:00 a 13:00 horas
Tipo de Programa	Musical
Nombre del Programa	"Música para recordar"
Temática	Música en español

Contenido

- Música del recuerdo (década de los 60`s a 80`s)
- Servicios Sociales
- Saludos
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
---------------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 2

Medio	F.M. Acuario
Día	Martes 15 de junio de 1,999
Horario	06:00 a 07:00 horas
Tipo de Programa	Musical
Nombre del Programa	"Música para recordar"
Temática	Música en español

Contenido

- Música del recuerdo (década de los 60 a los 80)
- Servicios sociales
- Saludos
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 2.1

Medio	F.M. Acuario
Día	Martes 15 de junio de 1,999
Horario	12:00 a 13:00 horas
Tipo de Programa	Informativo
Nombre del Programa	"Cápsulas Informativas"
Temática	Información general

Contenido

- Calles de Amatitlán
- Drenajes
- Servicios Sociales
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 3

Medio	F.M. Acuario
Día	Miércoles 16 de junio de 1,999
Horario	09:00 a 10:00 horas
Tipo de Programa	Informativo-Educativo
Nombre del Programa	"Cápsulas Informativas"
Temática	Información Educativa
Contenido	

- Cómo mejorar nuestra salud
- Servicios sociales
- Saludos
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 3.1

Medio	F.M. Acuario
Día	Miércoles 16 de junio de 1,999
Horario	10:00 a 11:00 horas
Tipo de Programa	Programa Musical
Nombre del Programa	"Música para bailar"
Temática	Música en español
Contenido	

- Música de diversos géneros (ranchera, salsa, merengue)
- Servicios Sociales
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 4

Medio	F.M. Acuario
Día	Jueves 17 de junio de 1,999
Horario	11:00 a 12:00 horas
Tipo de Programa	Musical
Nombre del Programa	"Nuestra Música"
Temática	La Marimba

Contenido

- Piezas de Marimba
- Comentarios sobre la Marimba
- Servicios sociales
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 4.1

Medio	F.M. Acuario
Día	Jueves 17 de junio de 1,999
Horario	12:00 a 13:00 horas
Tipo de Programa	Programa Musical
Nombre del Programa	"Música para bailar"
Temática	Música en español

Contenido

- Música de diversos géneros (ranchera, salsa, merengue)
- Servicios Sociales
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 5

Medio	F.M. Acuario
Día	Viernes 18 de junio de 1,999
Horario	06:00 a 08:00 horas
Tipo de Programa	Musical
Nombre del Programa	"Música para recordar"
Temática	Música en español

Contenido

- Música en español (décadas de los 60 a los 80)
- Servicios sociales
- Saludos
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
---------------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 5.1

Medio	F.M. Acuario
Día	Viernes 18 de junio de 1,999
Horario	08:00 a 09:00 horas
Tipo de Programa	Informativo
Nombre del Programa	"Cápsulas Informativas"
Temática	Información General

Contenido

- Contaminación del Lago de Amatitlán
- Trabajo de las Autoridades e interesados
- Servicios Sociales
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
---------------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 6

Medio	F.M. Acuario
Día	Sábado 19 de junio de 1,999
Horario	09:00 a 10:00 horas
Tipo de Programa	Musical
Nombre del Programa	"Música para recordar"
Temática	Música en español

Contenido

- Música en español (década de los 60 a los 80)
- Servicios sociales
- Saludos
- La hora
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 6.1

Medio	F.M. Acuario
Día	Sábado 19 de junio de 1,999
Horario	08:00 a 09:00 horas
Tipo de Programa	Informativo
Nombre del Programa	"Cápsulas Informativas"
Temática	Información General

Contenido

- Contaminación por desechos sólidos
- Qué hacemos para evitar la contaminación
- Aplicar nuestro granito de arena
- Servicios Sociales
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

Cuadro 4. Tabla 7

Medio	F.M. Acuario
Día	Domingo 20 de junio de 1,999
Horario	11:00 a 13:00 horas
Tipo de Programa	Deportivo
Nombre del Programa	"Nuestro Deporte"
Temática	Deporte Amatitlaneco
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión en directo de la participación del Deportivo Amatitlán • Saludos • La hora • Publicidad 	
Tiempo de duración	1 hora

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 14 al 20 de junio de 1,999

10.3. *Lago Televisión, la imagen de Amatitlán* ²¹

Lago Televisión²² surge en junio de 1,995, cuenta en la actualidad con 4 años de funcionamiento.

Este medio nace por la iniciativa de vecinos amatitlanecos, quienes manejan en su sentir la idea de transmitir la esencia cultural del municipio a través de la información transmitida por un canal al que pueden recurrir los que así lo deseen.

Su director general, Mario Aceituno, define a Lago Televisión como "un brazo social de Servicable (empresa auspiciadora), el que pretende promover, a través de un canal transmitido por el servicio de cable, la esencia cultural del municipio, utilizando para ello diversa programación".

Este medio pretende cubrir todos los aspectos sociales, culturales, religiosos y deportivos, de la comunidad. Como objetivos primordiales plantea la conservación de las costumbres y tradiciones locales a través de programas de índole educativo cultural, las que fundamentan la identidad e integridad del pueblo, además, persigue el mantener informada a la población de todo lo que es la vida del municipio a través de las manifestaciones culturales.

La programación de Lago Televisión está diseñada para todo público, en la actualidad existen diversos programas que mantienen la atención de adultos y jóvenes, no se cuenta con programas dirigidos específicamente a niños y jóvenes.

Su programación es transmitida los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes de cada semana, exceptuando sábado y domingo, días que se utilizan únicamente para transmitir programas especiales como las festividades y los días conmemorativos de Amatitlán.

Las programaciones de Lago t.v. no se delimita dentro de la planificación diaria, por ejemplo de la semana del jueves 3 al jueves 10 de junio (semana del monitoreo de programaciones de Lago t.v.) se transmitió información únicamente los días jueves, lunes, martes y miércoles. Este dato confirma que los días de emisión son alternos, no continuos.

Vale aclarar que el contenido del programa determina su tiempo de

²¹ Entrevista realizada a Mario Aceituno, director general de Lago Televisión. 8 de enero de 1,999.

²² Es el primer medio televisivo local transmitido por cable.

duración. Los programas cortos duran de 15 a 30 minutos, en tanto los programas extensos tienen duración de una hora, de hora y media hasta dos horas. En su totalidad, Lago t.v. emplea de 2 a 3 horas diarias para transferir su programación. Su jornada de transmisión es la nocturna, no existe programación específica para la jornada matutina y vespertina, estos períodos de tiempo son utilizados solo si se trata de programas relevantes.

En cuanto a su contenido, Lago televisión, clasifica su información en 4 tipos de programas,²³ que son:

- **Educativos**
- **Culturales**
- **Deportivos**
- **Religiosos**

Primero, están los programas de tipo Educativo. Estos programas se encuentran estructurados en bases sólidas (conocimiento pleno del tema tratado), encaminadas a cumplir con una doble función, la formación personal y cultural del receptor. Por ejemplo, dentro de la programación educativa se presenta el programa Conociendo las entrañas del Mico. Su contenido hace referencia a uno de los tres ríos de Amatitlán, explica su historia, ubicación, las catástrofes que ocasiona en el invierno, principalmente en el reciente invierno del 98.

Otro ejemplo de programa tipo educativo es Conozcamos lo nuestro, éste presenta un documental sobre el Departamento del Petén. Su contenido muestra una reseña histórica del Petén, indica además datos geográficos y demográficos del lugar. En segundo lugar están los programas de tipo Cultural los que contribuyen a la formación personal del amatitlaneco. El contenido de éstos programas está basado en las tradiciones practicadas en la localidad.

Por ejemplo, el programa Juegos Florales de Amatitlán, se encarga de transmitir consecutivamente las actividades de la Casa de la Cultura del municipio. Su reciente tema, los XXX Juegos Florales de Amatitlán contiene un protocolo cívico de la actividad, además, la premiación de los XXX Juegos Florales, la coronación de la reina de la Casa de la Cultura de Amatitlán y la entrega del timboque de oro a las personas galardonadas.

La programación de Lago t.v. está fuertemente conformada por los programas de índole cultural, pues este medio pretende, como objetivo primordial, transferir a los pobladores, las tradiciones del municipio, conservando así la esencia amatitlaneca.

23 Información obtenida del monitoreo de programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999.

El tercer tipo de programa es el Deportivo. Este programa es creado para divertir y entretener al receptor. Aquí se encuentran los programas del Deportivo Amatitlán, éstos hacen referencia al fútbol amatitlaneco. Su contenido se conforma por la transmisión y narración directa del partido, además de las entrevistas a los deportistas sobresalientes.

Este tipo de programa brinda un esencial apoyo al deportista amatitlaneco, incitándole a continuar con una de las prácticas que enriquecen las actividades físico-mentales del ser humano, el deporte.

Por último, se encuentran los programas de tipo Religioso. Estos son creados por Lago t.v. con el fin primordial de brindar apoyo a las prácticas religiosas de la población amatitlaneca. Por ejemplo, el programa de Iglesias Evangélicas maneja temas como el Mensaje Cristiano, éstos contienen la práctica del culto religioso, oraciones, un mensaje cristiano y alabanza. Es de esta forma como Lago televisión maneja su información.

Independientemente de la programación transmitida, Lago t.v. presta servicio social. En el servicio social se transmiten los mensajes que las personas necesitan dar a conocer a la comunidad.

Este servicio social en su mayoría es gratuito. Los mensajes son transferidos en cintillas (información que aparece en la parte inferior de la pantalla) que se transmiten en la programación del canal.

Aparte de la programación y del servicio social, Lago t.v. transmite toda clase de publicidad que ayuda a financiar al canal. Todos los anuncios son elaborados por el personal que labora en Lago t.v. De esta forma, todos los programas, servicio social y publicidad son creados, producidos y emitidos en dicho medio.

Los antecedentes mencionados son necesarios para tener un contexto general de Lago televisión. Como complemento de esta información, se presentan a continuación, cuadros ilustrativos que demuestran datos relevantes del medio, por ejemplo, el horario del medio, tipos de programa, el nombre de los programas, la temática y su contenido y el tiempo de duración del programa.

Cuadro 5. Tabla 1

Medio	Lago Televisión
Día	Jueves 3 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Step"
Temática	Utilidad del Step
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Qué es el Step • Para qué sirve el Step • Cómo se utiliza el Step • Publicidad 	
Tiempo de duración	15 minutos

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 11

Medio	Lago Televisión
Día	Jueves 3 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 20:30 horas
Tipo de Programa	Cultural
Nombre del Programa	"Juegos Florales de Amatitlán"
Temática	XXX Juegos Florales de Amatitlán
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo cívico • Premiación de los XXX Juegos Florales • Coronación de la Reina "Casa de la Cultura" • Entrega del Timboque de Oro (máximo galardón) • Publicidad 	
Tiempo de duración	1 hora

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 2

Medio	Lago Televisión
Día	Viernes 4 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Abdomen y Pesas"
Temática	Ejercicios para mantener la salud y figura

Contenido

- Calentamiento
- Aeróbicos
- Pesas para el abdomen
- Publicidad

Tiempo de duración	15 minutos
--------------------	------------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 2.1

Medio	Lago Televisión
Día	Viernes 4 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 21:00 horas
Tipo de Programa	Deportivo
Nombre del Programa	"Deportivo Amatitlán"
Temática	Futbol del Deportivo Amatitlán

Contenido

- Transmisión del partido
- Narración del partido
- Entrevistas
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora y 30 minutos
--------------------	---------------------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 3

Medio	Lago Televisión
Día	Lunes 7 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Abdomen"
Temática	Ejercicios para mantener la salud y figura
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Calentamiento • Aeróbicos • Pesas para el área de abdomen • Publicidad 	
Tiempo de duración	15 minutos

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 3.1

Medio	Lago Televisión
Día	Lunes 7 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 20:30 horas
Tipo de Programa	Religioso
Nombre del Programa	Iglesias Evangélicas
Temática	Mensaje Cristiano
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Culto Religioso • Oración • Mensaje Cristiano • Alabanza • Publicidad 	
Tiempo de duración	1 hora

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 4

Medio	Lago Televisión
Día	Martes 8 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Pesas"
Temática	Utilidad de las Pesas

Contenido

- Qué son las Pesas
- Para qué sirve las Pesas
- Cómo se utilizan las Pesas
- Publicidad

Tiempo de duración	15 minutos
---------------------------	------------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 4.1

Medio	Lago Televisión
Día	Martes 8 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 20:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Conozcamos lo nuestro"
Temática	Documental sobre el Departamento del Petén

Contenido

- Ubicación geográfica del Petén
- Historia del Petén
- Cultura Maya
- Templos Mayas
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
---------------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 5

Medio	Lago Televisión
Día	Miércoles 9 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Abdomen"
Temática	Ejercicios para mantener la salud y figura
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Calentamiento • Aeróbicos • Pesas para el área de abdomen • Publicidad 	
Tiempo de duración	15 minutos

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 5.1

Medio	Lago Televisión
Día	Miércoles 9 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 20:30 horas
Tipo de Programa	Documental Educativo
Nombre del Programa	Nuestro Pueblo "Conociendo las entrañas del Mico"
Temática	El río Mico
Contenido	
<ul style="list-style-type: none"> • Historial del río Mico • Ubicación del río Mico • Catástrofes ocasionadas en el invierno de 1,998 • Publicidad 	
Tiempo de duración	1 hora

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 6

Medio	Lago Televisión
Día	Jueves 10 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Abdomen"
Temática	Ejercicios para mantener la salud y figura

Contenido

- Calentamiento
- Aeróbicos
- Pesas para el área de abdomen
- Publicidad

Tiempo de duración	15 minutos
--------------------	------------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 6.1

Medio	Lago Televisión
Día	Jueves 10 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 20:30 horas
Tipo de Programa	Religioso
Nombre del Programa	Iglesias Evangélicas
Temática	Mensaje Cristiano

Contenido

- Culto Religioso
- Oración
- Mensaje Cristiano
- Alabanza
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 7

Medio	Lago Televisión
Día	Viernes 11 de junio de 1,999
Horario	19:15 a 19:30 horas
Tipo de Programa	Educativo
Nombre del Programa	"Estiramiento"
Temática	Ejercicios para mantener la salud y figura
Contenido	

- Qué es el estiramiento
- Para qué sirve
- Tipos de estiramiento
- Publicidad

Tiempo de duración	15 minutos
--------------------	------------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

Cuadro 5. Tabla 7.1

Medio	Lago Televisión
Día	Viernes 11 de junio de 1,999
Horario	19:30 a 20:30 horas
Tipo de Programa	Socio-educativo
Nombre del Programa	"Artes muy especiales de Guatemala"
Temática	Exposición Artística
Contenido	

- El Arte
- Conocimiento del Arte (pintura, murales, canto, baile)
- Artistas con discapacidades
- Publicidad

Tiempo de duración	1 hora
--------------------	--------

Fuente: Monitoreo de Programaciones. Programas del 03 al 11 de junio de 1,999

11. *Hablando de los medios de comunicación alternativa en Amatitlán*

La información anterior nos permite conocer y comprender el contenido de cada uno de los medios.

Tomando este conocimiento, hablaremos y elaboraremos a continuación, un análisis y comparación del contenido de Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión.

De acuerdo con el monitoreo y el análisis de los resultados de cada uno de los medios de comunicación alternativa de Amatitlán, se presenta a continuación un listado de las temáticas tratadas:²⁴

- Educativos • Culturales • Sociales
- Informativos • Deportivos • Religiosos

Para comprender esta información, se esquematiza a continuación, una comparación de cada uno de los medios, ejemplificando con ello, el contenido del mensaje.

Cuadro 6

Temática	Periódico Mengala	F.M. Acuario	Lago Televisión
Educativa	<ul style="list-style-type: none"> • No vamos a dejar morir el lago de Amatitlán • El futuro de la humanidad se ve amenazado • Combate frontal contra la basura • Generalidades sobre las reformas Constitucionales • Educando con lo nuestro 	<ul style="list-style-type: none"> • Cápsulas Informativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidad del Step • Ejercicios para mantener la salud y figura • Utilidad de las pesas • Conozcamos lo nuestro • Artes muy especiales de Guatemala

²⁴ Todos estos temas son utilizados para conformar el contenido de la información emitida por los medios.

Temática	Periódico Mengala	F.M. Acuario	Lago Televisión
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • VII Juegos Florales Juveniles • Entregan copa José Antonio Larrazabal 		<ul style="list-style-type: none"> • XXX Juegos Florales de Amatitlán
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Eligen Madrina del empleado Municipal • Mariela Rivas, Señorita Departamento de Guatemala 		
Informativa	<ul style="list-style-type: none"> • Expofoto 98' • Guatemala nunca más • En marcha comando general Campaña 98' • Construyen puente sobre el río Mico • Dra. Aidee Ramírez Yela asume la presidencia de Fundalago • Crece apoyo al Dr. Pinzón • CONRED Municipal agradece • Callejón Tapan con pavimento • Inician trabajo para drenajes fluviales • Inician trabajo sobre la novena 	<ul style="list-style-type: none"> • Las calles de Amatitlán • Cómo mejorar nuestra salud • Contaminación del lago de Amatitlán • Contaminación por desechos sólidos 	

Temática	Periódico Mengala	F.M. Acuario	Lago Televisión
Deportiva	<ul style="list-style-type: none"> • Comuna amatitlaneca con apoyo al Deportivo Amatitlán • Saquecha y Morales en la dirección del deportivo Amatitlán • Amatitlán subsede en Centroamericanos y del Caribe en la disciplina de remo • Amatitlanecos traen oro de Izabal 	<ul style="list-style-type: none"> • El Deporte amatitlaneco 	<ul style="list-style-type: none"> • Fútbol del Deportivo Amatitlán
Religiosa			<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje Cristiano
Musical		<ul style="list-style-type: none"> • Nuestra música • Música para bailar • Música para recordar 	

Fuente: Monitoreo de programaciones del Periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión

De acuerdo a la comparación, se deduce que las temáticas de mayor relevancia en los medios son las:

• **Educativas** • **Informativas** • **Deportivas** • **Musicales**

Los medios de comunicación le otorgan más valor a un tema que a otro. En lago t.v. por ejemplo, prevalecen, en gran medida, los temas educativos, en tanto en F.M. Acuario predominan los temas musicales e informativos, por último, en el periódico mengala preponderan en similar medida, los temas de índole educativa, informativa y deportiva.

CAPITULO II

COMUNICACION

1. Comunicación

El origen de la comunicación se concatena con el origen del ser humano, considerada ésta como la más importante actividad humana. Tal importancia radica en el hecho de que el ser humano se vale de la comunicación para relacionarse con quienes le circundan. Por tal razón se dice que no existe actividad alguna que el ser humano realice y que se encuentre desligada de la comunicación, pues todo el que hacer humano está íntimamente ligado con la actividad comunicativa.

En el seno familiar por ejemplo, se fomentan, a través de la comunicación, valores y patrones culturales que se consolidan en los individuos, valores que son multiplicados luego en el seno social, todo ello gracias a la presencia de la comunicación.

Esto reafirma que la comunicación afecta al ser humano en su condición individual como en su condición social.

Es importante agregar que la especie humana no es la única que hace uso de la comunicación. La especie animal también la utiliza para efectuar el intercambio de mensajes, aunque en una forma menos sutil y refinada. Por ejemplo, las aves se interrelacionan a través de sonidos que emiten y que conforman un conjunto de mensajes para su especie.

Con toda esta importancia e influencia, se le conoce a la comunicación, como el acto de relación, transmisión e intercambio de ideas, pensamientos y sentimientos, ya sea entre dos personas o grupos de personas.

La comunicación nos permite estar en contacto directo con quienes compartimos un mismo espacio, además, es aplicada en cualquier momento, lugar y en todas y cada una de nuestras actividades diarias.²⁵

Poner en común un mensaje, idea derivada de las raíces latinas *Communis*, *Comunicare* y *Comunicatio* es uno de los objetivos primordiales de la comunicación. Otro de los objetivos, como se mencionó, se encamina al acto de compartir información de una persona (emisor) a otra (receptor) o bien entre personas o grupos de personas.

Lo anterior nos indica que estamos sumidos a la Comunicación. En algunos casos actuamos como emisor, enviando mensajes diversos, por ejemplo un saludo (buenos días!!), una orden (muévete de allí) o una emoción (te quiero); en otros casos tomamos el papel de receptor, recibiendo los mensajes enviados por el emisor, o bien, actuamos al mismo tiempo como emisor y receptor.

25 De aquí que la comunicación sea la actividad más relevante que el ser humano realiza.

2. Elementos de la Comunicación y el Proceso Comunicativo

La eficacia de la comunicación se da gracias a la relación entre el emisor, el receptor, el mensaje y el canal, elementos implicados en el proceso comunicativo, en el cual si fallara uno de ellos este proceso no se realizaría.

Los elementos, componentes del proceso comunicativo son:

2.1. Emisor o Destinador

El emisor es el elemento primordial del proceso comunicativo, pues es él el encargado de emitir o enviar el mensaje. El expresar ideas, pensamientos y sentimientos a través del mensaje, es una de las facultades del emisor.

Quien emite el mensaje puede ser una persona; un grupo de personas, por ejemplo las organizaciones, instituciones y la sociedad en general; puede ser también un animal o un fenómeno natural.

El emisor envía el mensaje con o sin propósito, puede hacerlo en el momento (presente) o haberlo hecho antes (pasado), el mensaje no se condiciona a un tiempo y espacio definido.

2.2. Receptor o Perceptor

El emisor junto con el receptor son elementos complementarios en el proceso comunicativo. El receptor es quien recibe el mensaje enviado por el emisor, a él son trasladadas todas las ideas, pensamientos y sentimientos de quien emite el mensaje. Al igual que el emisor, el receptor puede ser de índole individual (una persona); de índole social (un grupo de personas) y de índole animal.

En la misma calidad que el emisor, el receptor recibe el mensaje en el momento o en un futuro próximo, no se condiciona a un tiempo o espacio, además, puede asimilar el mensaje de forma consciente o inconsciente, según lo disponga.

2.3. Mensaje

Definido como el contenido informativo, el mensaje es el conjunto de ideas, pensamientos y sentimientos dirigidos del emisor al receptor. Todo mensaje incluye valores y patrones culturales del emisor.

Emociones como la alegría, la tristeza, la ira y otras se dejan entrever en el contenido del mensaje. Por ello se dice que no existe emoción alguna que no sea deducida por el mensaje.

Esto nos indica que el emisor del mensaje puede influir en el receptor, puede educarle o bien modificar su pensamiento o conducta. De aquí que se desprenda la intencionalidad o no intencionalidad con que se dirige el emisor hacia el receptor a través del mensaje.

2.4. Canal

Es el medio o vehículo que utiliza el emisor para hacer llegar el mensaje al receptor.

El ser humano pone a su merced los medios verbales como la fonética, a través de los sonidos de la lengua; la escritura, que es lo expresado manual o mecánicamente; la ideografía, con la representación de ideas por imágenes y el medio oral, todo lo expresado verbalmente. La comunicación utiliza también los medios no verbales como: los gráficos, representaciones por figuras; el lenguaje kinésico, a través de los gestos y el lenguaje metalingüístico.

La habilidad y capacidad creadora del ser humano contribuye a la creación y perfección de canales tecnológicos como la televisión, la radio, la prensa y otros, canales que principalmente se enfocan en el progreso de la comunicación y que son utilizados para llegar a numerosos grupos de personas.

2.5. Ruido

Es todo aquello que impide, interrumpe o hace confusa la recepción del mensaje.

El ruido puede originarse tanto en el emisor como en el receptor al alterarse en ellos factores como la memoria, a través del olvido del mensaje; el lenguaje, manifestado en trastornos del habla; el idioma, por desconocimiento del mismo; las emociones, como por ejemplo la ira; la atención, debido a la incapacidad de concentrarse.

Independientemente de que el ruido se manifieste en el emisor y el receptor, éste puede darse también en el canal, a causa de una mala impresión; en la ortografía y pronunciación defectuosa; en las lejanías del emisor y en las imágenes defectuosas en la pantalla.

2.6. Retroalimentación

Cuando el emisor envía un mensaje al receptor espera que éste lo asimile y comprenda y emita un siguiente mensaje, en respuesta al primero. A este proceso se le conoce como retroalimentación, que es la comunicación de regreso que contribuye a la efectividad de la comunicación.

Este elemento le permite al emisor verificar si el mensaje fue asimilado o no por el receptor.

La retroalimentación se hace efectiva en la comunicación bidireccional (entre dos personas) e Inter individual (grupos de personas) pues en ambas se obtiene una respuesta inmediata al mensaje enviado, pero, cuando se trata de la comunicación unidireccional (de una sola vía) la posibilidad de retroalimentación es escasa.

2.7. Código

El contenido del mensaje se expresa mediante un código o sistema de códigos, todos ellos manejados por el emisor (quien envía el mensaje) en proporción directa con el receptor (quien recibe el mensaje).

El código es un elemento importante, pues la comunicación se establece debidamente si el emisor y el receptor los manejan y comparten.

Las letras, los números, los colores, las señales gráficas, las vestimentas y otros que se pudieran citar son códigos que cumplen con una única misión, la de comunicar.

2.8. Contexto

Es el espacio físico material en el que la comunicación se manifiesta. Este elemento le da sabor e intención a la comunicación.

El contexto es diverso, puede ser una habitación, un salón de clases, un autobús, los ambientes naturales (como la playa, el bosque), los ambientes sociales (como auditorios, ferias).

3. Tipos de Comunicación

Haciendo patente la necesidad de comunicarse, el ser humano da origen a diversos tipos de comunicación los que se adecuan a las necesidades y circunstancias de quien o quienes lo aplican.

Estos tipos de comunicación son:

3.1. Comunicación Cercana o Bidireccional

Este tipo de comunicación se da cuando dos personas charlan una junto a la otra. La comunicación cercana se presenta en los diálogos personales. Este es el típico proceso comunicativo entre emisor y receptor, siendo éstos los únicos actores en el intercambio del mensaje.

3.2. Comunicación Distante

Es la comunicación que se establece en dos puntos geográficos distintos. No existe cercanía física entre emisor y receptor. Algunos canales de comunicación como el teléfono, la radio y otros se utilizan como único enlace entre emisor y receptor.

3.3. Comunicación Unidireccional

Es el tipo de comunicación de una vía. Es aquí donde el emisor envía mensajes en los medios de comunicación y no recibe respuesta inmediata, anulando con ello la posibilidad de intercambiar mensajes con el receptor.

3.4. Comunicación Intrapersonal

Es la comunicación con uno mismo. El ser humano maneja en su interior una serie de ideas, pensamientos y sentimientos que muchas veces no suele exteriorizar. Esta es la comunicación interna o consigo mismo.

3.5. Comunicación Interpersonal e Interindividual

Comunicación que se da entre dos personas, o grupos pequeños de personas (no mayores de cinco). Permite la agilización de los mensajes e iguales posibilidades de transmitir y recibir información.

3.6. Comunicación de Elite

Es la comunicación altamente formalizada o complicada. Este tipo de comunicación lo aplican ciertos sectores sociales como los científicos, los matemáticos, los literatos, etc. La comunicación de elite no se delimita dentro de una comunicación popular, pues como se indica es utilizada por grupos específicos.

3.7. Comunicación de Masas

Es la comunicación tradicional, dirigida a grandes grupos heterogéneos y anónimos. Este tipo de comunicación utiliza los llamados medios de comunicación masiva (entre los que están la televisión, el periódico, la radio, el internet y otros más) para cumplir con el fin de llegar a las grandes masas.

3.8. Comunicación Alternativa

De forma opuesta a la comunicación masiva, la comunicación alternativa permite a los pequeños grupos manifestar sus ideas e inquietudes, creando mensajes que contienen información de interés común. Este tipo de comunicación refuerza la identidad de los sectores populares que la utilizan.

4. Comunicación Masiva

4.1. Qué es la Comunicación Masiva

El ser humano hace patente su necesidad de comunicarse en cada uno de los momentos de su existencia. La comunicación, se concibe, como un mecanismo creado para que existan y se desarrollen las relaciones humanas. Este es el punto primordial en el que se cimienta la comunicación, de aquí que se enfatice la cercanía entre la persona que expresa algo y la persona que recibe lo expresado.

Conforme estas relaciones humanas aumentan, también aumentan las necesidades de comunicarse. Al ser humano ya no le es suficiente el tradicional círculo comunicativo (emisor, mensaje, receptor) y es así como piensa en la creación de medios tecnológicos para expandir el campo de la comunicación.

Prevalciendo este interés primordial y de acuerdo al progresivo aumento de su capacidad creadora, manifestada en el desarrollo tecnológico y la revolución industrial, se crearon los medios de comunicación de masas.

La comunicación de masas surge en la primera mitad del siglo XX (Taufic citado por Bracamonte 1996:6). La muchedumbre o conjunto de personas de naturaleza diferente,²⁵ es el objetivo primordial de la comunicación de masas.

De aquí que se empiece a desligar la típica comunicación de persona a persona, sobresaliendo el mensaje dirigido de una persona (en tal caso el propietario del medio) a un innumerable grupo de personas.

Esta es la razón por la que se dice que la comunicación masiva enmarca la alienación ideológica, la dominación y manipulación de ideas, pues cabe decir que elimina la participación comunicativa de los seres individuales y de los sectores sociales.

Para hacer valer los objetivos de la comunicación de masas, que es el emplear un solo mensaje, para llegar al mayor número de personas, en el menor tiempo posible, se dio origen a los medios de comunicación masiva:

- El periódico
- La radio
- La televisión
- El cine

25 La heterogeneidad del ser humano.

4.2. Características de la comunicación masiva

- El mensaje se expande al mayor número de receptores.
- El receptor del mensaje es de índole masivo, nunca individual
- Los medios de comunicación masiva son propiedad de organizaciones financieras.
- Los medios de comunicación masiva se presentan en un mismo momento, emiten idéntico mensaje a un elevado número de personas

4.3. Medios de Comunicación Masiva

Entre los medios de comunicación masiva se encuentran los medios escritos como la prensa y la revista; los medios auditivos, como la radio y los medios audiovisuales, como la televisión y el cine. Para conocerlos y comprenderlos se presenta a continuación un panorama general de cada uno de ellos:

4.3.1. Medio Escrito "La Prensa"

La prensa escrita en su momento fue el único medio existente. Este medio nace con la invención de la imprenta y los servicios de correos.

Al igual que todo invento, la prensa no se inició de repente, su proceso se dio de forma gradual, enriquecida gracias a algunos aportes significativos, por ejemplo, en el siglo XV, aparecen hojas de noticias impresas; a fines del siglo XVI (en Alemania) se publican los libros de noticias con periodicidad anual o semestral; finalmente, en el siglo XVII se publicaron Gacetas semanales sin gran continuidad.

Según Guasch (1990:158-159) entre los primeros periódicos se encuentran:

Cuadro 7

Periódico	Lugar	Año
La Gazette	Paris	1,631
La Gaceta	Madrid	1,661
La London Gazette	Londres	1,665
Daily Courant	Londres	1,702
Diario Noticioso	Madrid	1,758
Jornal Paris	Paris	1,777
Pennsylvania Packet	Filadelfia	1,784
Le petit journal	Paris	1,890
Le petit Parisien	Paris	1,902
Daily Mirror	Londres	1,911

Es importante enfatizar que el periódico trabaja la información en soportes manejables. En este medio la información se recupera con facilidad.

Esta información se puede leer una o varias veces, se puede archivar y seleccionar, siendo el lector quien escoge, según sus necesidades, los momentos y modo de selección de la información.

4.3.2. Medio Escrito "La Revista"

Este medio de comunicación escrita se distingue por la periodicidad semanal, quincenal o mensual con que se trabaja la información.

En la revista, el tratamiento de la información presenta gran variedad. Esta variedad se encuentra en distintas temáticas, por ejemplo, las revistas femeninas, de decoración y hogar están dirigidas al público femenino, en su contenido manejan información específica para el cuidado de la mujer, de la familia y el hogar; las revistas de deportes, presentan una reseña de las actividades deportivas mundiales al igual de los deportistas destacados; las revistas económicas, para las personas del círculo económico y otras más.

Una importante característica de las revistas es que se dirigen a grupos generales (organizaciones, instituciones o sociedad en general) o grupos específicos (economistas, deportistas, etc.) todo ello según los objetivos planteados por el medio.

4.3.3. Medio Auditivo "La Radio"

La radio, con pocos años de historia ha registrado, en el campo de la comunicación, cambios profundos y significativos.

Según Guasch (1990:167-213) existen diversos períodos que enmarcan el origen y el progreso de este medio masivo.

- Período precedente (1,895-1,920) donde la radio era una curiosidad científica a cuya extensión atribuyeron los radio aficionados que no ocultaban su principal objetivo, ser oídos cada vez más lejos.
- Período de los primeros pasos (1,920-1,923) es el tiempo clave para la historia de la radio, aquí se esboza la organización redaccional y los primeros servicios regulares del mundo.
- Período de los años dorados (1,933-1,938) donde se utiliza la radio para la propaganda ideológica de los bandos militares.
- Período de la guerra (1,938-1,950) donde los regímenes nacionales socialistas utilizan la radio como arma política.

- Período de nuevos caminos, en esta etapa se descubre la radio espectáculo (concursos, programas de variedades, dramatizaciones).
- Período de la nueva radio (1965-1900) aquí se crean programas especiales de fin de semana, se mejora la calidad y cantidad de los servicios de noticias, se introduce el concepto de "radio servicio".

La radio es un medio innovador por excelencia. Este medio permite llegar al mayor número de receptores en el menor tiempo posible. La información de la radio entretiene, al mismo tiempo que educa e informa, su capacidad es multifuncional.

4.3.4. Medio Audiovisual "La Televisión"

Científicos como May (Irlandes 1,873), Carey (Irlandes 1,875), Edison (Estadounidense), Braun (Alemán 1,897), Nipkow (Alemán 1,929), Logie (Escoces), Zworykin (Soviético) aportaron descubrimientos importantes para la creación y realización del medio de comunicación masiva más potente, "La Televisión".

La televisión es un medio de comunicación que llega a las masas. Este medio responde a la urgencia que tiene el ser humano de encontrar imágenes verbales e únicas que sirven de soporte a la comunicación. Este, es el único medio que conjuga elementos como el sonido y la imagen, permitiendo aplicar la visión y la audición al mismo tiempo.

Como todos los medios de comunicación, la televisión informa, educa y entretiene. Esto es parte de la misión que les compete a quienes tienen la tarea de ser emisores del mensaje la función de informar, educar y entretener, es trabajo de quien o quienes emplean la comunicación, y además de velar por su aplicación.

4.3.5. Medio Audiovisual "El Cine"

El cine también es un medio de comunicación masiva pues cuenta con todas las características y condiciones señaladas para estos medios de comunicación. Estas características son el emisor, en este caso es el productor de películas y su equipo de realización; los canales de difusión, por ejemplo las distribuidoras de películas y las salas de exhibición y por último el receptor, que es el espectador.

Entre los contenidos del mensaje, transmitidos por el cine, están las costumbres personales y sociales, algunos datos históricos, el arte, la ciencia ficción, el drama, la comedia, la pasión y otras temáticas que hacen del cine (y de todos los medios de comunicación) un modelador de ideas.

El cine es de carácter popular. Al igual que la televisión, el cine posee elementos como el sonido y la imagen (signos icónicos) de igual forma que la televisión.

5. Comunicación Alternativa

5.1. Qué es la Comunicación Alternativa

Como hemos mencionado, la comunicación es una actividad relevante que se realiza para entablar las relaciones humanas.

Dichas relaciones humanas se han visto debilitadas debido al peso que ejerce la presencia de la comunicación de masas, pues este tipo elimina la relación comunicativa de persona a persona

Este tipo de comunicación ubica al receptor dentro del marco de los grupos heterogéneos, sin voz ni nombre, eliminando así, la auto-generación de mensajes y selección de medios.

A raíz de esta situación, surge una nueva idea para comunicarse, idea presentada por los grupos comunales (comunidades); por los grupos universitarios; por las organizaciones públicas y en algunos casos privadas y por los movimientos políticos y sociales.

Es así como se les permite a las partes, integrarse en el proceso de la comunicación social. Este tipo de comunicación es presentado como contra parte a la comunicación masiva, siendo éste su origen.

La comunicación alternativa nace en Latinoamérica, en la década de los sesenta (Cuz 1995:19) siendo concebida como un proceso que se opone al predominio sin contrapeso de la modalidad de comunicación trasnacional: Este es, por decirlo de alguna manera, su impulso genético.

Entre los rasgos distintivos de la comunicación alternativa se encuentra, el ser parte de organizaciones sociales, maneja una producción artesanal del mensaje, con flujos multidireccionales de comunicación, además, brinda acceso a los sectores sociales para que se emplee la transmisión de contenidos favorables para el cambio social logicamente.

Para hacerse llegar, la comunicación alternativa crea sus propios medios de comunicación, entre los que están el periódico mural, la revista, el boletín, el mosquito, el afiche, el altoparlante, y el arte. Además, hace uso de los canales de comunicación de masas pero sin promover una comunicación de masiva.

Los medios de comunicación alternativa son creados para ser utilizados por los sectores populares, sectores que van en contra de los objetivos de la comunicación de masas.

De aquí que el contenido emitido por estos medios cumpla con las funciones de educar, informar y entretener, satisfaciendo de esta forma, las necesidades comunicativas de los sectores populares.

Para comprender estas necesidades comunicativas analicemos las funciones siguientes:

- Educar, función que desarrolla las facultades intelectuales, morales y físicas, además de perfeccionar los sentidos. Todos los mensajes educativos tienen como base el desarrollo o perfeccionamiento de los conocimientos de la audiencia en cuanto a sus facultades intelectuales o morales

- Informar, se encamina a contar un hecho noticiable en forma escrita, verbal ó visual, con la técnica precisa del medio utilizado y con la mayor brevedad posible, incluso en el momento mismo de producirse o conforme se va produciendo.

- Entretener, función que pretende divertir o recrear el ánimo a la audiencia.

5.2. Características de la comunicación alternativa

- Promueve la participación y organización social
- Brinda acceso a los medios de comunicación social
- Es una herramienta de educación popular
- Acelera el cambio y desarrollo social

5.3. Medios de Comunicación Alternativa

La comunicación alternativa utiliza los medios de comunicación para hacerse presente. Entre dichos medios se encuentran los de índole específicamente alternativa, por ejemplo, el periódico mural, el mosquito, el pregonero y otros. Es importante señalar que este tipo de comunicación se vale también de los medios de comunicación masiva pues encuentra en ellos soporte y lo utiliza sin apartarse de su particular esencia, distinta a la planteada por los medios masivos.

Los medios utilizados por la comunicación alternativa son:

Medios Alternativos Medios Masivos utilizados por la Comunicación Alternativa²⁶

1. El Periódico	1. Periódicos	1.1. Impresos	1.1.1. Mimeógrafo
2. El Periódico Mural			1.1.2. Offset
3. La Revista			
4. El Boletín	2. Radio	2.1. Circuito Cerrado	2.1.1. En el mercado
5. El Mosquito			2.1.2. Altoparlante
6. El Afiche		2.2. Clandestina	
7. La Radio		2.3. Educativa	
8. El Altoparlante			
9. La Televisión	3. Televisión	3.1. Por cable	
10. El Cine		3.2. Video VHS	
11. El Arte		3.3. Educativa-cultural	
	4. Cine	4.1. Cine experimental	

5.3.1. Medio Escrito "El Periódico"

El periódico es utilizado como una alternativa para transmitir las ideas, pensamientos y sentimientos que identifican a pequeños grupos homogéneos, entre los que podemos mencionar al sector comunal, estudiantil, juvenil, femenino, etc.

Este medio impreso conduce a la solidificación de intereses, característica que permite a los elementos grupales manifestar sus inquietudes personales, que coinciden con las inquietudes sociales.

En el contenido del periódico se manejan las temáticas culturales, sociales e información de interés general.

Dentro de esta clasificación se integra el medio de comunicación escrita el Periódico mural, pues éste pretende, a través del manejo de su información, dar a conocer las ideas, pensamientos y sentimientos de los pobladores amatitlanecos.

5.3.2. Medio Escrito "El Periódico Mural"

El periódico mural es uno de los medios de comunicación de índole específicamente alternativa. Al igual que el periódico, este medio se enfoca como transmisor de información entre grupos pequeños quienes manejan intereses en común.

Este característico medio posee cualidades significativas, entre ellas la utilización de la imagen (códigos icónicos), del mensaje ver-

²⁶ Yucuté, Miriam. Folleto Educativo "La comunicación alternativa". Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC. Guatemala, 1981.

bal (códigos lingüísticos) y de la aplicación de colores (códigos cromáticos). Se vale además, de ubicaciones estratégicas con el objetivo de ser observado por el mayor número de lectores posibles.

5.3.3. Medio Escrito "La Revista"

Este medio de comunicación escrita da apertura al manejo de temáticas educativas, culturales y sociales, información que identifica a grupos específicos.

La revista es igualmente flexible que los otros medios de comunicación alternativa pues le permite al interesado, utilizar la información, según sus intereses.

Este medio aplica recursos literarios como el editorial, el reportaje, la noticia y otros.

De igual forma que la revista de índole masiva, la revista alternativa tiene una periodicidad que se enmarca dentro del rango semanal, quincenal y mensual, pero contrario a las revistas como medios de comunicación masiva, las revistas alternativas están dirigidas a grupos pequeños, de sectores específicos.

5.3.4. Medio Escrito "El Boletín"

Este medio impreso es de menor periodicidad que el periódico. Con un formato flexible, el boletín permite que el creativo utilice todos los códigos icónicos, lingüísticos y cromáticos que le animan.

El costo del boletín es menor, no necesita de presupuestos elevados para su creación. Su típica característica, al igual que los otros medios de comunicación alternativa, es la concentración de temas de interés grupal.

5.3.5. Medio Escrito "El Mosquito"

El mosquito forma también parte de los medios de comunicación alternativa. Es concebido como el más diminuto de todos los medios de comunicación existentes, por tal razón su texto es conciso y directo.

Su contenido se delimita en la aplicación de mínimas oraciones, en las que se realiza un resumen detallado del contenido a tratar.

5.3.6. Medio Escrito "El Afiche"

Este medio de comunicación alternativa plasma una combinación de los códigos icónicos (imagen), lingüísticos (texto) y cromáticos

(color). En su conjunto, estos elementos hacen del afiche un medio accesible y llamativo. En su diseño prevalece la idea del mensaje claro, corto y sobre todo, atractivo.

El afiche permite que los pequeños grupos (que no tienen acceso a los medios de comunicación masiva) hagan público su sentir a través de su aplicación.

5.3.7. Medio Auditivo "La Radio"

Este medio de comunicación brinda la accesibilidad necesaria para que los grupos pequeños den a conocer sus ideales y su sentir, permitiendo llegar a otros grupos similares.

La radio utiliza una gama de mensajes para llegar al mayor número de personas en el menor tiempo posible. Esta característica esencial hace que sea uno de los medios de mayor interés para dichos grupos, además, es el medio más fácil y económico.

F.M. Acuario, se clasifica como radio alternativa. Este medio hace públicos todos los mensajes y servicios de interés local, además, está dirigido a radioyentes amatitlanecos.

5.3.8. Medio Auditivo "El Altoparlante"

El altoparlante surge como una alternativa para que los pequeños grupos se den a conocer públicamente, manifestando su sentir.

Este medio permite promulgar en espacios estratégicos como las calles avenidas principales y plazas, mensajes de interés social.

Su aplicación no se delimita únicamente ante el interés social, pues algunos los utilizan enfatizando intereses netamente comerciales de pequeños y grandes comerciantes.

5.3.9. Medio Audivisual La Televisión

La televisión, en función de la comunicación alternativa, surge como la posibilidad para que los pequeños grupos participen en la creación, planificación y transmisión de información de interés común.

Es de esta forma como la televisión brinda acceso a los pequeños grupos y les invita a formar parte de la comunicación social. Este medio (al igual que los otros de índole alternativa) aplica temas sociales, culturales y otros de interés para estos grupos.

Lago Televisión, forma parte de la comunicación alternativa televisiva, es de esta manera como permite a la población amatitlaneca, ser parte de la comunicación social

5.3.10 Medio Audiovisual "El Cine"

El cine es de carácter popular. Permite que pequeños sectores, entre ellos estudiantes del campo cinematográfico, del arte y la comunicación apliquen sus conocimientos a través su utilización.

5.3.11. El Arte

El arte promueve y estimula a la participación y expresión individual, grupal o social. Su objetivo principal es patentizar los ideales, pensamientos y sentimientos de quien o quienes emiten el mensaje.

La sensibilidad humana se manifiesta en el arte. Esta sensibilidad sembrada en la música, el teatro, la pintura, la poesía, la escultura y otras expresiones, contribuyen a que el ser humano de a conocer su sentir a través de la aplicación de cada una de ellas.

CAPITULO III

**EFFECTOS DE LA
COMUNICACION**

1. *Qué es Efecto*

Hemos descrito que la comunicación es una actividad relevante y que el ser humano la realiza para interrelacionarse con quienes comparten su entorno.

En ésta actividad, es el ser humano quien escoge el papel de emisor o receptor del mensaje. Si éste opta por el papel de receptor, se observan en él variaciones en su comportamiento y experiencia humana. Estas modificaciones no se harían presente si no fuese por la comunicación y la experiencia del individuo como receptor.

Bien dice Maletzke (1976:265) que todos los procesos de comportamiento y de vivencias susceptibles de ser observadas en el hombre, son derivadas de la circunstancia de que el hombre es perceptor en el campo de la comunicación.

Todas éstas variaciones del comportamiento generalmente son conocidas como Efecto, término que proviene del latín *effectus*, que es lo que sigue de una causa. Entonces, se comprende como efecto a "al resultado de una causa, impresión o consecuencia de un agente".

En tal sentido, las modificaciones en el comportamiento y la experiencia humana son consecuencia de la influencia que ejerce el emisor (quien envía el mensaje), el canal (medio utilizado para enviar el mensaje) y el mensaje (conjunto de ideas, pensamientos y sentimientos) sobre el receptor.

Con lo anterior, no debe pensarse que el receptor es un objeto estético y simple contenedor del mensaje. Claro es que el receptor recibe las ideas, los gustos y los valores del emisor, pero, es él quien se predispone o no al cambio.

Aunque bien se puede afirmar que todas las variaciones manifestadas en el receptor, gracias a la comunicación, se encuentran supeditadas al elemento o los elementos comunicativos que le han provocado.

Esto deja entrever que el mensaje y el canal, elementos comunicativos, son las herramientas de que se vale el emisor para ejercer presencia en el receptor. Un mensaje bien estructurado, enviado en el canal adecuado y en el momento preciso, activa en el receptor, procesos que conducen a las modificaciones en el comportamiento, en el saber, en las opiniones y actitudes, en la órbita emocional y en las esferas profundas de lo psíquico (Maletzke 1976:269). Basados en tal clasificación, abordaremos el tema de la manifestación de los efectos de la comunicación.

2. *Manifestación de los Efectos de la Comunicación*

Como se mencionó anteriormente, la presencia de la comunicación activa procesos que conducen modificaciones en el comportamiento, en el saber, en las opiniones y actitudes, en la órbita emocional y en las esferas profundas de lo psíquico. De esto, hablaremos a continuación.

2.1. *Efectos en el campo del comportamiento o de la conducta*

En nuestra calidad como ser individual y social, es el comportamiento el que rige nuestras actividades. De aquí, que se defina al comportamiento como todas las acciones que el ser humano realiza en búsqueda del equilibrio con el medio familiar y social.

Para encontrar un adecuado equilibrio con el medio, el ser humano se vale del promotor de las actividades humanas, la comunicación. Recordemos que tan pronto el individuo opte por el papel de receptor de la comunicación, inmediatamente se activan en él variaciones en su comportamiento.

Dichas variaciones pueden manifestarse modificando estrictamente el comportamiento o bien tender más al refuerzo que al cambio (Klapper 1988:83).

Es aquí donde actúan algunos elementos de la comunicación. Elementos como el contenido del mensaje e influencia de los medios de comunicación contribuyen a la modificación o refuerzo del comportamiento.

En cuanto al mensaje, las variaciones del comportamiento pueden darse, ya sea por un plan intencionado por parte del emisor ó bien por factores ajenos a la voluntad de éste.

En el primer aspecto, el emisor pretende influir en el comportamiento del receptor, de aquí que elabore, de forma consciente e intencional, el mensaje. Como sabemos, el emisor es el actor intelectual del mensaje y se vale de esta ventaja para incluir en el contenido de este sus valores, patrones culturales y conocimientos, enfatizando su intención de influir en el comportamiento de quien recibe el mensaje.

Un ejemplo de los mensajes elaborados con el fin de influir en el comportamiento del receptor son las propagandas políticas, cuyo contenido, intencionalmente estructurado, tienden a modificar o reforzar las acciones del receptor.

Ahora bien, los efectos de la comunicación no dependen siempre de la intencionalidad del emisor. Factores ajenos como la influencia del contexto, la divergencia de los códigos y las alteraciones producidas en el canal, contribuyen también a modificar el comportamiento del receptor.

El contexto, suele determinar las acciones del receptor. Estas acciones son determinadas cuando el entorno social o natural lo exija. Como típico ejemplo, ilustraremos el caso de un individuo latinoamericano que emigra a Estados Unidos, el nuevo contexto al que se acomoda le presenta diferencias en el idioma, hábitos de vida y otras características a las que debe acoplar sus acciones para encajar en dicho contexto.

Como se dice, nuestro comportamiento se manifiesta de acuerdo a lo que vemos, aprendemos y experimentamos en el contexto y de cómo adaptamos nuestras acciones según las necesidades que el medio exija.

Retomando el ejemplo anterior, el emigrante latino se encuentra en un contexto impropio, por ende, el código existente es distinto al que maneja, de esta manera se ve obligado a modificar su código, adecuándolo al que prevalece en el nuevo contexto. Es aquí donde la divergencia de los códigos exigen modificaciones en el comportamiento, siendo éste el actor independiente de la intencionalidad del emisor.

Por sí solos, esta gama de contenidos, elaborados para modificar o no el comportamiento de quien recibe el mensaje, no poseen valor significativo hasta no ser enviados al receptor, por los diversos canales, influyendo de cada uno de ello de forma diversa.

Dichos canales o medios de comunicación afectan el comportamiento del ser humano en forma distinta. Como dice Maletzke (1976:310) si acaso se demuestra que un determinado mensaje, de un determinado medio, ejerce determinados efectos, queda eventualmente abierta la pregunta si este mismo mensaje, transmitido por otro medio, habría de conducir a los mismos efectos o a otros.

Los medios escritos, por ejemplo, son el único medio que permite al receptor, escoger el tiempo, lugar y modo de selección de la información. Con esto se acentúa la modificación del comportamiento, pues se permite que el receptor consulte cuantas veces lo desee, el mensaje.

Esta importante característica hace de los medios de comunicación escrita un cúmulo invaluable de información. Dentro de esta información impresa se encuentra la destinada a resolver los problemas prácticos o personales, a identificarse con las metas hacia las cuales el individuo lucha, apoya la posición asumida y otras cuestiones relacionadas con el cambio o refuerzo del comportamiento.

La radio uno de los medios de comunicación más accesible, permite el contacto directo entre emisor y receptor. Todos los programas transmitidos por la radio, presentan información para buscar rápidas soluciones a los problemas existenciales del ser humano. Tales soluciones pueden ser acogidas en el momento, recordadas en el futuro o simplemente no asimiladas, esto debido a la mucha, poca o nula atención prestada al contenido del mensaje. De estas cuestiones depende que la información modifique o refuerce el comportamiento existente o bien que no se apliquen ambas por la falta de concentración en el mensaje.

El medio televisivo cuenta con una visible ventaja y es la aplicación de imagen y sonido en una sola línea. Esta es o puede ser la razón por la cual el receptor preste mayor atención al mensaje emitido.

Si su concentración es tal, se activan en él cambios o refuerzos del comportamiento, pero, si no aplica su interés al mensaje, su acción queda delimitada a la de simple espectador y la acción del medio queda delimitada a la de simple transmisor de información.

2.2. Efectos en el campo del saber

Hasta el momento, hemos comprendido que la comunicación se manifiesta en la transmisión de un mensaje por parte del emisor hacia el receptor. Dicho mensaje esta constituido por la información intercambiada entre los actores de la comunicación. Gracias a este intercambio de información, el ser humano enriquece su saber, pues recoge información, hechos, fechas e interpretaciones, siendo así como aprende (Maletzke 1976:273).

Toda información de los conocimientos mediante la comunicación se ordena en dos áreas, el área de la educación formal y el área de la educación no formal.

2.2.1. Area de la educación formal

La educación formal es concebida como la actividad educativa inscrita en el sistema educativo legalmente establecido. Es la formación integral del hombre, recibida en los centros de enseñanza.²⁸

28 Este tipo de educación constituye el conjunto de estudios y disciplinas de caracter científico.

La educación formal esta conformada por:

a. Educación pre-Primaria

Es el primer nivel educativo que precede a la educación primaria. Tiene como objetivo la agilización psicomotora, etapa fundamental en el desarrollo de la personalidad del niño.

b. Educación Primaria

Es el segundo nivel educativo el cual precede a la educación básica. Este nivel tiene como objetivo aplicar un conjunto de métodos y técnicas que se centran en el desarrollo físico intelectual del niño.

c. Educación Básica

Es el nivel educativo que precede a la educación media (en nuestro medio) y que tiene como objetivo la implementación de conocimientos básicos (valores, actitudes y conocimientos) que se complementarán en el nivel educativo superior.

d. Educación Media

Este nivel educativo precede a la educación universitaria. Su primordial objetivo es la preparación profesional del estudiante, capacitándole para desempeñar adecuadamente la actividad laboral de un área específica.

e. Educación Universitaria

Es el nivel educativo que tiene como objetivo la preparación intelectual, científica e investigativa del estudiante, para que éste aplique todas las capacidades y conocimientos adquiridos en un extenso trayecto de preparación.

Luego de conocer las partes que integran a la educación formal, hablaremos un poco del empleo que hace este tipo de educación de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son utilizados por los centros de enseñanza de toda índole, ya sea privados o públicos, mixtos o de género uniforme, de primaria, básico o diversificado.

Es importante resaltar, que como un complemento para la enseñanza impartida, el maestro se vale de algunos medios de comunicación como la televisión, el vídeo y los audiovisuales, todos ellos utilizados para transmitir conocimiento.

Por ejemplo, en la actualidad, algunos centros de enseñanza cuentan con aparatos como la televisión, la videograbadora, el retroproyector, utilizándolos como medios de complemento para la educación tradicional.

Existen estudios que evidencian que la enseñanza transmitida por parte del maestro y de los medios de comunicación tienen un éxito similar, en tanto otras investigaciones le atribuyen mayor efectividad a la enseñanza del maestro y otras a la enseñanza a través de los medios de comunicación.

2.2.2. Area de la Educación no-Formal

La educación no formal es la actividad educativa ajena al sistema educativo legalmente establecido. Todo conocimiento adquirido fuera de la formación implementada en los centros de enseñanza forman parte de la educación no formal, entre éstas mencionaremos la:

a. Educación Ambiental

Este tipo de educación persigue la adquisición de determinadas actitudes y acciones propositivas que fomenten la protección y preservación del medio social y natural.

Lastimosamente este tipo de educación no se incluye dentro de la educación formal. Todo conocimiento de esta índole es adquirido al ser parte de organizaciones e instituciones que se interesen por esta temática.

b. Educación Artística

Esta constituye uno de los ejes fundamentales en la formación integral del individuo. Su importancia radica en el desarrollo de la sensibilidad y de la capacidad creativa del ser humano. Incluye el valor intrínseco de las obras de arte.

c. Educación Cívica

Esta educación está delimitada en las relaciones sociales, dentro de una misma ubicación geográfica, persigue la implementación de valores como la seguridad, el respeto y la solidaridad entre los ciudadanos.

d. Educación Familiar

En el seno familiar se da origen a los primeros conocimientos del ser humano. Es aquí donde se transmiten los conocimientos, valores y patrones culturales del individuo. Además, se siembra la riqueza del saber encerrada en una serie de conocimientos educativos, culturales y sociales.

e. Educación a través de los Medios de Comunicación Social

Los medios de comunicación, son los canales que el emisor utiliza para hacer llegar el mensaje al receptor. Entre estos medios se encuentran

- los escritos
- los auditivos
- los audiovisuales.

Es de tal forma como el periódico, la revista, la radio, la televisión, el cine y otros medios, son los instrumentos utilizados por el emisor para cumplir con los fines educativos a través de la comunicación.

Ahora bien, cómo pueden la educación ambiental, la artística, la familiar y la cívica, influir en la educación no formal del individuo.

Primero, estos tipos de educación no formal utilizan mensajes con contenidos específicos lo que hace referencia a su temática particular. Dichos mensajes están estructurados por características alusivas al tema. Por ejemplo, la educación ambiental elabora mensajes enfocados a la preservación del ambiente socio natural; la educación artística enfatiza, a través del mensaje, la sensibilidad y capacidad creativa del ser humano; la educación a través de los medios de comunicación esta enfocada en el mensaje en sí, como arma a utilizar.

En la actualidad, por ejemplo, la educación ambiental se vale de la mayoría de los medios de comunicación para transmitir información referente a la preservación del ambiente. Utiliza, en su mayoría, la televisión y los medios escritos, de la misma forma que los aplican la educación artística, familiar y cívica.

Como se ha indicado, estos medios son los instrumentos utilizados para transmitir mensajes, en este caso, con un fuerte contenido educativo. Para ordenar esta información los medios se valen de algunas temáticas que se explican a continuación:

f. Temática Deportiva

Enfatiza la práctica de actividades deportivas que han alcanzado gran desarrollo y difusión, convirtiéndose muchas de ellas en espectáculos públicos realizados por profesionales.

g. Temática Social

Esta temática abarca lo relativo a la sociedad, por ejemplo, en Latinoamérica, es la información dedicada a las actividades de la alta sociedad o gran mundo del país respectivo, en otros casos, abarca información de los ítemas de interés social.

h. Temática Religiosa

Presenta lo relativo a la religión o a los que la profesan. Reune el conjunto de creencias, mitos o dogmas de la divinidad y de las prácticas rituales para darles culto.

i. Temática Educativas

Esta temática tiene como base el desarrollo de las facultades intelectuales, morales y físicas del ser humano.

j. Temática Cultural

Aquí se toma en cuenta el cultivo de los conocimientos humanos en los usos, costumbres, creencias, normas, procedimientos, idiomas, forma de vida de los pueblos, en particular, y del mundo en general, y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades mentales del hombre, cuyo conjunto de informaciones se ha ido transmitiendo a través del tiempo y por una sociedad.

Con esta breve reseña se explica, primero, las parte que conforman la educación no formal; segundo, las típicas características que constituyen el contenido del mensaje; y tercero, los medios de comunicación utilizados por éstos, además, de las diferentes temáticas tratadas en los medios.

Los anteriores puntos nos brindan un panorama sobre los efectos de la comunicación en el campo del saber.

2.2.3. Efectos en el campo de las actitudes y opiniones

En el ser humano, las opiniones y las actitudes empiezan a ser moldeadas a una edad muy temprana. Estas opiniones y actitudes se han formado a merced de las experiencias y los tratos con las personas. Dicha relación esta fuertemente respaldada por la comunicación.

En tal caso, diremos que las opiniones y las actitudes están ligadas al ser humano, pues es éste quien aprende y experimenta de su contexto, todo ello, gracias a la comunicación.

Pero, ¿a qué se le conoce como actitud y opinión?. Una actitud, es la disposición²⁹ o predisposición de un individuo a reaccionar de manera determinada a estímulos sociales de carácter general. En tanto la opinión, es la declaración de un individuo a cerca de su propia actitud (Warren 1993:251).

29 La disposición es relativamente duradera hacia cualquier característica de una persona, lugar o cosa.

Lo anterior, deduce que la actitud y la opinión están íntimamente relacionadas. Manifestar determinada actitud induce a expresar determinada opinión.³⁰

Retomando el primer párrafo, las opiniones y las actitudes son moldeadas en distintos contextos.

Entre los primeros contextos mencionaremos el seno familiar, en donde, a temprana edad, se inicia la formación de las actitudes y opiniones del individuo.

El segundo contexto a mencionar, es el seno social, donde las actitudes y opiniones son fomentadas a través de la experiencia y trato con las personas. Como dice Liebert Neale (1984:341) "las actitudes y las opiniones se forman con la sola familiaridad con una persona, grupo o cosa".

De acuerdo con esta familiaridad entre personas y grupos de personas, Palma (1982:13) crea una clasificación y distingue tres actitudes importantes: la decisión, la evaluación y el apoyo.

- La decisión, en la que formulado un mensaje, un individuo indica a otros lo que debe hacer.
- La evaluación, en la que formulado un mensaje, un individuo indica a otro lo que debe pensar.
- El apoyo, en la que formulado un mensaje, un individuo indica a otro lo que debe sentir.

El qué hacer, el qué pensar y el qué sentir se encuentran ligados al mensaje. En el mensaje se utiliza toda una gama de contenidos, estructurados, de forma intencionada o no intencionada, para influir en la actitud y opinión de quien recibe dicho mensaje. Aquí volvemos a la cadena entre el emisor, el mensaje, el canal y el receptor.

El emisor, envía el mensaje con una ferviente intención de modificar o no modificarla actitud y por ende la opinión. El mensaje contiene la información que inflencie el qué hacer, el qué pensar y el qué sentir.

El canal, como medio utilizado para enviar el mensaje, afecta en forma distinta al campo de las actitudes y las opiniones. Por ejemplo, la televisión³¹ enfatiza el valor de la iniciativa, de las cualidades morales y de la confianza en sí mismo. La radio, en similar forma que la televisión, fomenta los contenidos de valor moral y patrones culturales.

³⁰ Al variar la actitud, definitivamente varia también la opinión, pues ambas se encuentran ligadas.

³¹ Véase Maletzke, Gerhard "Efectos de la comunicación social". Editorial época. Ecuador 1,976.

Luego del canal, hablaremos del receptor, quien aparte de ser el objetivo principal del emisor, es quien decide si asimila o no el mensaje.

El receptor puede ser un adulto o un niño, éste último es fácilmente influenciado por los medios de comunicación, los que le absorben y guían, en muchos casos, a un mundo impropio, al mundo de los adultos. Y es que con una mente dócil, creativa y fantasiosa, el niño asimila todos los mensajes que le son enviados. Algunos de estos mensajes están dirigidos a educar y entretener, otros para que se opte por actitudes y acciones inapropiadas para su edad cronológica.

2.2.4. Efectos en la órbita emocional

El ser humano, como receptor del mensaje enviado por el emisor, acumula un conjunto de ideas, pensamientos y sentimientos. Este último se sitúa en la órbita emocional del receptor.

Si vamos a hablar de la órbita emocional del receptor, debemos saber ¿qué es la emoción?. Según Pelayo (1982:388) la emoción es "la agitación, turbación y sobresalto, producida en el ánimo".

Por ejemplo, la atracción, el sentimiento estético, la esperanza, el temor, la alegría, el entusiasmo, la ansiedad, la torpeza, el afecto, la soltura y el desprendimiento son algunas de las emociones vividas y experimentadas por el ser humano.

El ser humano, al ser presa de una emoción se comporta de una manera objetivamente observable: llora, ríe, grita, tiembla, palidece y en ese estado de excitación de impasibilidad, el rostro adopta las expresiones más diversas y todo el comportamiento sufre notables variaciones.

Todo este cúmulo de emociones es experimentado por el ser humano debido a su papel de receptor en el proceso comunicativo. De aquí que el mensaje y el canal influyan de igual manera. Por ejemplo, el mensaje transmitido por la televisión, la radio y el periódico, manifiestan sensación de soltura (sentido de libertad); de alegría (expresión del ánimo en signos externos como el gozo, la dicha y el humor) y el desprendimiento (desapego, desinterés).

2.2.5. Efectos en la esfera psíquica profunda

A los efectos de la comunicación en el comportamiento, el saber, las opiniones y actitudes y en la órbita emocional, se suman los efectos de la esfera psíquica profunda.

Por efectos en la esfera psíquica profunda debe entenderse todas

las alteraciones, producidas por la comunicación, en la base inconsciente.

Aquí se encuentra relacionada con todos los procesos dinámicos que actúan sobre la conducta, pero, que escapan de la conciencia. Entre éstos, los efectos traumáticos conectados con mensajes de la comunicación social. Por ejemplo, los casos de individuos que presentan tendencias suicidas luego de haber observado películas que insiden en él para optar por determinados comportamientos

Todas estas alteraciones en la esfera psíquica profunda se manifiestan más en la influencia del mensaje que en la influencia del canal utilizado. Esta es la razón por la que se dice que el mensaje reduce o frustra los estímulos, o bien, despierta o fortalece determinados impulsos.

3. Factores que participan en el proceso de los efectos de la comunicación

La comunicación existe, gracias a la relación entre el emisor, el mensaje, el canal y el receptor; elementos que integran el proceso comunicativo. De aquí que estos elementos intervienen en el proceso de los efectos.

3.1. El emisor en el proceso de los efectos

Como se explica en el primer capítulo, el emisor, es el elemento primordial del proceso comunicativo, pues es él quien emite o envía el mensaje.

El emisor decide sobre las materias que deben ofrecerse al receptor y sobre el modo en que han de configurarse estas materias (Maletzke 1976:301). Por ello, quién dice algo generalmente es tan importante como qué es lo que dice.

De acuerdo a lo que piensa decir, el emisor crea, ordena y emite el mensaje.

En la creación, incluye una serie de ideas, pensamientos, valores y patrones culturales obtenidas de la experiencia individual y social que su contexto le proporciona.

El orden que le imponga al contenido del mensaje, se ve influenciado por los objetivos y fines individuales, grupales o sociales.

En cuanto a la emisión, es el emisor el encargado de la selección del medio adecuado, previendo con ello, una posible determinación de los efectos.

3.2. El mensaje en el proceso de los efectos

El mensaje es el conjunto de ideas, pensamientos y sentimientos que el emisor comunica al receptor. Sin duda alguna toda esta gama de contenidos provoca efectos en el receptor. Dichos efectos dependen de la forma y contenido del mensaje.

Como dice Hovland (1996:506-514) "todo público está influenciado por el carácter y contenido de la información emanada del mensaje".

El contenido, le proporciona levedad o peso al mensaje. En tanto la forma o configuración, le proporciona un sentido al contenido, siendo esto lo que determina su resultado.

3.3. Los medios en el proceso de los efectos

Como ya hemos mencionado, el medio es el vehículo que utiliza el emisor para hacer llegar el mensaje al receptor.

En la comunicación social, el mensaje es enviado por medios técnicos como el periódico, la radio, la televisión, entre otros.

El periódico, por ejemplo, es el único medio que permite al receptor seleccionar el tiempo, espacio y modo de selección de la información. Además, la lectura lo ocupa más activamente, siendo este un hecho relevante en lo que se refiere a efectos de los medios escritos (Maletzke 1976:308). Este medio es eficaz cuando se trata de grupos pequeños.

La radio al igual de la televisión, alcanza mayor contacto entre el comunicador y el receptor y proporciona, con más intensidad, la impresión de la realidad (Maletzke 1976:309). La ventaja de éstos medios se encuentra en su amplio panorama comunicativo.

En cuanto a la radio, sus mensajes deben ser concisos y de fácil entendimiento para que éstos puedan ser retenidos. Además, el medio debe ser entretenido y participativo para que despierte la atención del radioescucha.

En tanto la televisión cuenta con una visible ventaja y esa es la imagen utilizada. Como dice Maletzke, esta característica demanda del receptor más atención directa en comparación a los otros medios.

Los medios de comunicación conforman, con el emisor y el mensaje, parte de los factores que contribuyen a la manifestación de los efectos.

3.4. El receptor en el proceso de los efectos

El receptor es quien recibe el mensaje enviado por el emisor. Dicho mensaje es asimilado de forma indistinta, siendo esta la razón por la que los efectos de la comunicación sean diferentes en cada receptor.

Según Maletzke (1976:311) el receptor del mensaje se deja influir por dos vías: la directa y la indirecta. La vía directa se manifiesta en las modificaciones inmediatas de la personalidad, dadas en una situación determinada. Todo esto se enfoca en la forma en que el receptor se deja influenciar en áreas como el comportamiento, el conocimiento, en las actitudes y opiniones.

En cuanto a la vía indirecta, se habla de la variación de los efectos relevantes en lo que se refiere a efectos. De aquí que se sustituya la idea de que el receptor es un contenedor plano del mensaje, pues es éste quien observa la acción de los factores participantes (el emisor, el mensaje y el canal) y los interpreta.

4. Efectos de los Medios de Comunicación

Nuestro siglo se ha caracterizado por el hecho de que vivimos en la era de la comunicación. Los nuevos medios de comunicación social, su omnipresencia e influencia, permite reflexionar, sobre el papel que dichos medios juegan en la vida y conducta del ser individual y social. Y es que medios como el periódico, la radio, la televisión y otros, se convierten en los principales proveedores de información y entretenimiento.

4.1. Efectos del Medio Escrito

Por varios siglos, los medios de comunicación escritos fueron los únicos medios de comunicación existentes.

Una de las características de estos medios es que permiten manipular la información en soportes manejables. Dicha característica le brinda al receptor la oportunidad de leer, archivar y seleccionar la información.

Berelson proporciona un análisis útil sobre los efectos que los medios de comunicación producen.

Primero, habla de los efectos instrumentales, que son los relacionados fundamentalmente con la utilización de la información impresa para resolver diversos problemas prácticos y personales del individuo. Aquí se enmarca la información que proporciona una solución inmediata a los conflictos personales. Por ejemplo, la información sobre cómo eliminar el estrés o cómo mejorar la salud.

La segunda clasificación habla sobre los efectos de estimación propia o prestigio, que provienen de la información tiende a alabar al grupo al cual pertenece el lector, son ávidamente leídos por esta razón. Algunas veces la lectura produce una reducción en los sentimientos de culpa y de inferioridad y en otras ocasiones invita a la identificación con aquellos que han alcanzado metas hacia los cuales el individuo esta luchando.

El siguiente efecto habla del refuerzo, donde se manifiesta el apoyo a una posición que ya se ha asumido. Por tal razón el lector tiende a leer esta información que es solidaria a sus objetivos.

En el efecto denominado respiro, la respuesta transitoria a la lectura, es descrita mediante términos como "para olvidar las preocupaciones", "para reír un poco" y "para matar el tiempo".

Y por último, la experiencia estética enriquecida, efecto que tiende a fortalecer áreas especiales de la experiencia individual, entre ellas el arte, manifestado a través de la música y la pintura.

4.2. Efectos del Medio Radial

La radio, en el campo de la comunicación, ha registrado cambios significativos y profundos. Estos cambios se dan gracias a que es un medio innovador por excelencia.

La accesibilidad de la radio permite llegar con el mismo mensaje, al mayor número de receptores, en el menor tiempo posible. De aquí se dice que este medio es considerado como un medio de información superior a las cartas circulares, los letreros, las exhibiciones y otros tipos de influencia.

Han sido extensos los estudios de la radio que han descubierto que sus efectos son diversos. Primero, la radio, al igual que los medios escritos, prestan soluciones a los problemas reales del individuo. Segundo, se enmarca una tendencia en el radioescucha a aceptar gran número de ideas presentadas, aunque algunas sean contradictorias a las propias.

4.3. Efectos del Medio Televisivo

La televisión es considerada como el medio de comunicación más potente. Este medio responde a la urgencia del ser humano de encontrar imágenes icónicas y verbales que sirvan de soporte a la comunicación.

Como dice Hovland (498-499) "la televisión es el niño prodigio de los medios de comunicación con el público.

Aunque su período de investigación es más corto que el de los otros medios, se han logrado delimitar aportes importantes.

Primero, la televisión tiene enorme influencia en el campo de la educación. Este medio es el portador de una extensa gama de mensajes que contiene los valores, patrones culturales, conocimientos y creencias, transmitidas a los individuos o grupos de individuos.

La televisión influye además en las actitudes y opiniones del receptor. Es como hemos dicho, los medios de comunicación, en este caso el televisivo, son moldeadores de las actitudes y por ende de la opinión.

Por último, diremos que este medio altera el patrón de vida de la familia típica. La televisión, a través de su información, modifica los patrones de vida, especialmente los de la familia.

CAPITULO IV

**METODOLOGIA
DE LA
INVESTIGACION**

Investigación de Campo

La investigación de campo de la presente Tesis fue realizada en los cantones San Antonio, El Rosario, La Cruz, Ingenio, Amanecer, San Lorenzo, San Juan y Hospital de la cabecera municipal de Amatitlán, teniendo como objetivo primordial la indagación de los efectos de la comunicación alternativa en la población de dicha cabecera.

Tipo de Investigación

Tesis Monográfica Descriptiva.

Universo

7,359 hogares en la cabecera municipal de Amatitlán.

Sujetos de estudio

Hombres y mujeres, entre 15 y 64 años de edad, con ocupación y profesión variada, que habiten en uno de los ocho cantones que integran la cabecera municipal de Amatitlán.

Criterio Muestral

200 personas que viven en los 8 cantones que conforman la cabecera municipal de Amatitlán. Hombres y mujeres de 15 a 64 años de edad, con ocupación y profesión variada. En la encuesta se tomó como rango de edad inicial a las personas de 18 años, aprovechando la época electoral para formular lo siguiente ¿Con la información recibida del medio, ya se decidió por quién votar? pregunta que contribuye para alcanzar uno de los objetivos de la investigación.

Técnica de recolección de datos y determinación del tamaño de la Muestra

En la recolección de datos se utilizó el muestreo estadístico por bloque, donde se escoge un número determinado de personas o grupos familiares que representarán el bloque general de estudio.

El número mínimo de personas encuestadas para la investigación esta seleccionada en un 95% de confiabilidad, que representan el mayor área de la curva normal y un 10% de exactitud sobre la proporción encuestada con base a las interrogantes planteadas a los encuestados.

El número mínimo estadístico que representara a la muestra total se determina por medio de la fórmula:

$$n' = \frac{NZ^2 pq}{d^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

En donde:

n' = tamaño de la muestra representativa de la población.

Z = valor tabular de la distribución normal o área que determina el valor total observado (95% = 1.96).

N = número de hogares que constituyen la muestra representativa del bloque completo estudiado.

P = proporción de la población del estimador en cuestión.

Q = complemento de la población del estimador en cuestión.

D^2 = grado de precisión del trabajo, estimado en un 10% de certeza de la premuestra.

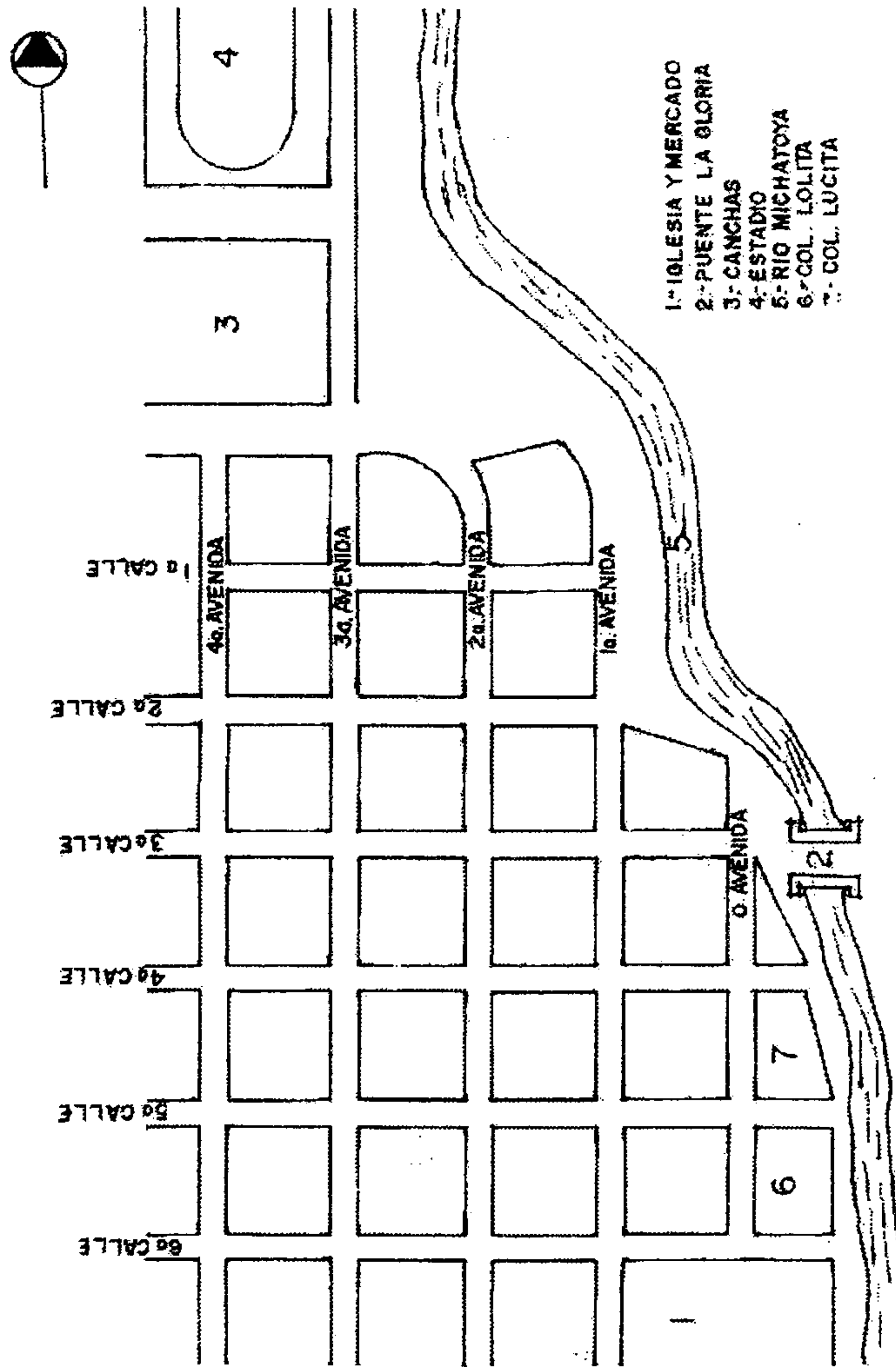
Se tomó una muestra real de 200 personas encuestadas distribuidas en forma equitativa en los ocho cantones de la cabecera municipal de Amatitlán.

El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario.

Los bloques de muestreo estadístico que fueron objeto de estudio en el trabajo de campo, están ilustrados en los siguiente croquis:

Ilustración 1:

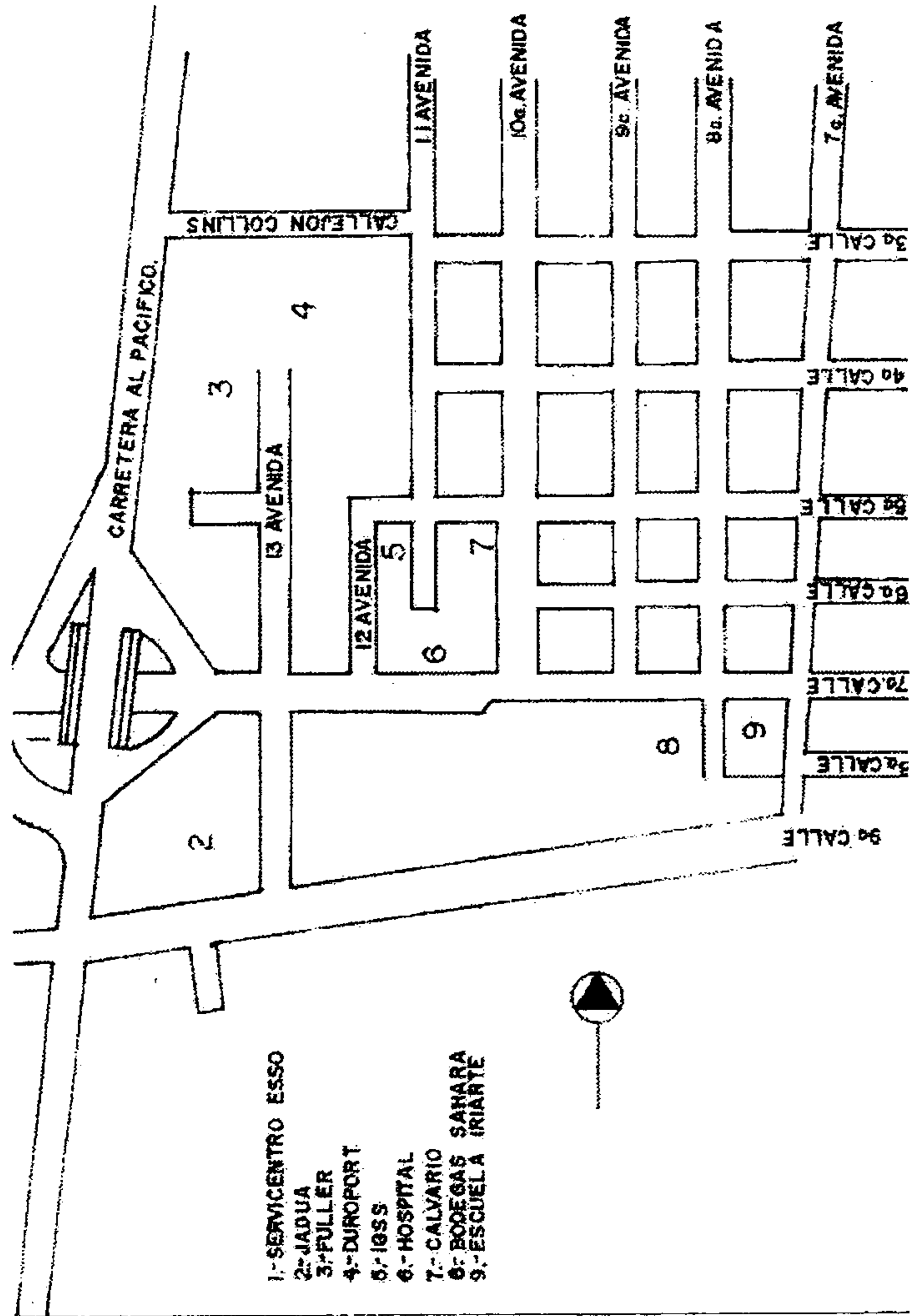
Canton La Cruz



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 2:

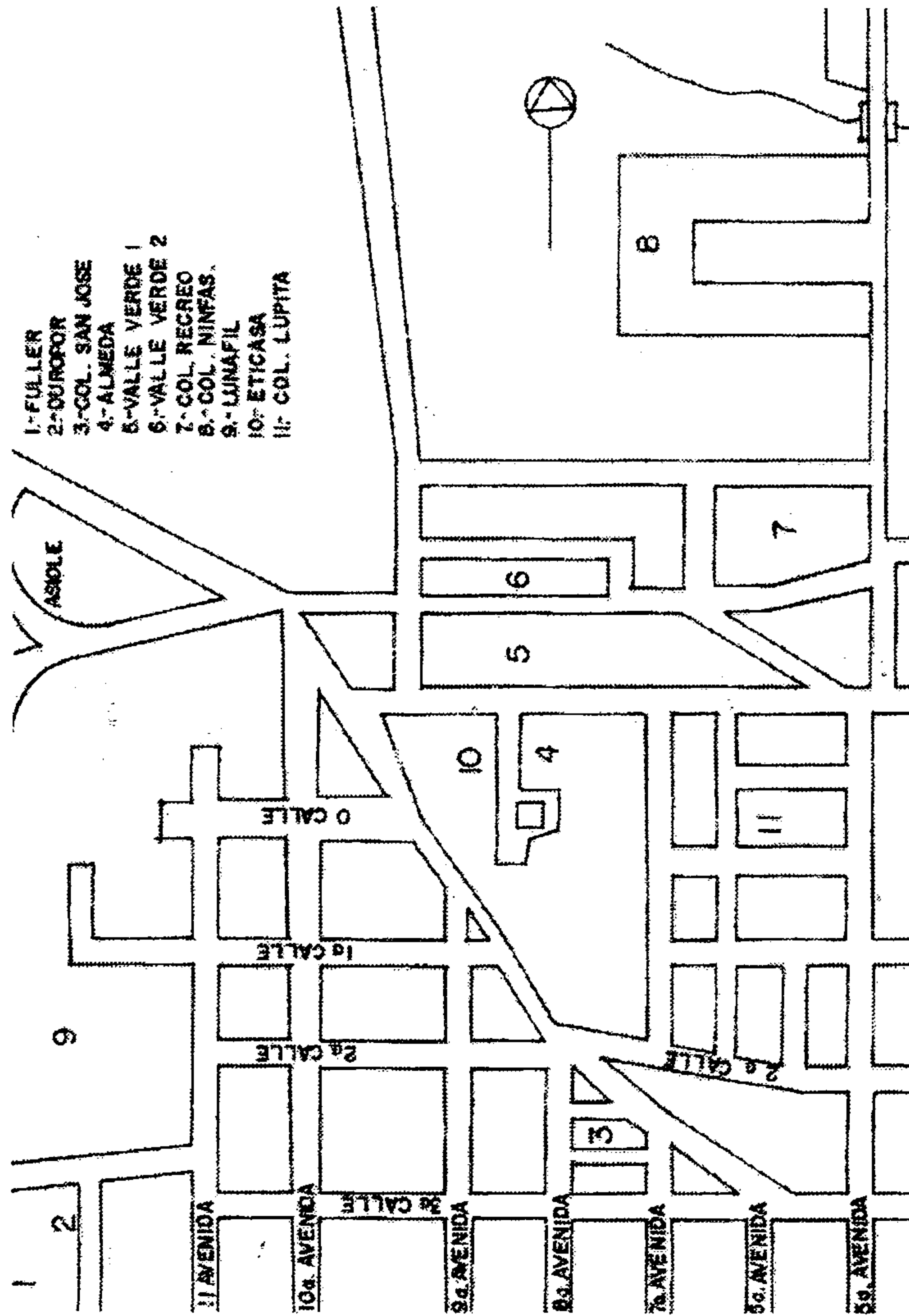
Canton Hospital



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 3:

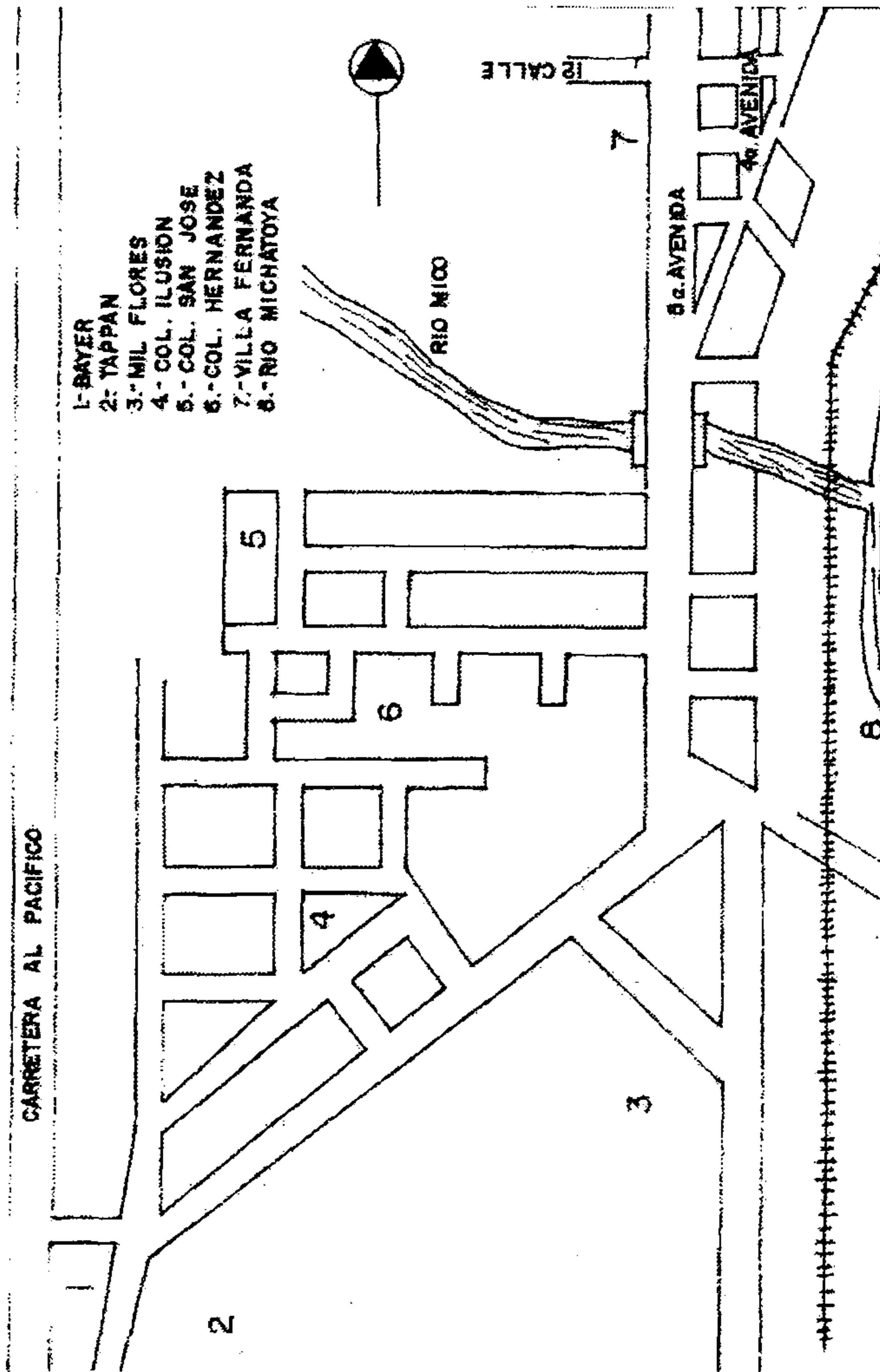
Canton San Lorenzo



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 4:

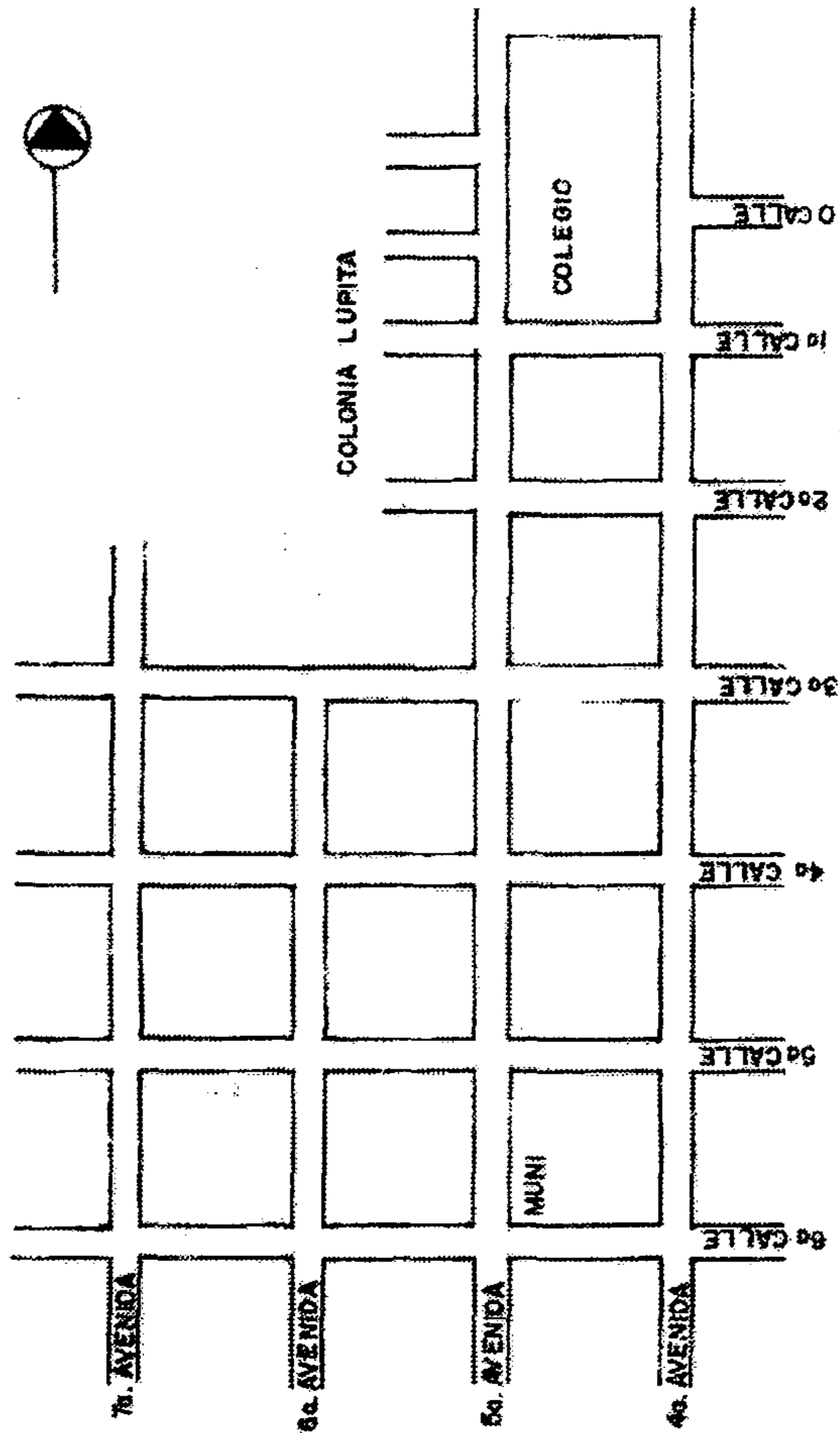
Canton Ingenio



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 5:

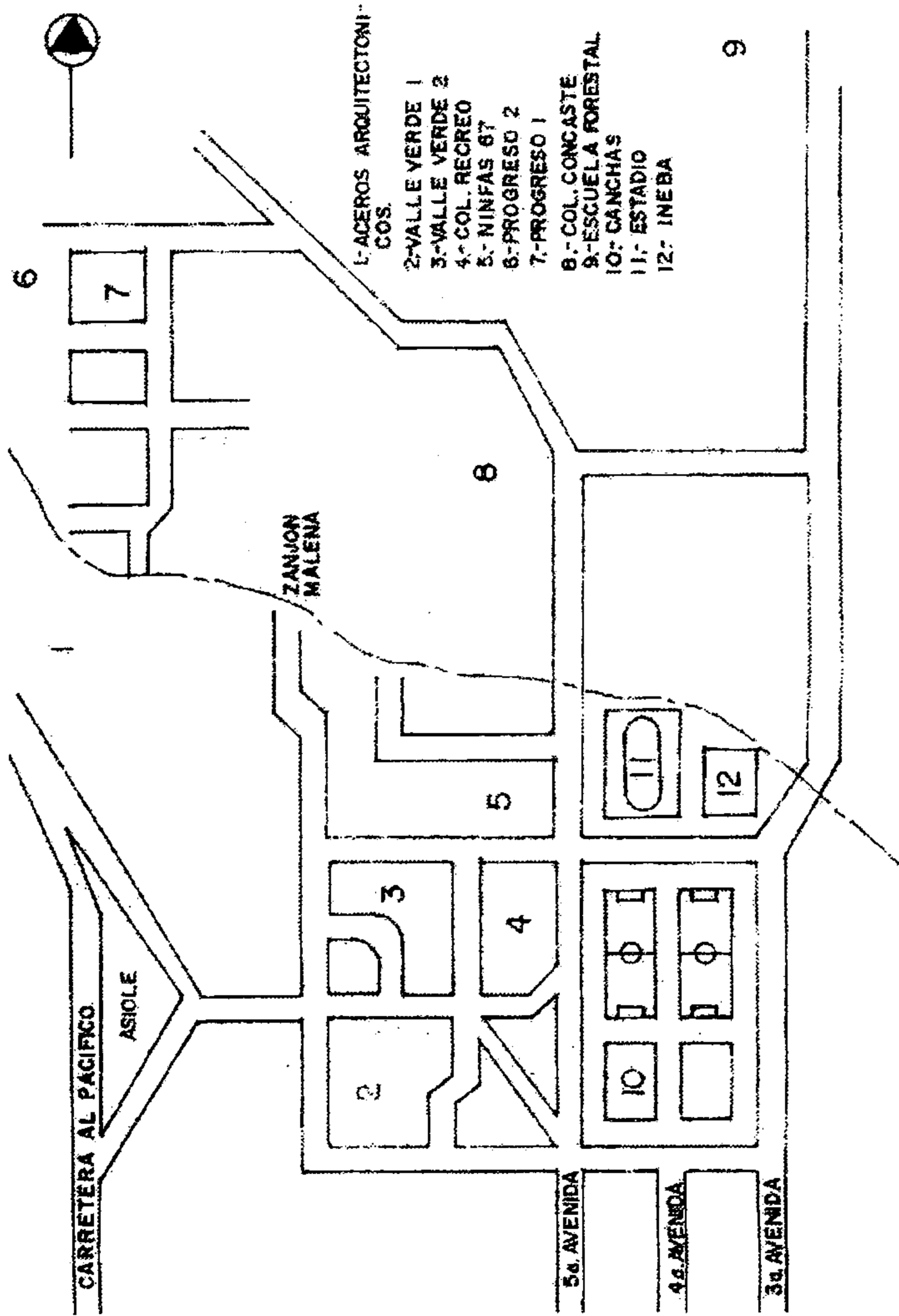
Canton San Juan



—
Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 6:

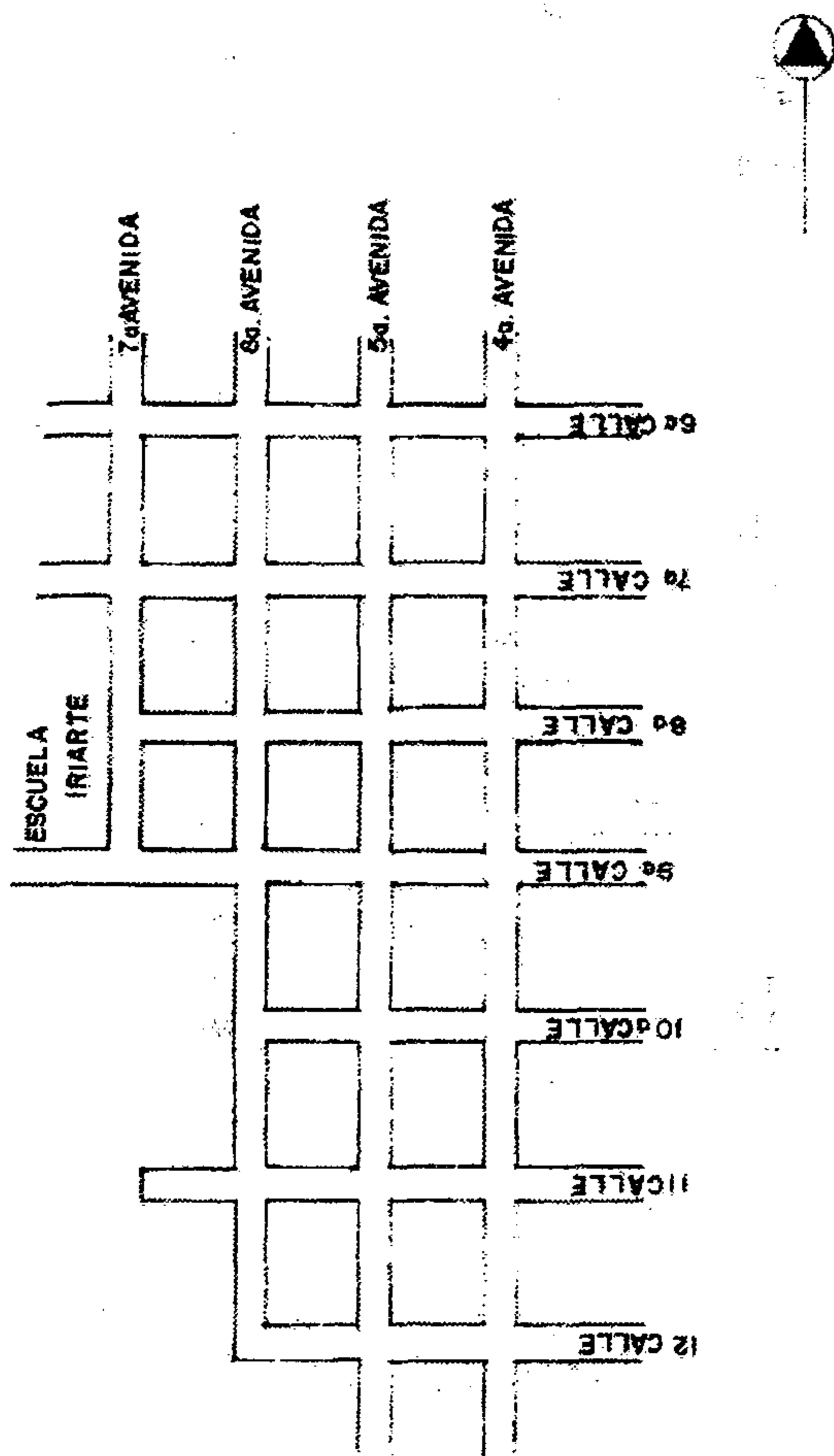
Canton Amanecer



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 7:

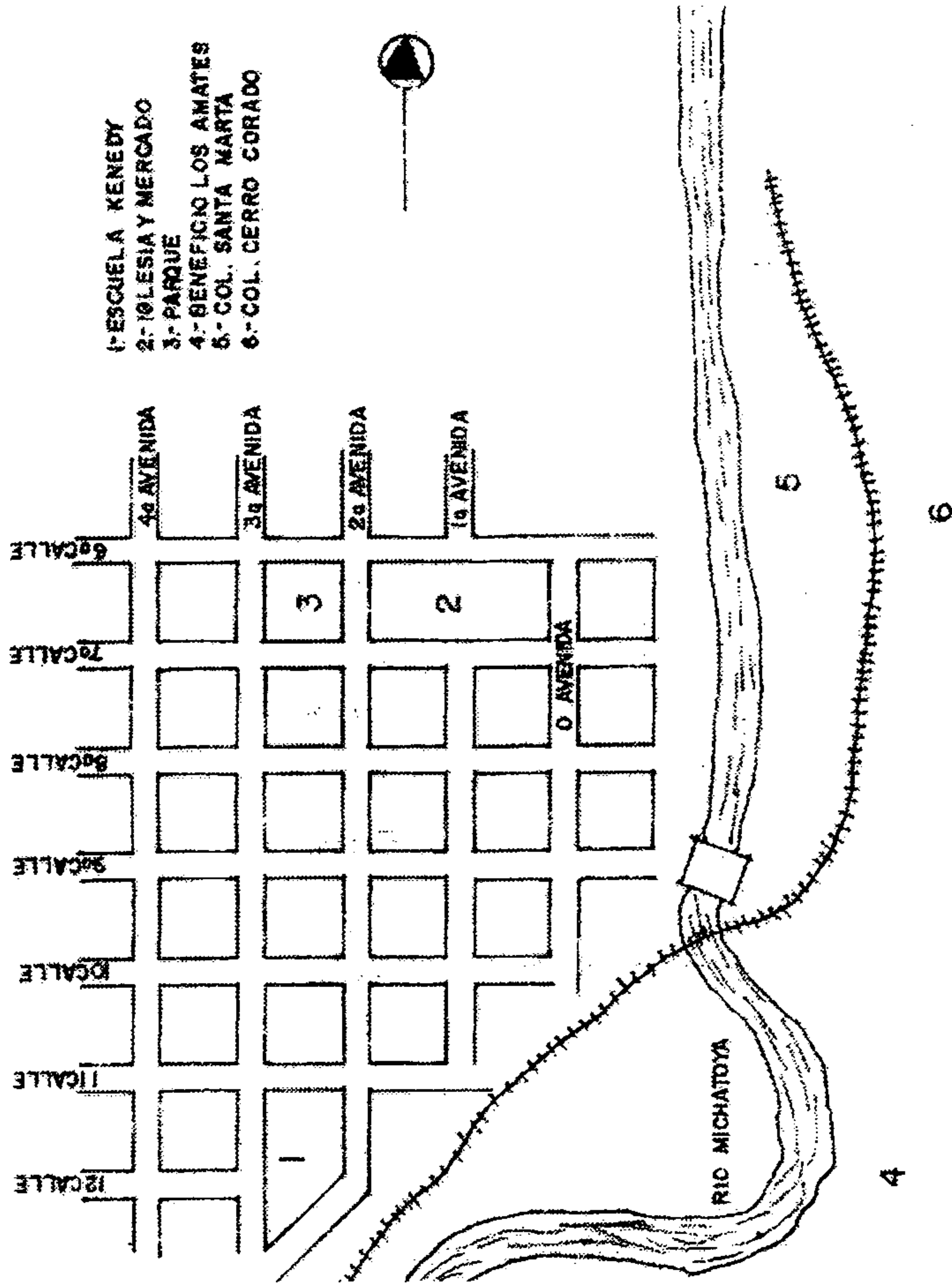
Canton Rosario



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

Ilustración 8:

Canton San Antonio



Croquis: Efraín Guzmán Monasterio

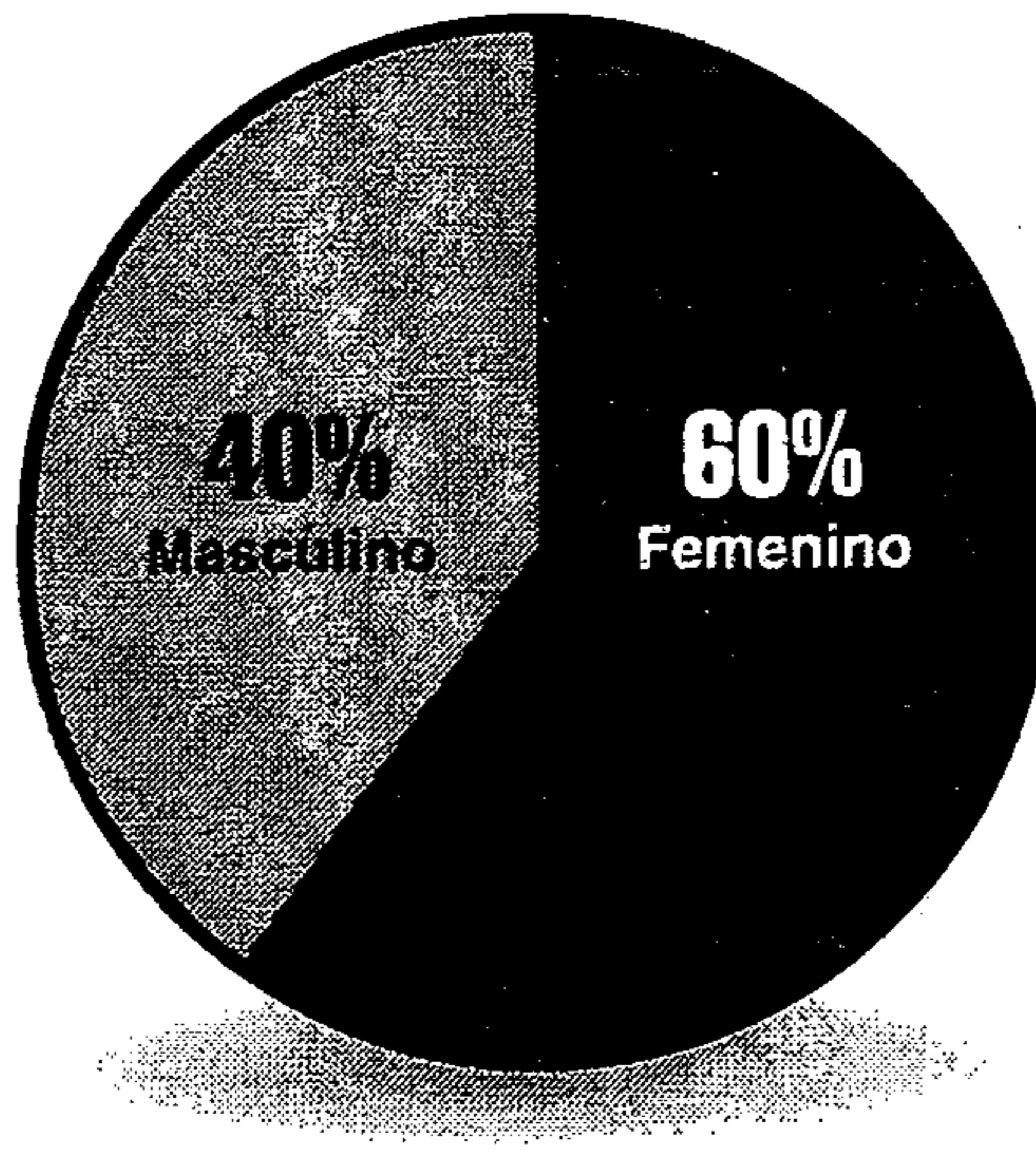
CAPITULO V

**ANALISIS E
INTERPRETACION
DE
DATOS**

I. Datos Generales

1. Sexo

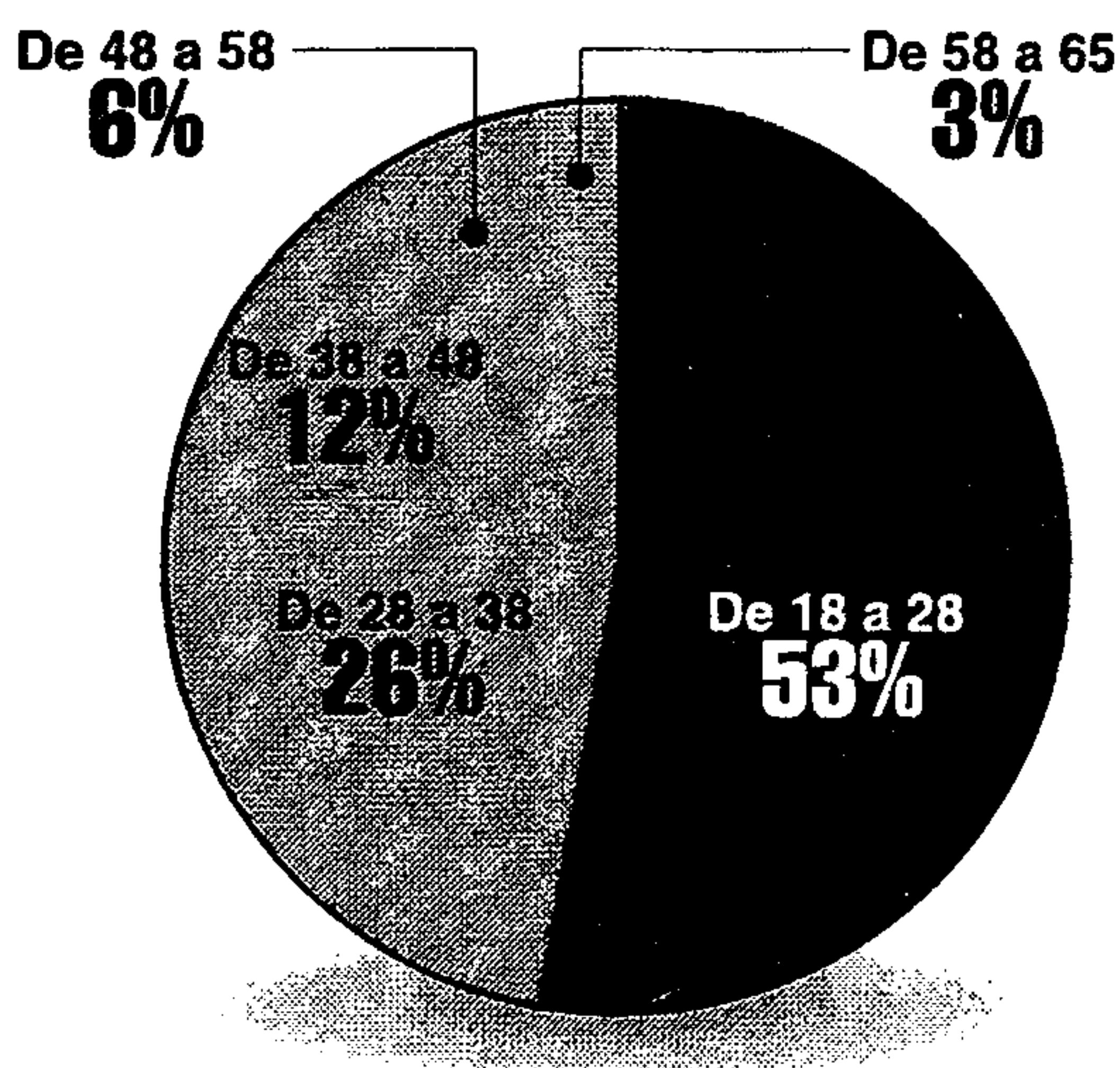
Sexo	Total	%
Femenino	120	60%
Masculino	80	40%



Los resultados obtenidos sobre el sexo de los encuestados, muestran que el mayor porcentaje corresponde al sexo femenino con un 60% (120) y el 40% (80) restante corresponde al sexo masculino.

2. Edad

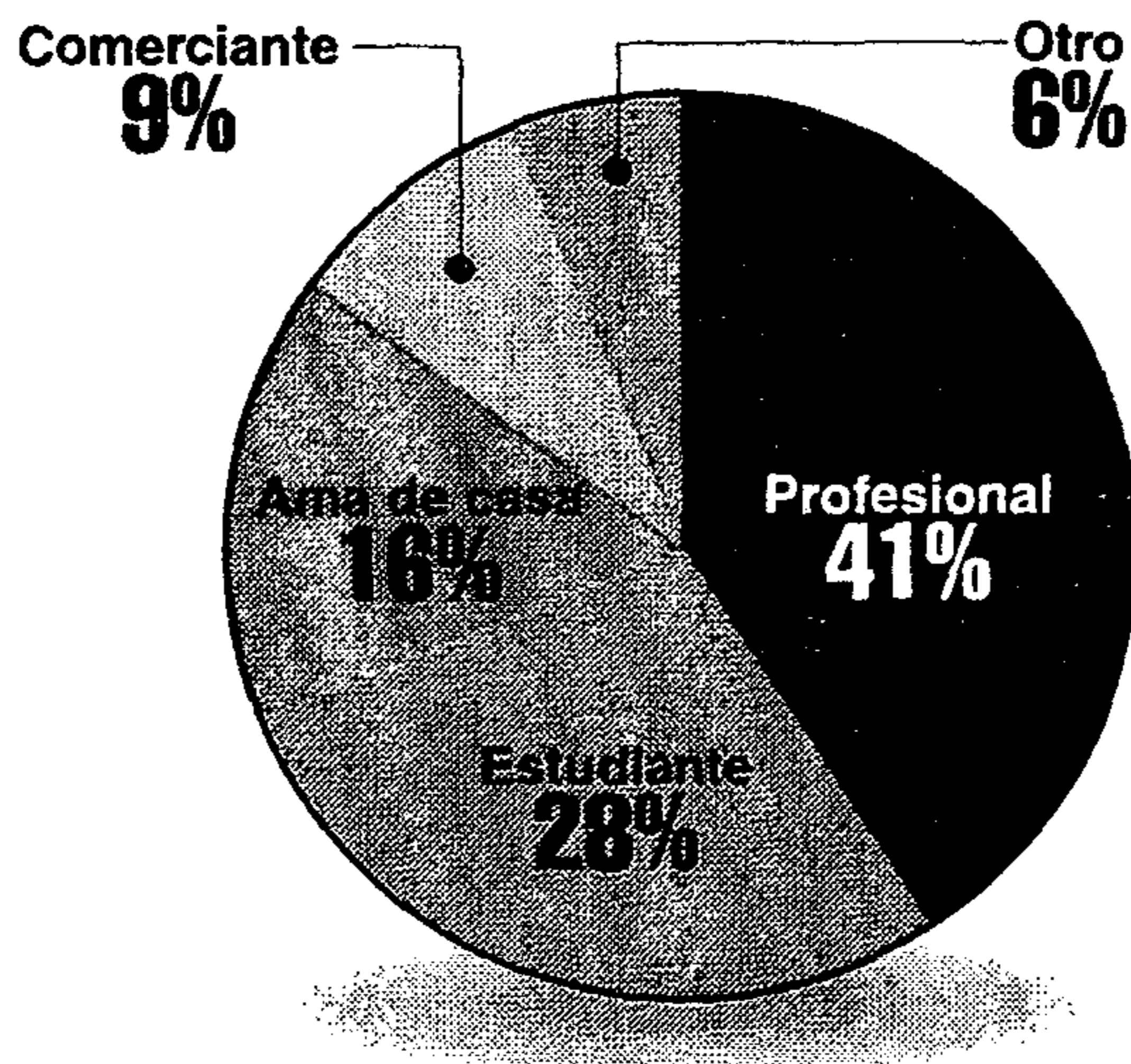
Edad...	Total	%
18 a 28	106	53%
28 a 38	53	26%
38 a 48	24	12%
48 a 58	11	6%
58 a 65	6	3%



La edad promedio de los encuestados es de veinte años. El total de la edad de la población encuestada se distribuye de la siguiente manera: de 18 a 28 años 53% (106); de 28 a 38 años 26% (53); de 38 a 48 años 12% (24); de 48 a 58 años 6% (11) y de 58 a 65 años 3% (6).

3. Ocupación o Profesión

Ocupación o Profesión	Total	%
Comerciante	18	9%
Ama de casa	31	16%
Estudiante	57	28%
Profesional	83	41%
Otro	11	6%

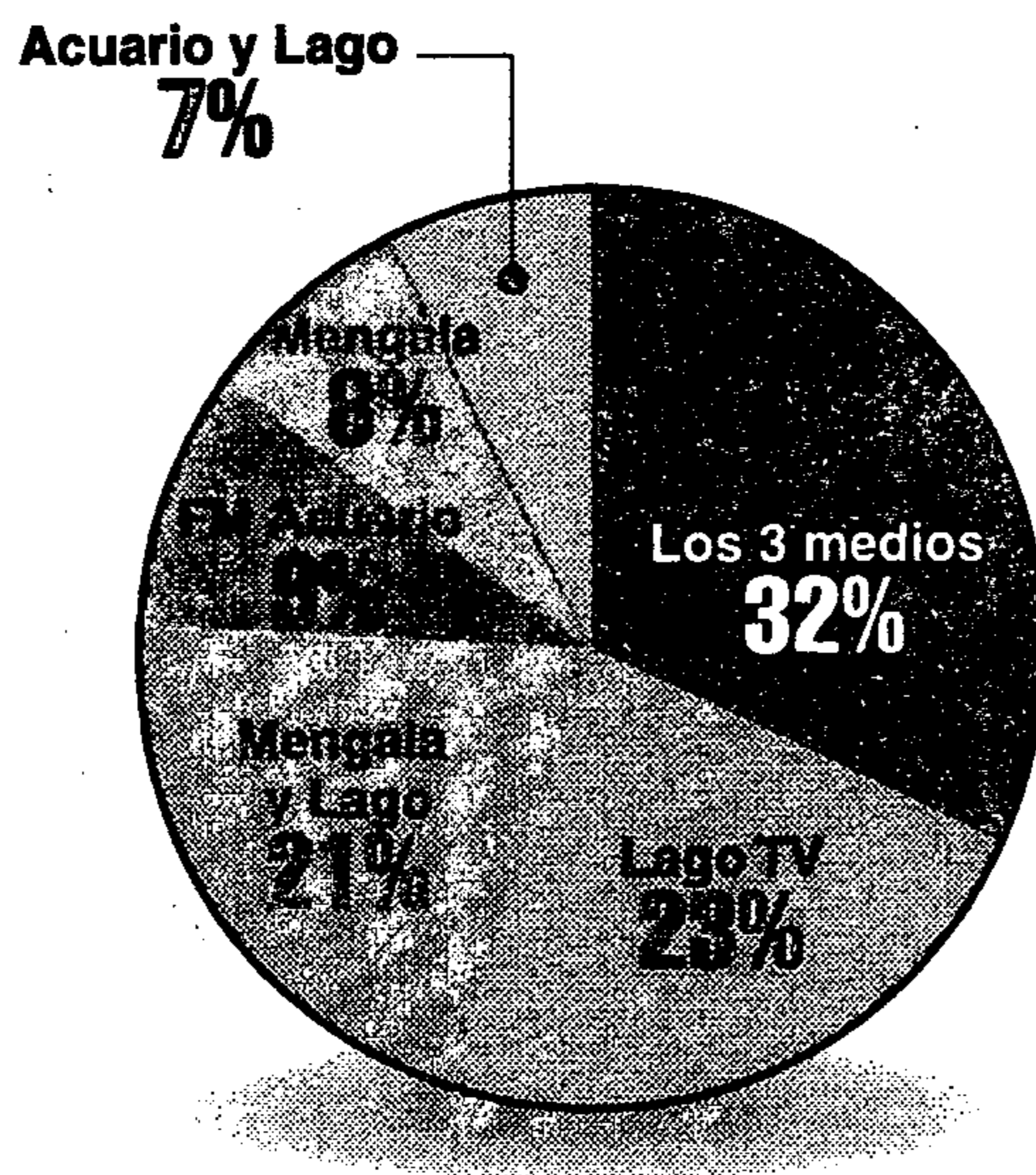


Entre la ocupación o profesión que las personas encuestadas desempeñan se encuentran: los profesionales en un 41% (83); los estudiantes en un 28% (57); las amas de casa en un 16% (31); los comerciantes en un 9% (18) y otros en un 6% (11) quienes laboran en diversas actividades.

II. Datos Específicos

1. De los siguientes medios de comunicación en Amatitlán ¿cuál o cuales conoce?

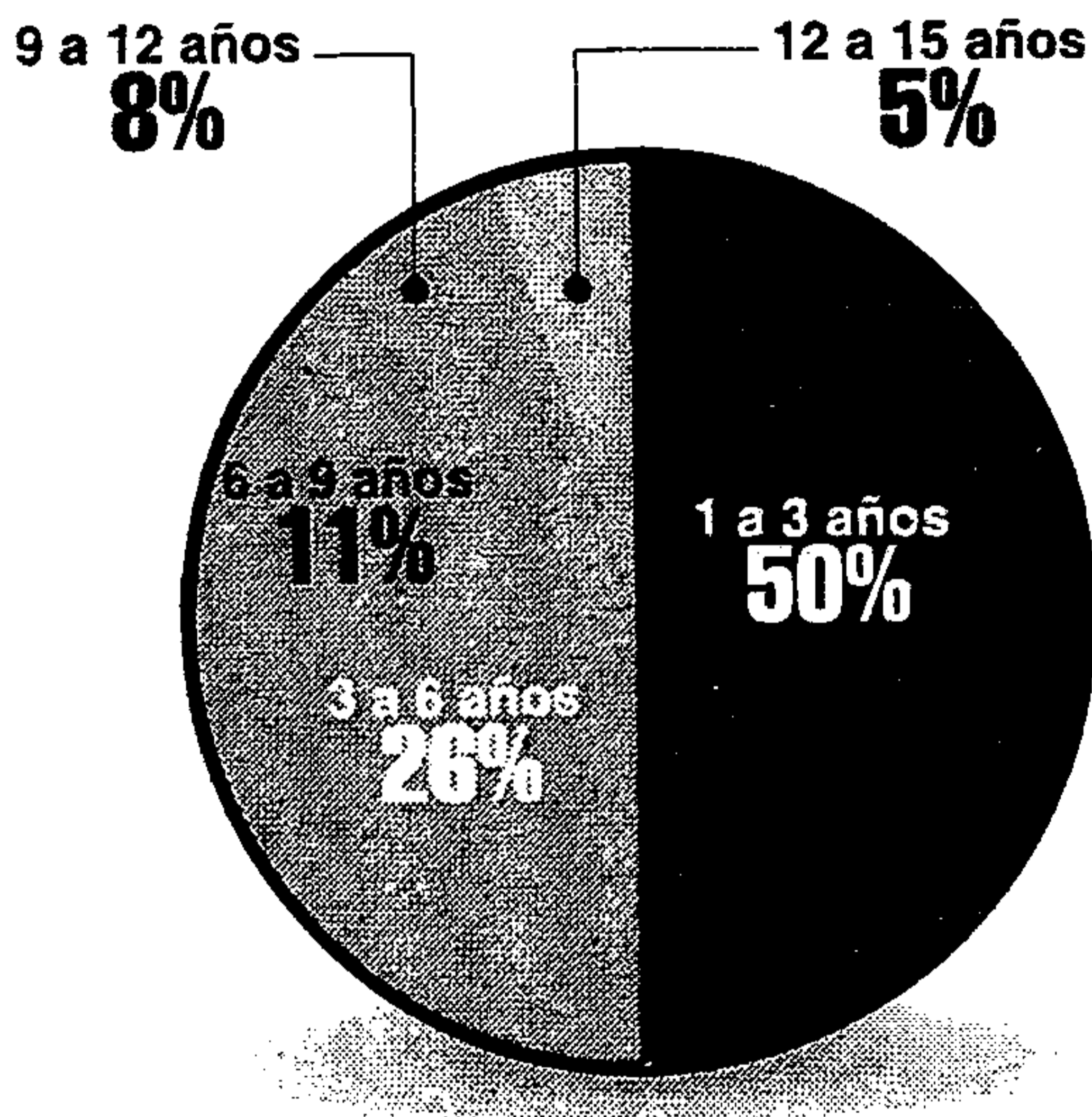
Medios	Total	%
Mengala	17	8%
F.M. Acuario	18	9%
Lago T.v.	46	23%
Acuario y Lago	14	7%
Mengala y Lago	42	21%
Los 3 medios	63	32%



De los amatitlanecos encuestados el 8% (17) conocen el periódico Mengala; un 9% (18) conocen F.M. Acuario; en tanto un 23% (46) Lago Televisión. Por aparte, un 7% (14) conocen F.M. Acuario y Lago Televisión; un 21% (42) conocen el periódico Mengala y Lago Televisión, y un 32% (63) que representa la mayoría, conocen los 3 medios de comunicación.

2. ¿Desde hace cuánto tiempo los conoce?...

Tiempo	Total	%
1 a 3 años	100	50%
3 a 6 años	52	26%
6 a 9 años	23	11%
9 a 12 años	15	8%
12 a 15 años	10	5%

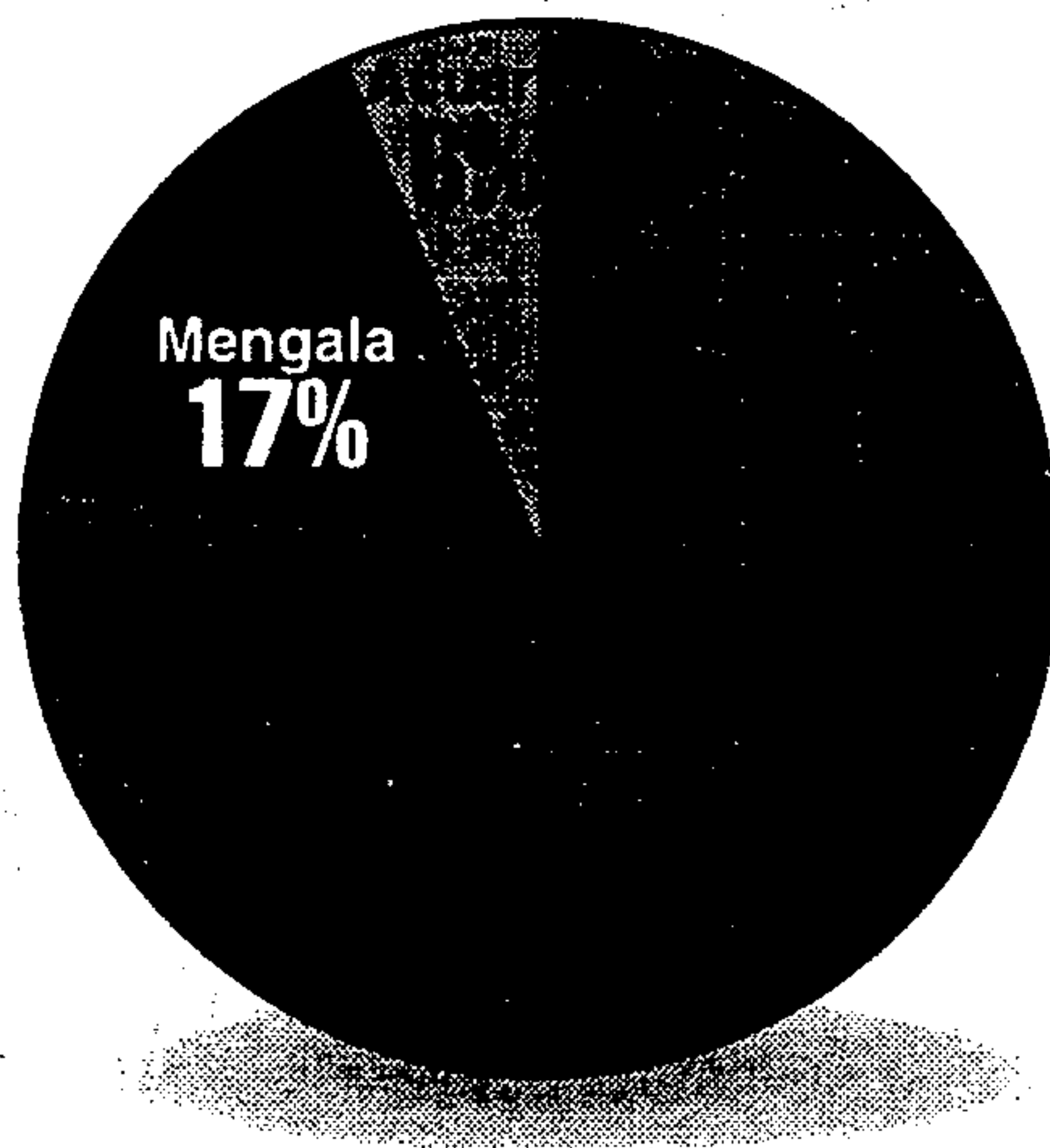


En cuanto al tiempo que conocen estos medios, el 50% (100) lo o los conoce de 1 a 3 años; un 26% (52) de 3 a 6 años; el 11% (23) de 6 a 9 años; un 8% (15) de 9 a 12 años y el 5% (10) sobrante de 12 a 15 años.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

3. De estos medios ¿cuál es el que prefiere?...

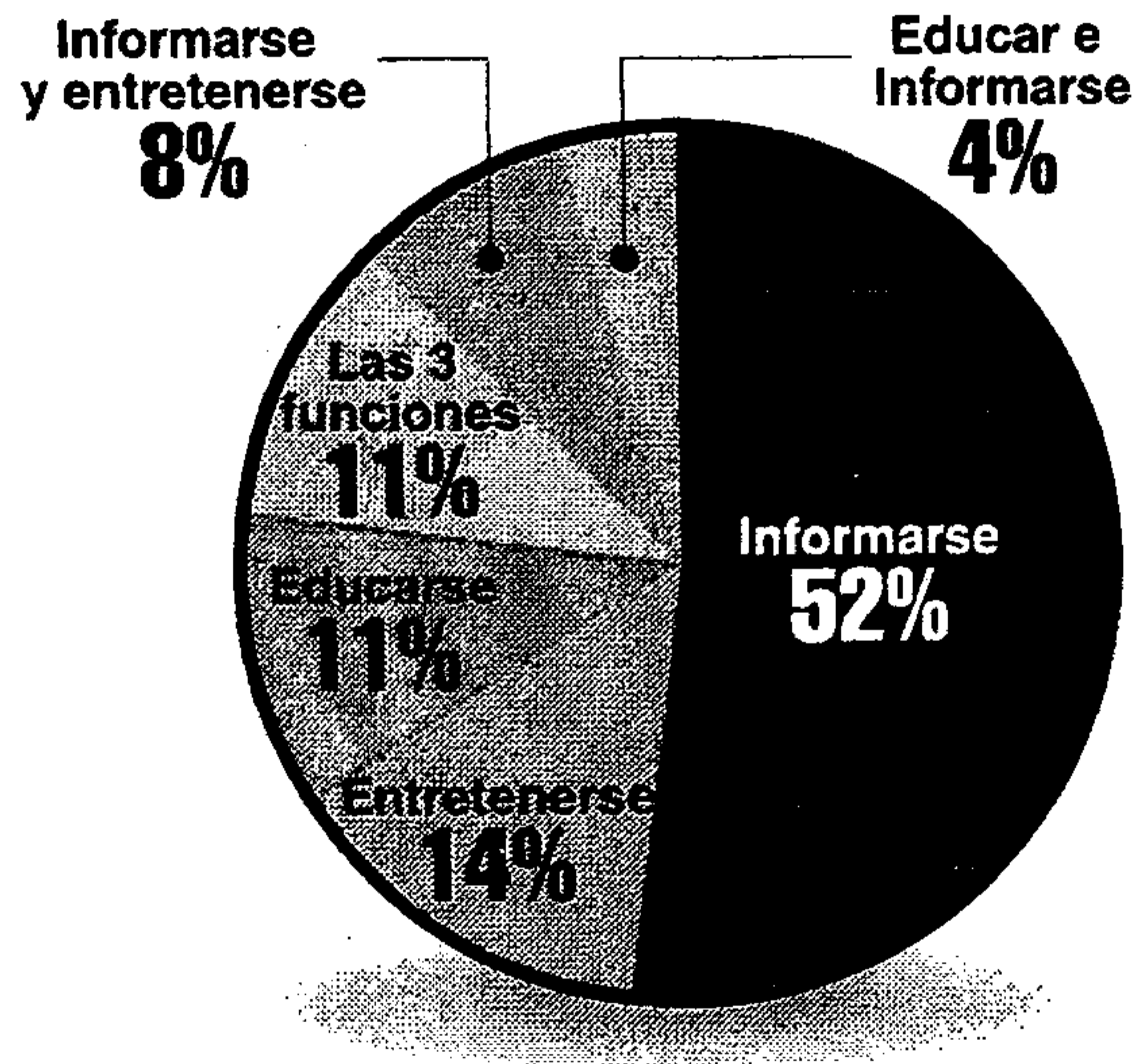
Medio...	Total	%
Mengala	35	17%
Acuario	11	6%
Lago t.v.	154	77%



Al preguntar a los encuestados cuál medio de comunicación prefiere, se obtuvieron los siguientes resultados: el periódico Mengala es preferido por un 17% (35); F.M. Acuario por el 6% (11) en tanto Lago Televisión goza de la preferencia del 77% (154) de los encuestados.

4. Según su opinión, la información recibida de este medio le sirve para...

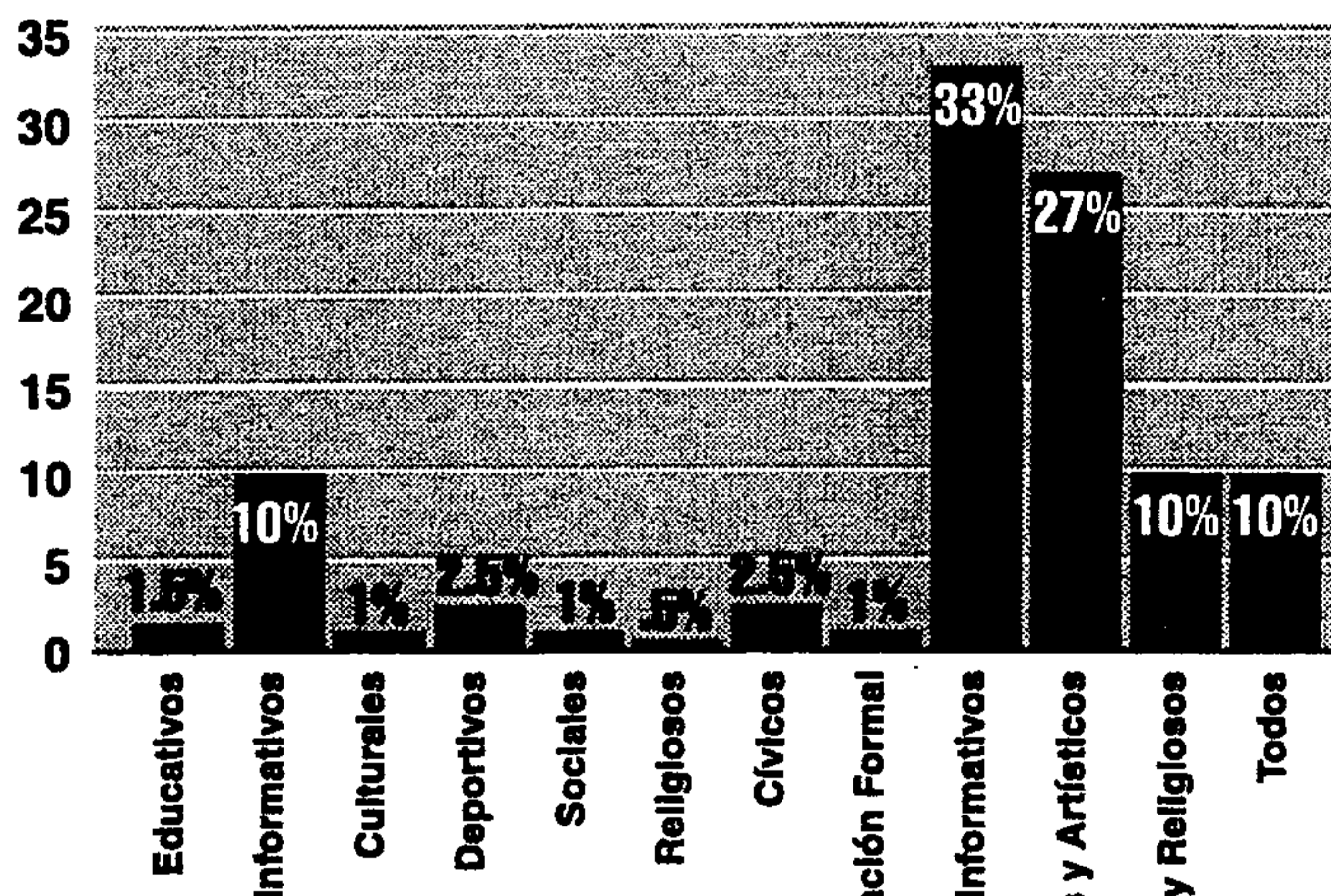
Le sirve para...	Total	%
Educarse	22	11%
Informarse	105	52%
Entretenerse	28	14%
Educarse e Informarse	7	4%
Informarse y entretenerse	16	8%
Las 3 funciones	22	11%



La opinión del encuestado amatitlaneco en cuanto a la utilidad de la información recibida del medio se describe así: un 11% (22) utiliza la información para educarse; el 52% (105) para informarse; un 14% (28) para entretenerse; en tanto el 4% (7) utiliza la información para educarse e informarse; un 8% (16) para informarse y entretenerse y el 11% (22) restante para educarse, informarse y entretenerse.

5. De acuerdo con la información que recibe, podría indicar los temas que ha encontrado en este medio...

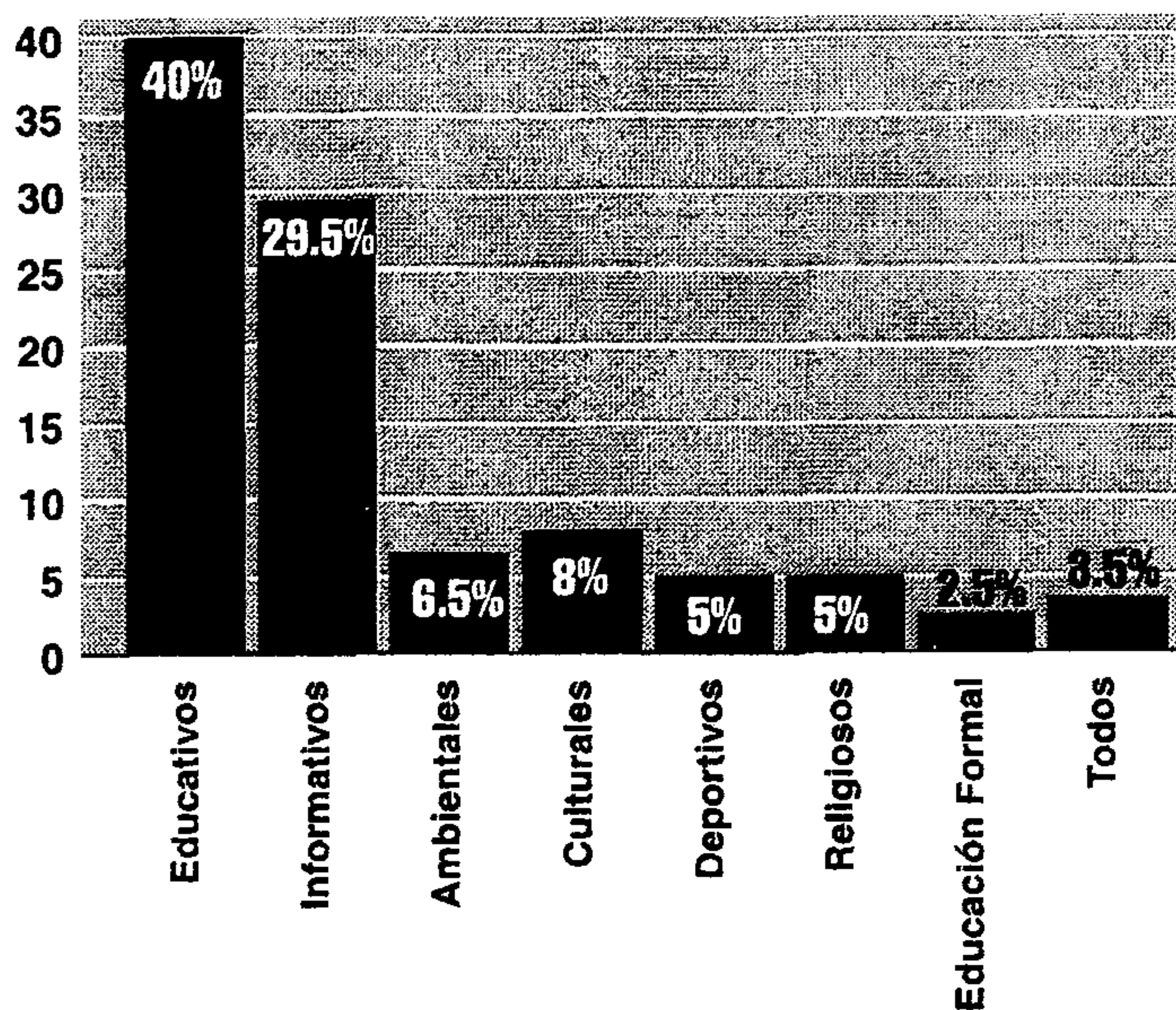
Temas...	Total	%
Educativos	3	1.5%
Informativos	20	10%
Culturales	2	1%
Deportivos	5	2.5%
Sociales	2	1%
Religiosos	1	.5%
Cívicos	5	2.5%
Educación Formal	2	1%
Educativos, Informativos	66	33%
Culturales, Deportivos y Artísticos	54	27%
Sociales, Ambientales y Religiosos	20	10%
Todos	20	10%



De acuerdo a los temas que han encontrado en su medio preferido, los encuestados respondieron que han encontrado los temas educativos 1.5% (3), informativos 10% (20), culturales 1% (2); deportivos 2.5% (5); sociales 1% (2); religiosos .5% (1); cívicos 2.5% (5); de educación formal 1% (2). Otros de los encuestados, un 33% (66) han encontrado temas educativos e informativos; el 27% (54) culturales, deportivos y artísticos; un 10% (20) sociales, ambientales y religiosos y el 10% restante han encontrado todos los temas descritos.

6. Para usted, ¿cuál de los temas anteriores es el de mayor importancia?...

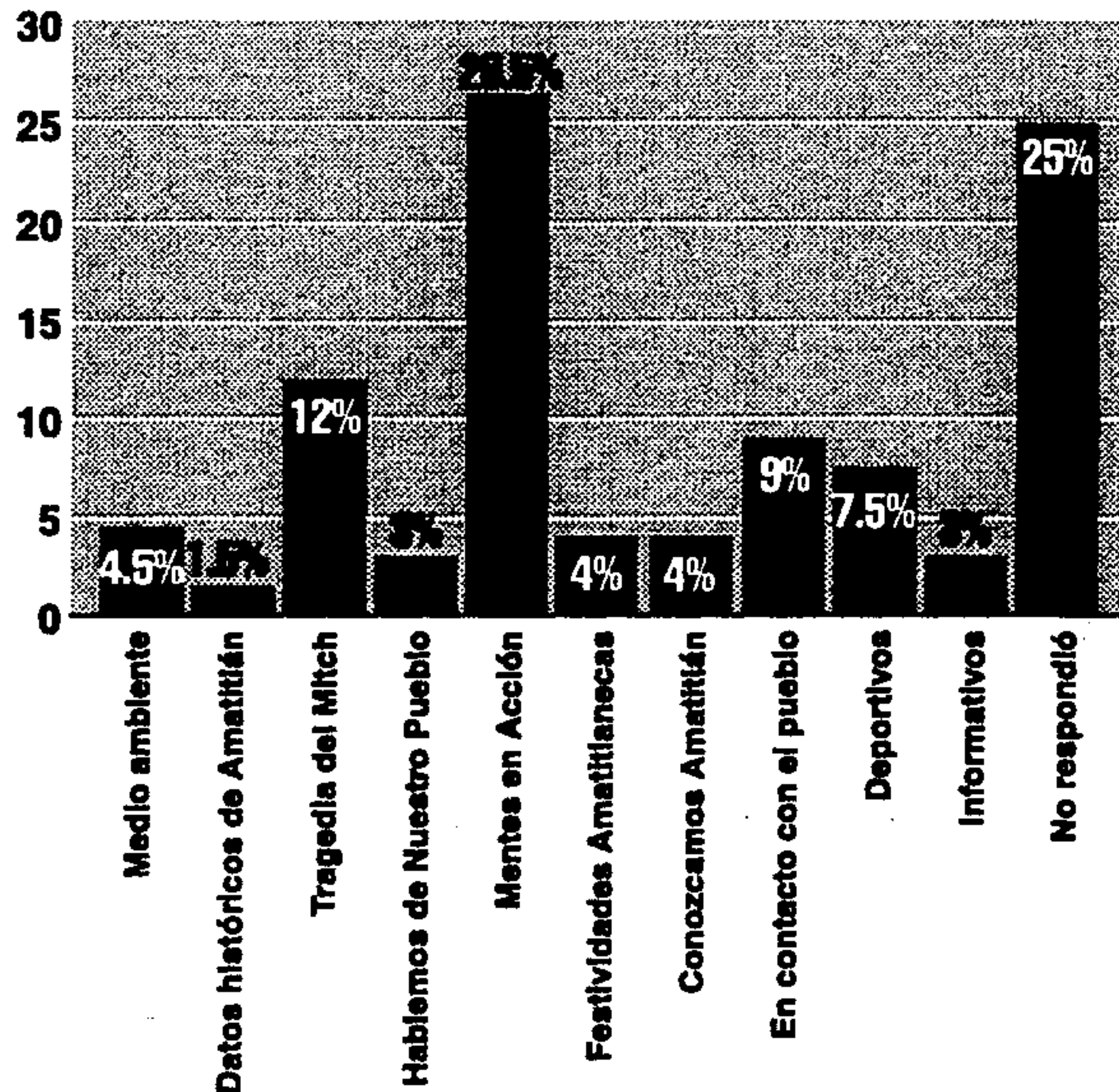
Temas...	Total	%
Educativos	80	40%
Informativos	59	29.5%
Ambientales	13	6.5%
Culturales	16	8%
Deportivos	10	5%
Religiosos	10	5%
Educación Formal	5	2.5%
Todos	7	3.5%



De los temas descritos, los de mayor importancia son los temas ambientales en un 6.5% (13); los informativos en un 29.5% (59); los educativos en un 40% (80); los culturales en un 8% (16); los religiosos en un 5% (10); los deportivos en un 5% (10), los de educación formal en un 2.5% (5), en tanto un 3.5% (7) sobrante opinan que todos los temas son importantes.

7. De acuerdo al tema que acaba de indicar, ¿qué programa o sección leída recuerda?...

Programa o sección...	Total	%
Medio ambiente	9	4.5%
Datos históricos de Amatitlán	3	1.5%
Tragedia del Mitch	24	12%
Hablemos de Nuestro Pueblo	6	3%
Mentes en Acción	53	26.5%
Festividades Amatitlanecas	8	4%
Conozcamos Amatitlán	8	4%
En contacto con el pueblo	18	9%
Deportivos	15	7.5%
Informativos	6	3%
No respondió	50	25%



De acuerdo al programa o sección leída que recuerdan los encuestados, un 1.5% (3) respondió que recuerda sobre datos históricos de Amatitlán; un 4.5% (9) sobre los programas ambientales; el 12% (24) sobre los programas de la Tragedia del Mitch; un 3% (6) sobre el programa Hablemos de nuestro pueblo; el 26.5% (53) sobre el programa de Mentes en Acción; un 4% (8) sobre la sección Conozcamos Amatitlán; el 9% (18) sobre el programa en Contacto con el pueblo; un 7.5% (15) sobre el programa y sección deportiva y el restante, un 3% (6) sobre programas y secciones informativas y el restante 25% (50) no respondieron.

8. Sabe de lo que trata dicho programa...

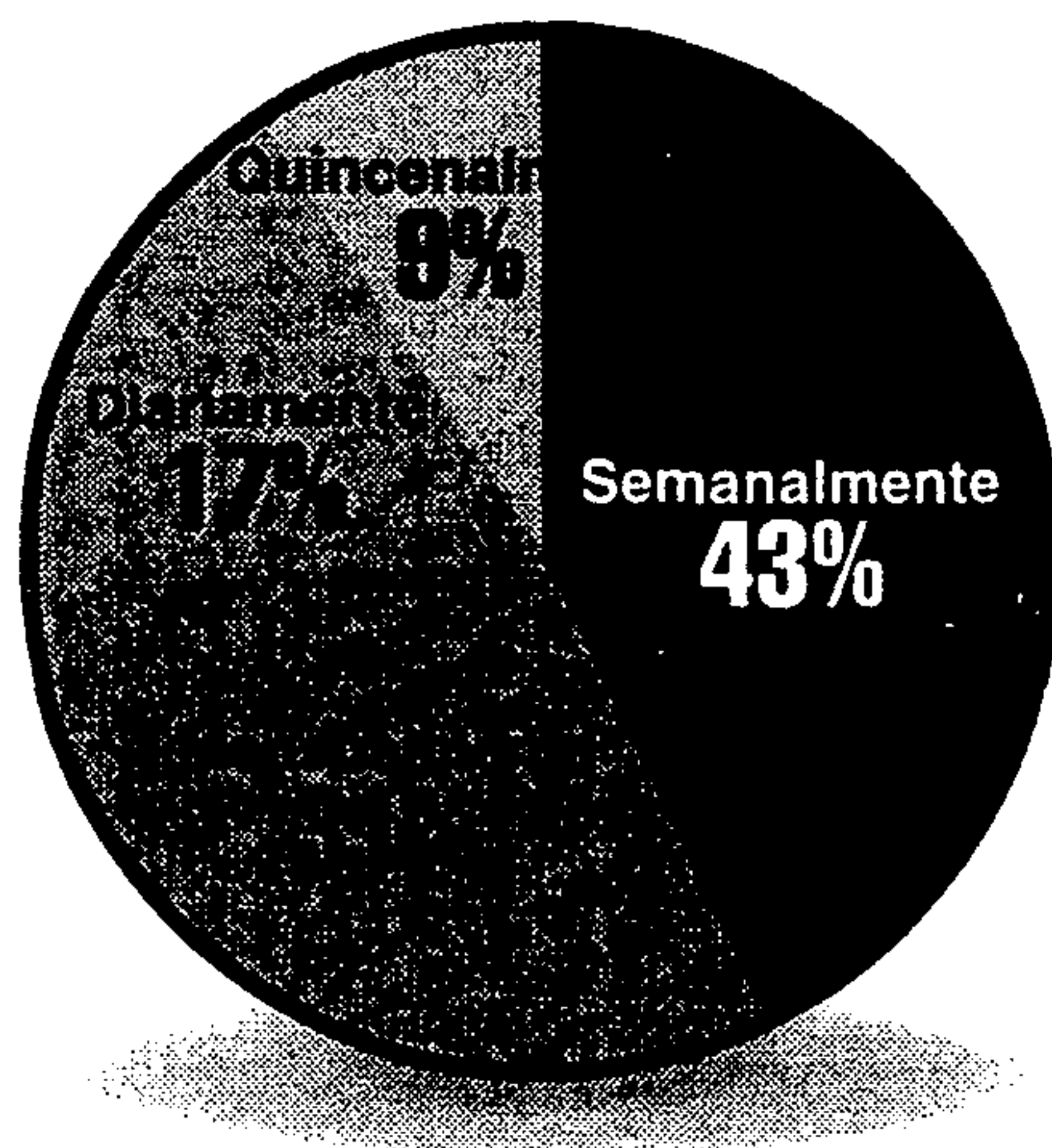
	Total	%
Si sabe	56	28%
Sabe poco	30	15%
Sabe mucho	76	38%
No respondió	38	19%



En cuanto al conocimiento de lo que trata el programa o sección, el 38% (76) de los encuestados sabe mucho de lo tratado; el 28% (56) sabe moderado; un 15% (30) sabe poco; en tanto el 38% sobrante no respondió, denotando con ello que no sabe nada.

9. Cada cuánto tiempo ve estos programas o secciones leídas...

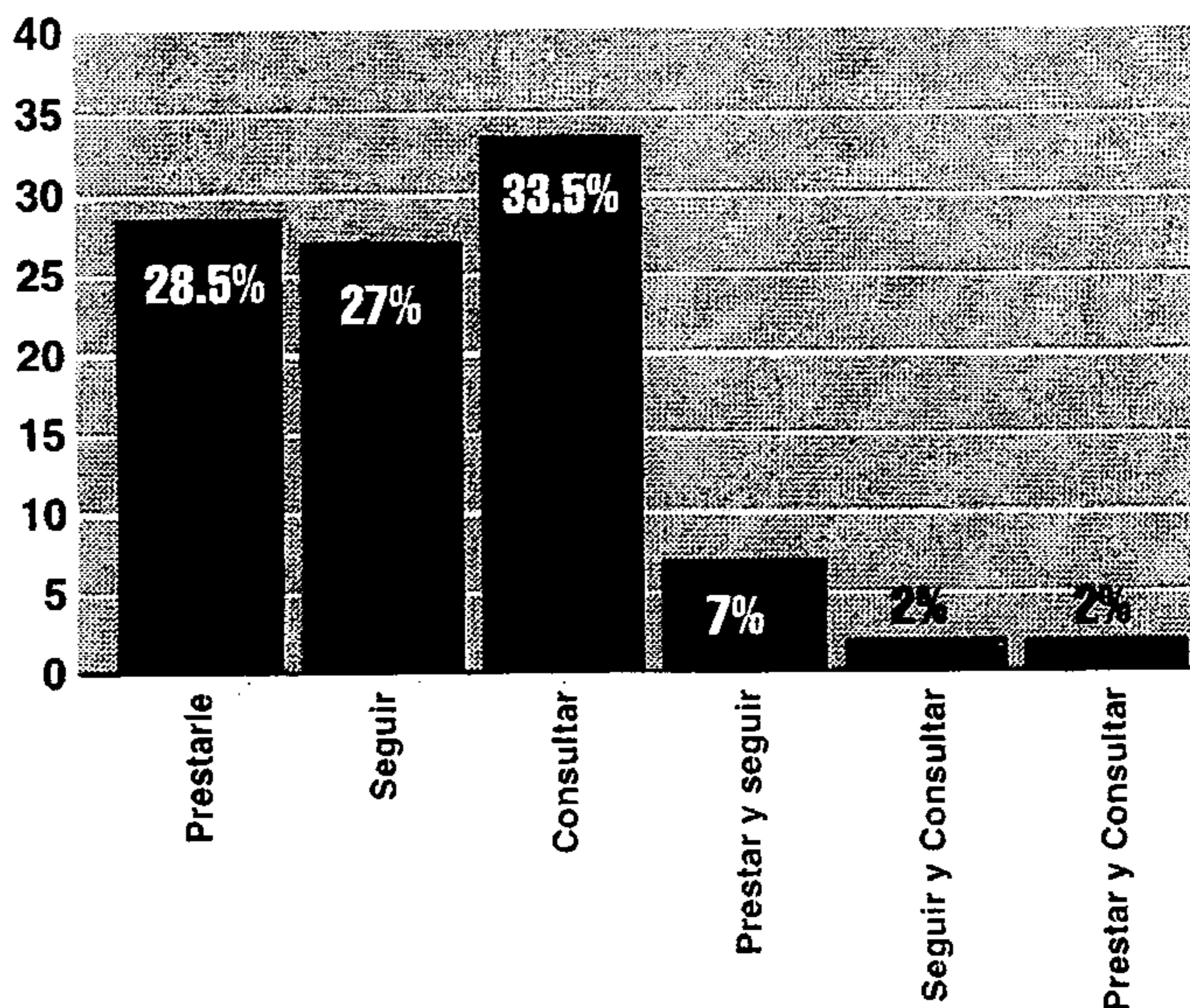
Tiempo...	Total	%
Diariamente	34	17%
Semanalmente	85	43%
Quincenalmente	19	9%
Mensualmente	62	31%



De acuerdo al tiempo que emplean para ver, escuchar o leer los programas o secciones, un 17% (34) los consulta diariamente; el 43% (85) semanalmente, un 9% (19) quincenalmente y el 31% (62) que resta los ve mensualmente.

11. Su interés por adquirir mayor conocimiento sobre Amatlán lo lleva a...

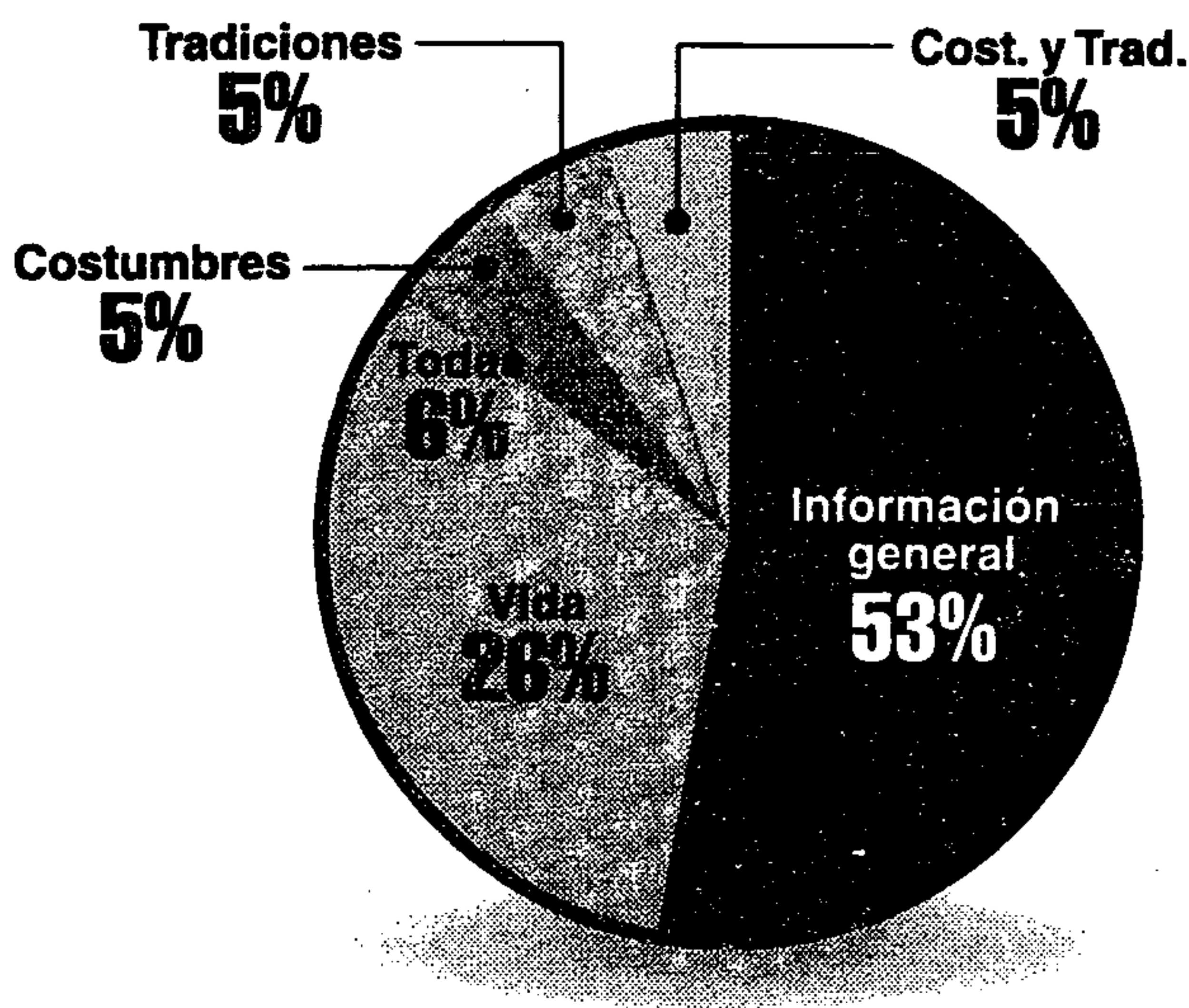
Lo lleva a...	Total	%
Prestarle...	57	28.5%
Seguir...	54	27%
Consultar...	67	33.5%
Prestar y seguir...	14	7%
Seguir y Consultar...	4	2%
Prestar y Consultar...	4	2%



El interés del encuestado por adquirir mayor conocimiento sobre Amatlán lo lleva a: prestarle mayor atención a los programas y secciones leídas 28.5% (57); seguir consultando los medios 27% (54); consultar otras fuentes de información 33.5% (67); prestarle mayor atención a los programas y secciones leídas y seguir consultando los medios 7% (14); seguir consultando los medios y consultar otras fuentes de información 2% (4); y el 2% (4) sobrante para prestarle mayor atención a los programas y secciones leídas y consultar otras fuentes de información.

10. La información recibida del medio le sirve para compartir, con otros amatitlanecos, sobre...

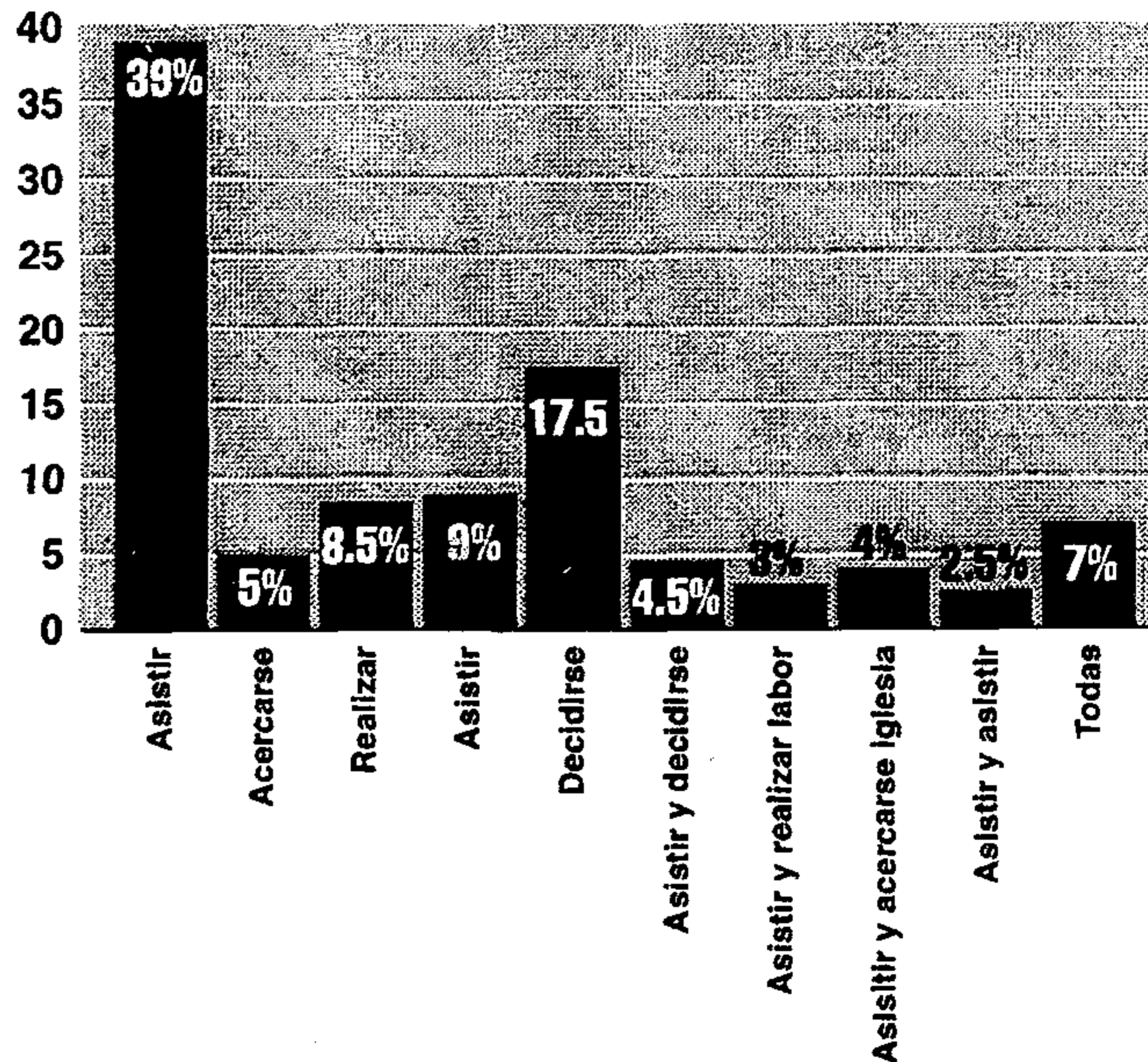
Comparte...	Total	%
Costumbres	10	5%
Tradiciones	11	5%
Vida...	52	26%
Inf. general	106	53%
Cost. y Trad.	10	5%
Todas	11	6%



En cuanto a la información recibida del medio, el encuestado utiliza esta información para compartir con otros amatitlanecos sobre: costumbres amatitlanecas 5% (10); tradiciones amatitlanecas 5% (11); vida social, religiosa, cultural y política de Amatitlán 26% (52); información general de Amatitlán 53% (106). Por aparte un 5% (10) comparte las costumbres y tradiciones amatitlanecas; en tanto un 6% (11) utiliza la información para compartir todo.

12. La información recibida de estos medios lo motivan a...

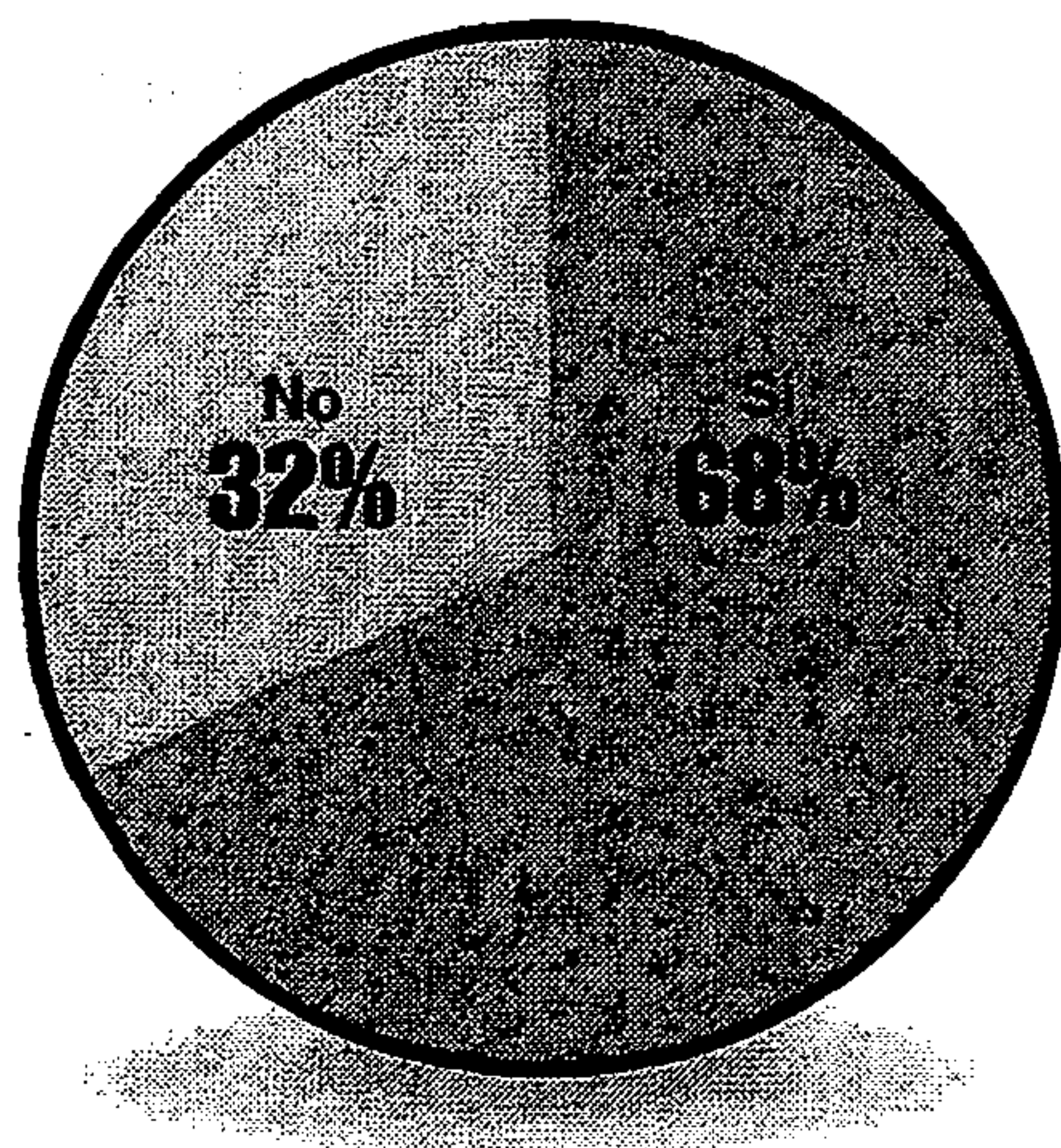
Lo motivan a...	Total	%
Asistir...	78	39%
Acercarse...	10	5%
Realizar...	17	8.5%
Asistir...	18	9%
Decidirse...	35	17.5%
Asistir y decidirse...	9	4.5%
Asistir y realizar labor...	6	3%
Asistir y acercarse igles..	8	4%
Asistir y asistir...	5	2.5%
Todas	14	7%



De los encuestados un 39% (78) se ve motivado a asistir a las festividades amatitlanecas, gracias a la información recibida del medio; el 5% (10) a acercarse a la iglesia; un 9% (17) a realizar labor social; otro 8.5% (17) a asistir a las actividades deportivas; en tanto un 17.5% (35) a decidirse por quien votar. Por aparte, un 4.5% (9) asiste a las festividades amatitlanecas y esta decidido por quien votar; un 3% (6) asiste a la iglesia y quiere realizar labor social; un 4% (9) asiste a las actividades deportivas y se acerca a la iglesia; el 2.5% (5) asiste a las actividades deportivas y a la iglesia y el restante 7% (14) a realizar todas las actividades.

13. Con la información recibida del medio,
ya se decidió por quien votar...

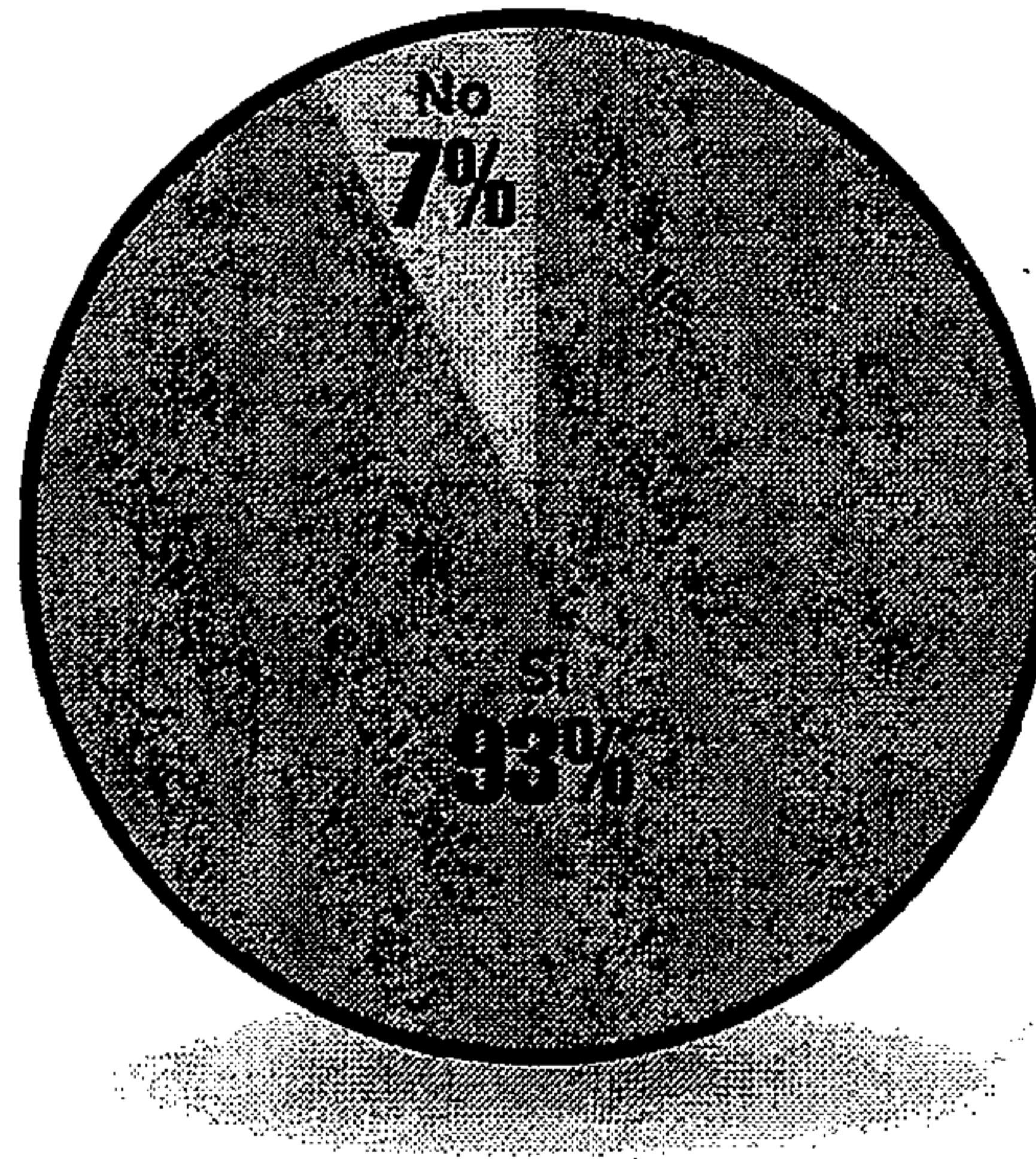
Ya se decició...	Total	%
Si	136	68%
No	64	32%



De la información recibida del medio el 68% (136) esta decidido por quien votar, en tanto el 32% (64) no se ha decidido.

14. Siendo importante para usted este medio, se lo recomendaría a otras personas...

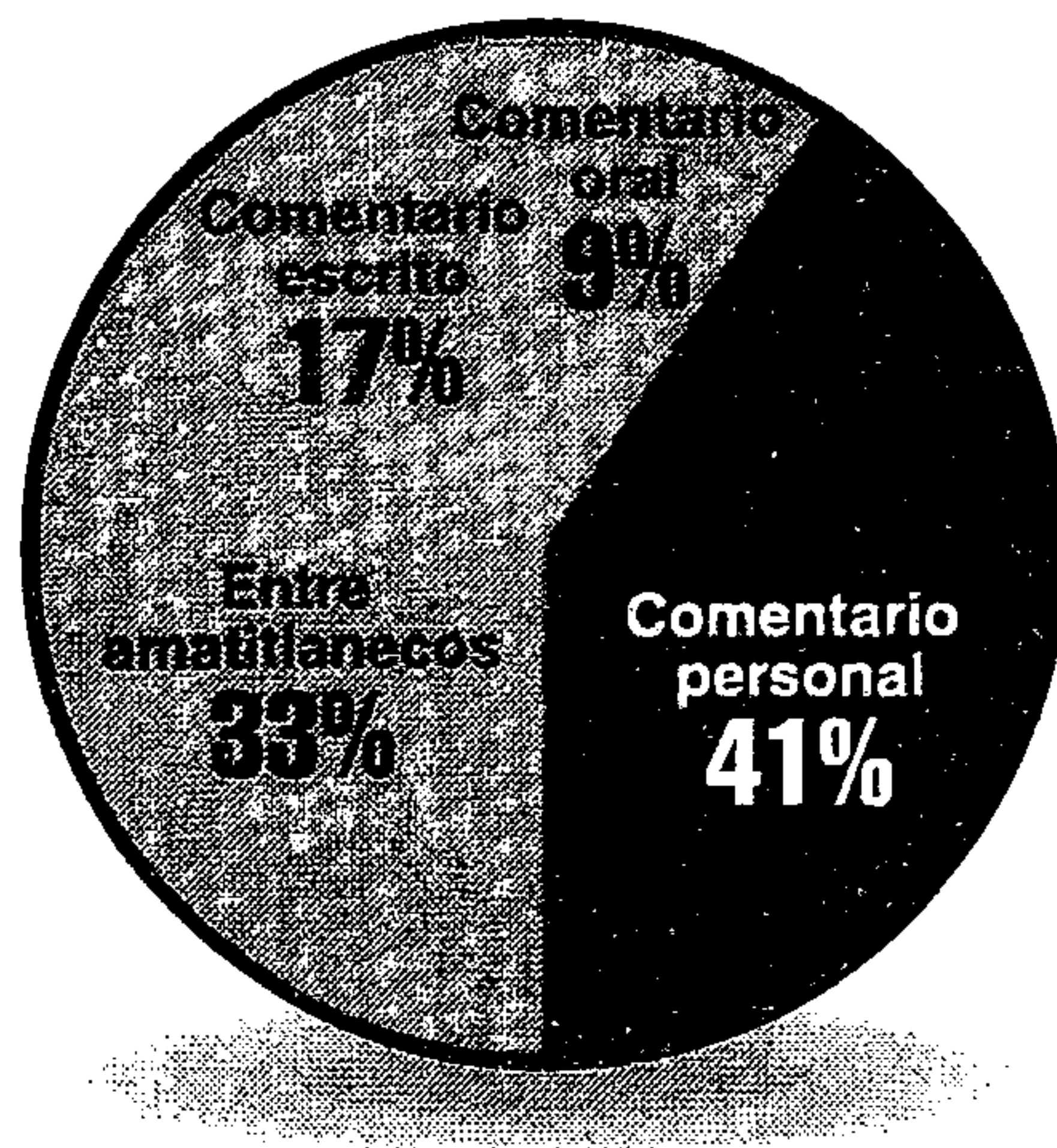
Lo recomendaría...	Total	Porcentaje
Si	186	93%
No	14	7%



El 93% (186) de los encuestados si recomendaría el medio pues le es importante. El restante 7% (14) no lo recomendaría.

15. Para recomendar el medio, usted haría...

Haría un...	Total	%
Comentario personal	82	41%
Entre amatitlanecos	65	33%
Comentario oral...	19	9%
Comentario escrito...	34	17%



Para hacer tal recomendación del medio, el 41% (82) haría un comentario personal; un 33% (65) haría un comentario entre amatitlanecos; el 9% (19) haría un comentario oral y el 17% (34) haría un comentario escrito.

Interpretación General de Datos

Como observamos el sexo predominante entre los encuestados amatitlanecos es el femenino, la minoría corresponde al sexo masculino. La variación de sexo puede influir, en el gusto y selección de los medios de comunicación, así como de los programas radiales, televisivos y las secciones leídas.

Los datos más significativos, en cuanto a edad cronológica, corresponden a las edades de dieciocho a veinte años, indicándonos que la mayoría de los encuestados es gente joven. Recordemos aquí que ninguno de los medios de comunicación posee programas o secciones dirigidas específicamente a jóvenes, esto definitivamente influye en las variaciones del conocimiento y comportamiento del receptor.

En cuanto a la ocupación o profesión, los profesionales ocupan el porcentaje más significativo, encontrándose aquí los maestros de educación primaria, secundaria, los perito contadores, las secretarias y los profesionales universitarios. Ocupan un lugar, los estudiantes, las amas de casa, los comerciantes y otros. La ocupación o profesión de los encuestados es un factor determinante en tanto la selección de los medios de comunicación y los programas y secciones difundidas por estos.

El sexo, la edad y la ocupación o profesión son los factores que influyen en la búsqueda de los datos relevantes de la presente investigación. Es obvio que cada uno de ellos implica diversidad de resultados.

Por aparte, hemos hablado, en el capítulo I, sobre la existencia de los medios de comunicación alternativa: el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión, medios que se ocupan de los problemas locales de la comunidad.

Este último goza del puesto prioritario, pues es el medio que más conocen los amatitlanecos, le sigue en importancia el periódico Mengala y F.M. Acuario. Aunque algunos conocen un solo medio, otros conocen de manera combinada a F.M. Acuario y Lago Televisión, a el periódico Mengala y Lago Televisión, o bien, a los tres medios. Estos datos definen el nivel de importancia de cada uno de los medios, indicándonos la influencia que tienen en el emisor.

Tal conocimiento de los medios se clasificó en rangos de 1 a 3 años, de 3 a 6, de 6 a 9, de 9 a 12 y de 12 a 15 años. Estos rangos determinan el tiempo, de existencia de cada uno de los medios, recordemos que el periódico Mengala tiene 9 años de existencia, F.M. Acuario tiene 14 años y Lago Televisión cuenta con 4 años de existencia.

La mayoría de los encuestados conocen los medios en rangos de 3 a 6 años, de 1 a 3 años, otros de 6 a 9 años, de 9 a 12 y de 12 a 15 años. No existió persona alguna que respondiera fuera de los rangos establecidos, de tal forma se verifica que el encuestado tiene clara noción del tiempo de existencia de los medios.

El conocer de los medios permite al encuestado mostrar preferencia por uno de ellos. Lago Televisión goza del puesto de mayor importancia en cuanto a medios de comunicación en Amatitlán, esto gracias a la conjugación de elementos como el sonido y la imagen, los que sirven de base a la comunicación.

A éste le continúa el periódico Mengala, medio que trabaja su información en soportes manejables donde se puede leer, archivar o seleccionar el contenido. Luego se encuentra F.M. Acuario, medio que permite llegar al mayor número de receptores en el menor tiempo posible, su dinamismo e innovación forman parte de su eficacia. Aunque en este caso es el medio menos aceptado.

De acuerdo a lo que conocen y prefieren, la mayoría de los encuestados opinan que la información recibida del medio les sirve para informarse, entretenerse y educarse. Otros indican que con la información se entretienen e informan, se educan e informan o bien reciben de forma simultánea las tres funciones. Es importante resaltar que estos medios llenan las tres funciones que todo medio de comunicación debe cumplir: el informar, educar y entretener.

Con el monitoreo de contenido hecho a cada uno de los medios, se concluyó que éstos utilizan los temas educativos, informativos, ambientales, familiares, culturales, deportivos, artísticos, sociales, religiosos, cívicos y de educación formal; coincidentemente los encuestados identifican estos temas en los medios, de los cuales sobresalen los informativos, educativos, deportivos, cívicos, sociales, culturales, religiosos y de educación formal.

Además crean una mezcla entre los temas educativos e informativos; entre los culturales, deportivos y artísticos; entre los sociales, ambientales y religiosos y un número restante ha encontrado todos los temas descritos.

Este corto contenido nos permite conocer la influencia de estos medios sobre el receptor, y de cómo, según los datos y el análisis elaborado, se determina que el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión enriquecen el campo del saber de quien recibe el mensaje.

Retomando tal diversidad de temas, el encuestado seleccionó uno, que a su parecer es el de mayor importancia, la mayoría se volcó por los temas educativos pues estos definen las bases del conocimiento y com-

portamiento humano; en segundo, los temas informativos que mantienen a la población al tanto de los acontecimientos culturales, sociales, religiosos, deportivos y políticos del lugar; los temas culturales, que exaltan la identidad amatitlaneca; los temas religiosos, que alimentan las creencias religiosas; los temas ambientales, que persiguen el resguardo y conservación del medio socio-natural y los temas de educación formal. El porcentaje restante opina que todos los temas son importantes.

De aquí se deduce que el receptor de estos medios enriquece su campo del saber en el área de la educación formal (conocida ésta como el conocimiento adquirido fuera de la formación implementada en los centros de enseñanza) pues la mayoría de los temas que conoce o prefiere son los informativos, culturales, religiosos, deportivos y ambientales, todos éstos difundidos a través de los medios de comunicación. El área de la educación formal también es afectada aunque en menor escala, pues son pocos los temas relacionados con la actividad educativa legalmente establecida.

De acuerdo a las temáticas de mayor importancia y movidos por la inquietud de determinar el enriquecimiento del campo del saber del receptor, se planteó el cuestionamiento de ¿qué programa o sección recuerda? lo que permitió conocer lo siguiente: la mayoría de encuestados evoca el programa televisivo *Mentes en Acción*; otros el programa televisivo en contacto con el pueblo; algunos mencionan los programas musicales de radio; los programas televisivos de la tragedia del Mitch; por aparte se mencionan programas televisivos y radiales sobre medio ambiente e información general y un porcentaje restante recuerda de los programas y textos que indican datos históricos de Amatitlán.

El mayor porcentaje de los encuestados tiene conocimiento tanto de los temas tratados en el medio como de los programas y secciones leídas, el menor porcentaje no respondió tal cuestión.

En cuanto al conocimiento de lo que trata el programa o sección, la mayoría de los encuestados sabe mucho de lo tratado; otros saben poco; algunos saben muy poco y el porcentaje restante no respondió, denotando que no saben nada.

Con esto se sigue reafirmando que los medios sí enriquecen el campo del saber de quien recibe el mensaje pues como dice Maletzke el receptor recoge de los medios información, hechos, fechas e interpretaciones siendo así como aprende.

Si los encuestados conocen de los temas, programas y secciones tratadas, se hace interesante determinar una coincidencia con el tiempo que ve, escucha o lee tales programas o secciones. Como sabemos, el medio televisivo y radial cuenta con una emisión diaria, en tanto el

medio escrito es de edición mensual se cuestiono cuanto tiempo emplean para ver, escuchar o leer estos programas o secciones donde la cifra significativa corresponde a la consulta semanal, luego por importancia están los que consultan mensualmente, quincenalmente y diariamente.

Conocer sobre el tiempo de emisión del medio es saber del medio. De todo lo anterior podemos determinar que el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago Televisión si enriquecen el campo del saber del receptor, manifestada ésta en el área de la educación formal y la no formal.

En la búsqueda para determinar si estos medios contribuyen también al cambio o refuerzo del comportamiento en el receptor, se elaboraron una serie de preguntas que rigen la modificación de las actividades realizadas por el ser humano, todo ello gracias a la comunicación.

La información recibida del medio le sirve al encuestado para compartir con otros sobre información general de Amatitlán; sobre la vida social, religiosa, cultural y política del lugar; otros comparten sobre las costumbres y tradiciones amatitlanecas, en tanto un porcentaje restante comparte todo tipo de información. El punto es que sea cualquier información la que se comparta, el receptor realiza una acción que guía la búsqueda del equilibrio con su medio social.

Todo este interés prestado y encaminado a mejorar su conocimiento sobre Amatitlán, lo lleva a efectuar otras acciones, ya sea a consultar diversas fuentes de información, a prestarle mayor atención a los programas o secciones leídas, o bien a seguir consultando los medios. Aquí una acción conduce a realizar otra. Recordemos que tan pronto el individuo opte por el papel de receptor del mensaje, inmediatamente se activan en él variaciones en su comportamiento, llevandolo a realizar las mismas o nuevas acciones.

Estas variaciones, motivadas por la comunicación, lo pueden llevar, en este caso, a asistir a las festividades amatitlanecas, a decidirse por quién votar, a asistir a las actividades deportivas, a realizar labor social, a acercarse a la iglesia, a realizar actividades combinadas, o bien, a realizar todas estas actividades.

La información recibida del medio influye de tal forma, en las acciones del receptor, que le puede motivar o inducir a optar por determinado comportamiento.

Un típico ejemplo lo constituye la influencia del emisor, del mensaje y del canal en la toma de decisiones de por quién votar. Según este estudio y estando en épocas electorales, la mayoría de los encuesta-

dos ya se había decidido por quién votar. Opte por un partido u otro la toma de decisión es un efecto de la influencia de los medios de comunicación.

Estos medios causan tal impacto, que la mayoría de los encuestados, según datos obtenidos, recomiende al medio, en tanto una minoría no lo hace. Aquí se produce la toma de una nueva acción, por tal razón la modificación o reforzamiento del comportamiento se acentúa.

Para recomendar el medio, el encuestado haría un comentario personal, otros un comentario entre amatitlanecos, algunos realizarían un comentario oral y otros un comentario escrito.

Todas estas nuevas acciones y variaciones del comportamiento, indudablemente son el resultado de la influencia de el periódico Mengala, de F.M. Acuario y de Lago Televisión. De aquí que afirmemos que estos medios si cambian o bien refuerzan el comportamiento del receptor. La medida en que estos medios cambian o refuerzan el comportamiento se delimita entre los rangos de mucho, poco o nada de acuerdo a las acciones que realiza o realizaría el receptor, todo debido a la información que recibe del medio.

Conclusiones

Luego de realizada la investigación, el monitoreo del contenido y las programaciones de cada uno de los medios y el análisis de los resultados de las encuestas, se concluye en lo siguiente:

- Se establece que el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago televisión manejan los temas informativos, deportivos, culturales, sociales, educativos, musicales y religiosos.

Periódico Mengala	F.M. Acuario	Lago Televisión
Informativos	Informativos	Educativos
Educativos	Educativos	Religiosos
Deportivos	Deportivos	Deportivos
Culturales	Musicales	Culturales
Sociales		

- El periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago televisión le dan mayor importancia a los temas educativos, informativos, deportivos y musicales, esta conclusión
- El medio de comunicación alternativo amatitlaneco de mayor influencia en la población es Lago televisión, le siguen en importancia el periódico Mengala y F.M. Acuario.
- La mayoría de la población encuestada utiliza la información recibida del medio para informarse, educarse y entretenerse cumpliendo éstos con las 3 funciones que deben cumplir los medios de comunicación.
- Los receptores de El periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago televisión han encontrado temas informativos, educativos, deportivos, cívicos, sociales, culturales, religiosos y de educación formal. Esto viene a coincidir con los temas identificados en el monitoreo de contenido y programaciones realizado a cada medio.

- En cuanto al objetivo de determinar si el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago televisión cambian el comportamiento del receptor, se concluyó en que los medios sí cambian el comportamiento del receptor pues el encuestado utiliza la información para participar en acciones como compartir, consultar, prestar atención, asistir, decidir, acercarse y realizar, todos estos verbos connotan acción.

- Luego del análisis de datos se observa que el comportamiento del receptor amatitlaneco varía mucho, pues realiza o realizaría acciones de acuerdo a la influencia del mensaje y del medio.

- Del objetivo "Determinar se el periódico Mengala, F.M. Acuario y Lago televisión enriquecen el campo del saber del receptor" se concluyó en que estos medios sí enriquecen el campo del saber del receptor. Primero, porque los encuestados tienen clara noción de los temas tratados en el medio.

Segundo, porque conocen los programas o secciones de las temáticas que ellos seleccionaron. Tercero, porque tienen noción del contenido de dicho programa o sección. Cuarto, porque tienen definido el encuestado tiene definido el tiempo en que se emiten los programas o secciones.

Todo lo anterior denota que el receptor conoce el medio de comunicación alternativa, conoce el contenido y el tiempo de emisión de los programas o secciones tratados.

- El encuestado ha enriquecido su conocimiento en el área de la educación no formal pues conoce a través de los medios de comunicación de la localidad, enriqueciendo su conocimiento con temas de índole informati-

va, ambiental, religiosa, cívica, política, cultural y social y todos los temas restantes que abarcan la respectiva área.

- El programa televisivo *Mentes en acción* contribuye a enriquecer el área de la educación formal, pues su objetivo primordial son los niños de los centros de enseñanza legalmente establecida.

☐ Recomendaciones

A Mengala, el periódico de Amatitlán

- Brindarle continuidad a las temáticas educativas, informativas, culturales, sociales y deportivas manejadas actualmente por el medio.

A F.M. Acuario, la voz de Amatitlán

- Incorporar programas radiales, pues se encuentran inexistentes en la actual emisión del medio.
- Diseñar programas de temáticas educativas, culturales y sociales que se acoplen a este medio, innovador por excelencia.
- Combinar la capacidad multifuncional del medio radial que es educar, informar y entretener.

A Lago Televisión, la imagen de Amatitlán

- Multiplicar las horas de transmisión.
- Crear un programa dirigido al grupo objetivo juvenil e infantil.

A los medios de comunicación en Amatitlán

- Brindarle mayor relevancia a la temática educativa, para que los medios sean forjadores de mentes y acciones positivas y propositivas.

Referencia Bibliográfica

- Albizures Palma, Francisco.
Manual de Comunicación Lingüística.
Ediciones Superación. Guatemala, 1993.
- Carrera Párramo, Juan Antonio.
Introducción a los medios de comunicación.
Ediciones Paulinas. España 1990.
- Coronado, Juan José.
La comunicación interpersonal más allá de
la apariencia. Editorial offset Santiago. México 1,992.
- Davini, María Cristina. Psicología General.
Ediciones Kapelusz. Buenos Aires 1993.
- De Fontcuberta Marx. Alternativas en Comunicación.
Editorial Mitre. España, 1983.
- Diccionario de las Ciencias de la Educación.
Ediciones Diagonal Santillana. México, 1987.
- Diccionario de Ciencias Humanas.
Ediciones Grijalbo. Barcelona, 1985.
- Diccionario Enciclopédico Quillet.
Editorial Cumbre. México, 1989.
- Diccionario de Psicología.
Fondo de la cultura económica. México, 1993.
- Diccionario de Técnicas de Grupo.
Editorial Gráficas Ortega. España, 1974.
- Durand Jacques. Las Formas de la Comunicación.
Editorial Mitre. Barcelona, 1985.
- Eco Umberto. Cómo se hace una tesis.
Editorial Gedisa. México, 1987.
- Enciclopedia Universal Ilustrada.
Europeo Americana Tomo XIX. Barcelona, 1980.
- García Pelayo, Ramón. Larousse Ilustrado.
Ediciones Larousse. México, 1982.

- Guzmán Monasterio, Efraín Alfredo. *Amatitlán 432*. Ediciones Industriales. Guatemala, 1981.
- Illera Rodríguez. *Educación y Comunicación*. Ediciones Paidós. España, 1988.
- Interiano, Carlos. *La Comunicación (elementos par un multienfoque)*. Editado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, 1991.
- Leelo, Luis Haro. *Psicología de las Relaciones Humanas*. Editorial Porrúa. México 1995.
- Macdavid, John. *Psicología y Conducta Social*. Ediciones Limusa. México, 1979.
- Miller, George. *Psicología de la Comunicación*. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1973.
- Moragas, Miguel. *Sociología de la Comunicación de Masas*. Editorial Gustavo Gili. España, 1985.
- Murillo, Soria. *Relaciones Humanas*. Editorial Limusa. México, 1982.
- Normanns Morales, Arnoldo Neftalí. *Clases de Objetivos*. Editorial Kamar. Guatemala, 1990.
- Pardinás, Felipe. *Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales*. Editores Siglo XXI. México, 1988.
- *Psicología Moderna de la A a la Z*. Editorial Grafman. España, 1982.
- Ricci, Pio. *La Comunicación como proceso social*. Ediciones Grijalbo. México, 1990.
- Samayoa Godoy de Pineda, Aracely Judith. *Amatitlán (Tradiciones)*. Ediciones Loyola. Guatemala, 1984.

- Silverstein, Albert. Comunicación Humana.
Editorial Trillas. México, 1985.
- Velas, Jesús Andres.
Técnicas y Prácticas de las Relaciones Humanas.
Editorial Indo-Americana Prees Service. Bogota, 1989.
- Williams, Raymond.
Los Medios de Comunicación Social.
Ediciones Península. Barcelona, 1974.
- Zacharis y Coleman.
La Comunicación como proceso social.
Ediciones Grijalbo S.A. México, 1990.
- Zuñiga Dieguez, Guillermo.
Técnicas de Estudio e Investigación.
Editorial Talleres de Formatec. Guatemala, 1994.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, noviembre de 1,998.

Señor
Arturo Echeverría
Director General
Periódico Mengala

Señor Echeverría:

Por este medio le estoy enviando un cordial saludo y al mismo tiempo hago de su conocimiento que la estudiante GLENDA YVETTE AGUILAR AGUILAR, quien se identifica con carnet universitario número 94-17112, cerró pênsum de estudios de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

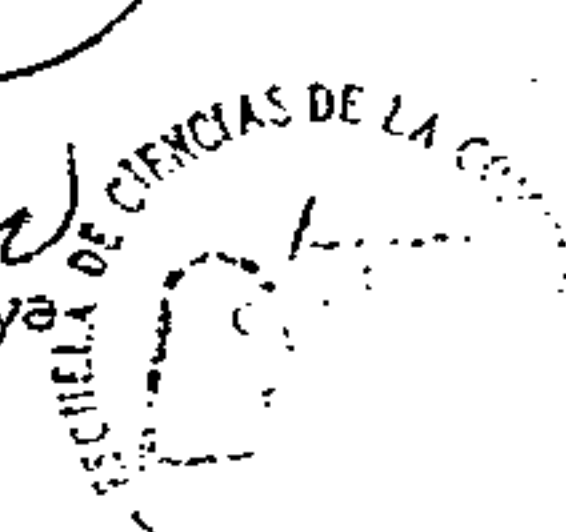
La estudiante AGUILAR AGUILAR se encuentra realizando su trabajo de investigación para la elaboración de tesis acerca de Medios de Comunicación alternativa en Amatitlán, por lo que le ruego brindarle toda la colaboración posible para la mejor realización de su cometido.

Al agradecer su acertada colaboración me suscribo

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Lic. Sergio V. Morayaya
Secretario



Recibido
[Handwritten signature]

SVM/lap

PERIÓDICO
"MENGALA"
Amatitlán Guatemala

DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, enero 8 de 1,999.

Señor
Cesar Gutiérrez
Director General
La Voz de Amatitlán

Señor Gutiérrez:

Por ested medio le estoy enviando un cordial saludo y al mismo tiempo hago de su conocimiento que la estudiante GLENDA YVETTE AGUILAR AGUILAR, quien se identifica con carnet universitario número 94-17112, cerró pènsum de estudios de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La estudiante AGUILAR AGUILAR se encuentra realizando su trabajo de investigación para la elaboración de tesis acerca de Medios de Comunicación Alternativa en Amatitlán, por lo que le ruego brindarle toda la colaboración posible para la mejor realización de su cometido.

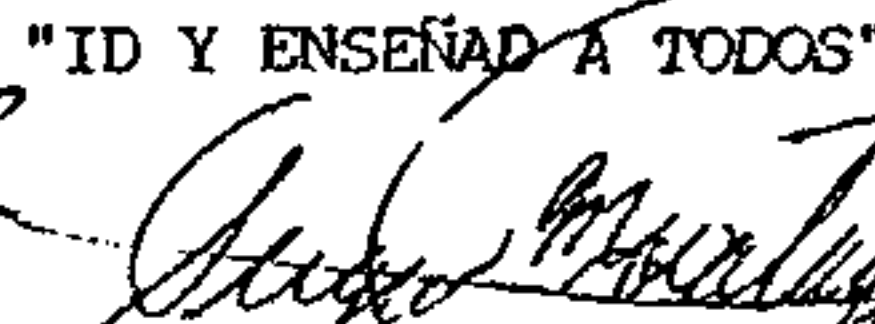
Al agradecer su acertada colaboración me suscribo.

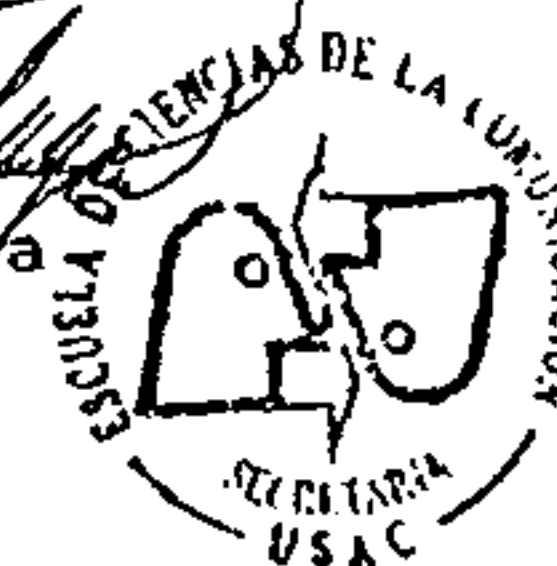
Atentamente,


LAGO AZUL

Publicidad Radio T. V.
La Voz de Amatitlán
Cesar Jorge Gutierrez
Tel: 6332091

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Sergio Morataya
Secretario



SM/lap

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, noviembre de 1,998.

Señor
Mario Aceituno
Director General
Lago Televisión
SERVICABLE

Señor Aceituno:

Por este medio le envío un cordial saludo al mismo tiempo hago de su conocimiento que la estudiante GLENDA YVETTE AGUILAR AGUILAR, quien se acredita con carnet universitario número 94-17112, cerró pênsum de estudios de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

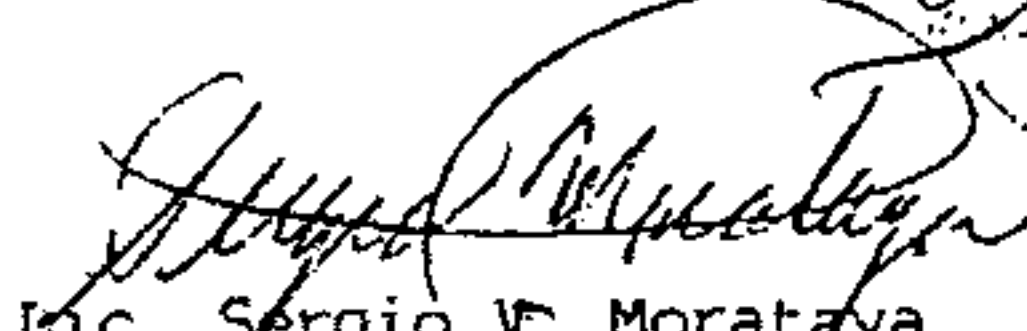
La estudiante AGUILAR AGUILAR se encuentra realizando su trabajo de investigación para la elaboración de tesis acerca de Medios de Comunicación Alternativa en Amatitlán, por lo que le ruego brindarle toda la colaboración posible para la mejor realización de su cometido.

Al agradecer su acertada colaboración me suscribo

Atentamente,


"LAGO TELEVISION"
LA IMAGEN DE AMATITLAN
9a. AVENIDA 4-80 "A"
TELS.: 633-0571, 633-1125

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Sergio V. Morataya
Secretario



SVM/lap

Primera Entrevista

Nombre: Arturo Echeverría Guerra
Cargo: Director General del Medio
Medio: Mengala, el periódico de Amatitlán
Fecha: 6 de enero de 1999

1. ¿Año de fundación del medio?

El periódico Mengala fue fundado y registrado el 10 de julio de 1985 en la Dirección de Correo Nacional.

2. ¿Ubicación del medio?

El medio esta ubicado en la 4ta. Calle 0-01 Amatitlán.

3. ¿Cómo surge el medio?

Hace aproximadamente 10 años senti que en Amatitlán había un vacío pues había desaparecido el periódico Comentarios y Vanidades de Enrique Lucero, pense entonces en llenar ese espacio vacío y hacer un periodismo para el desarrollo de la población amatitlaneca.

4. ¿Cuál es el objetivo del medio?

Su objetivo es dejar grabada la historia de Amatitlán, dando a conocer las costumbres y tradiciones del pueblo para que las futuras generaciones conozcan, a través de la mancha impresa, lo que ha acontecido en el lugar.

5. ¿Cuántas personas laboran en el medio?

Básicamente soy yo el único, pero existen algunas personas que colaboran escribiendo artículo o reportajes.

6. ¿Cuál es el grupo objetivo del medio?

La población amatitlaneca a nivel popular.

7. ¿Cuál es la función del medio en la comunidad?

Su función es netamente de información y proyección social.

8. ¿Cómo se sostiene el medio?

Se sostiene a través de la venta de anuncios y donaciones de solidarios al esfuerzo que se realiza.

9. ¿Cuál es el número de tiraje del periódico?

1,500 ejemplares, 3,000 en épocas especiales.

10. ¿Cuáles son los puntos de distribución?

La Municipalidad, los comercios y la distribución masiva.

11. ¿Dónde se elabora la impresión?

En Foto Publicaciones, Imprenta de Litografía

12. ¿Dónde circula?

El casco de la cabecera municipal, las colonias y aldeas.

Segunda Entrevista

Nombre: César Jorge Gutierrez
Cargo: Director General del Medio
Medio: F.M. Acuario, la voz de Amatitlán
Fecha: 7 de enero de 1999

13. ¿Año de fundación del medio?

Este medio fue fundado el 21 de noviembre de 1974.

14. ¿Ubicación del medio?

El medio está ubicado en la 6ta. calle lote # 8, Lotificación Lucita, Amatitlán.

15. ¿Cómo surge el medio?

Surge como una radio con visión cultural, deportiva, que da a conocer la cultura, religiosidad y deporte de Amatitlán.

16. ¿Cuál es el objetivo del medio?

Prestar una proyección cultural.

17. ¿Cuántas personas laboran en el medio?

Solo yo, siendo el director, locutor, barredor y todo al mismo tiempo.

18. ¿Cuál es el grupo objetivo del medio?

La población amatitlaneca.

19. ¿Cuál es la función del medio en la comunidad?

Su función es netamente de información y servicio social.

20. ¿Cómo se sostiene el medio?

Se sostiene con la publicidad.

21. ¿Cuál es el número de tiraje del periódico?

1,500 ejemplares, 3,000 en épocas especiales.

22. ¿Qué equipo utiliza?

Se utiliza un sistema de amplificación, cuento con un amplificador, un mixer, dos grabadoras, una repetidora (para cuando hay misas en la capital), cassettes, discos, dos tornamesas, tres micrófonos, una radio de once metros que sirve para utilizar información de los bomberos voluntarios transmitida desde la cabina central de control.

Tercera Entrevista

Nombre: Mario Humberto Aceituno
Cargo: Director General del Medio
Medio: Lago Televisión, la imagen de Amatitlán
Fecha: 8 de enero de 1,999

23. ¿Año de fundación del medio?

Este medio fue fundado en junio de 1,995.

24. ¿Ubicación del medio?

El medio esta ubicado en la 9na. Calle 4-80, Amatitlán.

25. ¿Cómo surge el medio?

Surge con la iniciativa de crear un canal cultural y educativo.

26. ¿Cuál es el objetivo del medio?

Tratar de conservar las tradiciones y costumbres de Amatitlán, que son el fundamento de la integridad del pueblo. Además, mantener informada a la población de todo lo que acontece en el municipio a través de las diferentes manifestaciones culturales.

27. ¿Cuántas personas laboran en el medio?

El director, el editor, los camarógrafos, una modelo y secretarias.

28. ¿Cuál es el grupo objetivo del medio?

Toda la población amatitlaneca.

29. ¿Cuál es la función del medio en la comunidad?

Su función es la proyección social y cultural.

30. ¿Cómo se sostiene el medio?

Se sostiene a través del subsidio que proporciona Servicable, la empresa que transmite, ya que no tiene apoyo económico de ninguna índole, cuenta además, con una publicidad eventual, donde algunas empresas se anuncian.

31. ¿Que equipo utilizan?

Utilizamos reproductoras y cámaras super VHS, mezcladoras de sonido e imagen, todo lo que trabajamos es producción casera netamente.

Nombre del Medio Mengala "El periódico de Amatitlán"

Fecha

Número de edición

Número de páginas

Contenido:

Informativo

De Opinión

Publicidad

Fuente:

Medio	F.M. Acuario
Día	
Horario	
Tipo de Programa	
Nombre del Programa	
Temática	
Contenido	
Tiempo de duración	

Fuente:

Medio	Lago Televisión
Día	
Horario	
Tipo de Programa	
Nombre del Programa	
Temática	
Contenido	
Tiempo de duración	

Fuente:

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

La presente encuesta está elaborada para cumplir con los objetivos de la investigación de tesis "Efectos de la comunicación alternativa en la población de la cabecera municipal de Amatitlán", por tal razón, se le solicita contestar las siguientes preguntas.

I. Datos Generales

1. Sexo	2. Edad	3. Profesión	4. Cantón al que pertenece
Femenino	18 a 28 años		La Cruz
Masculino	28 a 38 años		El Rosario
	38 a 48 años		Ingenio
	48 a 58 años		San Antonio
	58 a 60 años		Hospital
			San Juan
			Amanecer
			San Lorenzo

II. Datos Específicos

1. De los siguientes medios de comunicación en Amatitlán, ¿cuál o cuales conoce?...

- Periódico Mengala
- F.M. Acuario (radio del mercado municipal)
- Lago Televisión

2. ¿Desde hace cuánto tiempo los conoce?...

- 1 a 3 años
- 3 a 6 años
- 6 a 9 años
- 9 a 12 años
- 12 a 15 años

3. De estos medios ¿Cuál es el que prefiere?...

- Periódico Mengala
- F.M. Acuario
- Lago Televisión

4. Según su opinión, la información recibida de este medio le sirve para...

- Educarse
- Informarse
- Entretenerse

5. De acuerdo con la información que recibe, podría indicar los temas que ha encontrado en este medio...

- Educativos
- Informativos
- Ambientales
- Familiares
- Culturales
- Deportivos
- Artísticos
- Sociales
- Religiosos
- Cívicos
- Educación Formal

6. Para usted, ¿cuál de los temas anteriores es el de mayor importancia?...

¿Porqué?

7. De acuerdo al tema que acaba de indicar, ¿qué programa o sección leída recuerda?...

8. Podría dar una idea de lo que trata dicho programa o sección leída....

9. Cada cuánto tiempo ve estos programas o secciones leídas...

- Diariamente
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente

10. La información recibida del medio
le sirve para compartir, con otros amatitlanecos, sobre...
- Costumbres amatitlanecas
 - Tradiciones amatitlanecas
 - Vida social, religiosa, cultural y política en Amatitlán
 - Información general de Amatitlán
11. Su interés por adquirir mayor
conocimiento sobre Amatitlán lo lleva a...
- Prestarle mayor atención a los programas o secciones leídas
 - Seguir consultando los medios de comunicación
 - Consultar otras fuentes de información
12. La información recibida de estos medios lo motivan a...
- Asistir a las festividades amatitlanecas (tradicionales, culturales)
 - Acercarse a la iglesia
 - Realizar labor social
 - Asistir a las actividades deportivas
 - Decidirse por quién votar
13. Con la información recibida del medio, ya se decidió por quien votar...
- Si
 - No
14. Siendo importante para usted
este medio, se lo recomendaría a otras personas...
- Si
 - No

¿Porqué?

15. Para recomendar al medio, usted haría...
- Un comentario personal (individual)
 - Un comentario entre amatitlanecos (grupal)
 - Un comentario oral, por la radio y televisión local
 - Un comentario escrito, por el periódico local

***Gracias!... por contribuir con el progreso profesional
del estudiante universitario***

I. Datos Generales

1. Sexo

SEXO...	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
Femenino	19	13	21	17	13	12	6	9	120	60%
Masculino	6	12	4	8	12	13	9	19	80	40%

2. Edad

Edad...	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
18 a 28	12	15	15	14	15	15	12	8	106	53%
28 a 38	7	5	7	6	3	5	8	12	53	26%
38 a 48	6	1	2	5	3	3	1	3	24	12%
48 a 58		3	1		2	1	3	1	11	6%
58 a 65		1			2	1	1	1	6	3%

3. Ocupación o Profesión

Ocupación	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
Comerciante	3	4	1	1	1	1	4	3	18	9%
Ama de casa	6	2	5	2		4	4	8	31	16%
Estudiante	5	7	5	8	3	10	11	8	57	28%
Profesional	10	12	14	13	17	6	5	6	83	41%
Otro	1			1		4	5		11	6%

Referencias:

1. La Cruz 2. Hospital 3. San Lorenzo 4. Ingenio
5. San Juan 6. Amanecer 7. Rosario 8. San Antonio

II. Datos Específicos

1. De los siguientes medios de comunicación en Amatlán ¿cuál o cuales conoce?...

Medios...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Mengala	1	2	2	2		1	2	7	17	8%
F.M. Acuario	1	1		2	1	2	2	7	18	9%
Lago t.v.	5	4	2	12	4	12	5	2	46	23%
Acuario y Lago	2	2	2	1		3	2	2	14	7%
Mengala y Lago	6	6	9	4	2	3	7	5	42	21%
Los 3 medios	10	10	10	4	18	4	7		63	32%

2. ¿Desde hace cuánto tiempo los conoce?...

Tiempo...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
1 a 3 años	12	11	16	11	12	15	13	10	100	50%
3 a 6 años	6	11	2	11	7	5	5	5	52	26%
6 a 9 años	4		4		3	3	4	5	23	11%
9 a 12 años	2		3	1	2	1	1	5	15	8%
12 a 15 años	1	3		2	1	1	2		10	5%

3. De estos medios ¿cuál es el que prefiere?...

Medio...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Mengala	2	9	3	2	9	3	2	5	35	17%
Acuario	1		6		1	1	2		11	6%
Lago t.v.	23	15	22	17	16	21	22	18	154	77%

4. Según su opinión, la información recibida de este medio le sirve para...

Le sirve para...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Educarse	1	3	2	2	2	4	3	5	22	11%
Informarse	14	14	16	14	14	10	11	12	105	52%
Entretenerse	3	2	1	3	3	5	3	8	28	14%
Educar e Informarse	1	2		1	2	1			7	4%
Infor. y entretenerse	3	1	6	1	2	3			16	8%
Las 3 funciones	3	3		4	2	2	8		22	11%

5. De acuerdo con la información que recibe, podría indicar los temas que ha encontrado en este medio...

Temas...	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
Educativos					1	2			3	2%
Informativos	1	2	1			5	6	5	20	10%
Culturales				1	1				2	1%
Deportivos				1		4			5	3%
Sociales		1				1			2	1%
Religiosos						1			1	1%
Cívicos						5			5	2%
Educación Formal					2				2	1%
Edu., Informativos II	9	9	9	9	6	9	9	4	66	33%
Cult., Dep., y Arts.	4	8	7	7	7	9	12		54	26%
Soc., Amb., y Relig.	6	5	3	2	3	1			20	10%
Todos	3	1	3	4	5	4			20	10%

6. Para usted, ¿cuál de los temas anteriores es el de mayor importancia?...

Tema...	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
Educativos	12	9	8	10	14	8	9	10	80	40%
Informativos	5	9	8	11	5	4	7	10	59	29%
Ambientales	3	2	4	1	2		1		13	6%
Culturales	2	1	2	2	2	2	2	3	16	8%
Deportivos	1	2	3			4			10	6%
Religiosos	1				2	2	3	2	10	5%
Educ. Formal	1	1	1		2				5	2%
Todos	2			2	3				7	4%

7. De acuerdo al tema que acaba de indicar, ¿qué programa o sección leída recuerda?...

Programa o sección...	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
Medio ambiente		2	6	1	9					4%
Datos históricos de Amatitlán	1	2	3							2%
Tragedia del Mitch	4	1	7	3	1	5	3	24		12%
Hablemos de Nuestro Pueblo	2	1	3	6						3%
Mentes en Acción	9	5	6	6	9	6	4	8	53	26%
Festividades Amatitlanecas	1	1	1		5	8				4%
Conozcamos Amatitlán	2	1	1	4			8			4%
En contacto con el pueblo	2	3	2	6				5	18	9%
Deportivos	2	2	15							8%
Informativos			3			3	6			3%
No respondió	4	11	4	4	5	8	13	1	50	25%

8. Sabe de lo que trata dicho programa...

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Total	%
Si sabe	8	2	10	7	3	4	10	12	56	28%
Sabe poco	1	6	5	6	4	2	3	3	30	15%
Sabe mucho	9	4	5	10	15	11	12	10	76	38%
No respondió	7	11	5	2	3	8	2		38	19%

9. Cada cuánto tiempo ve estos programas o secciones leídas...

Tiempo...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Diariamente	3	5	1	4	6	5	2	8	34	17%
Semanalmente	12	11	7	16	9	13	15	2	85	43%
Quincenalmente	5	1	7	3	1	2			19	9%
Mensualmente	5	8	10	2	9	5	8	15	62	31%

10. La información recibida del medio le sirve para compartir, con otros amatitlanecos, sobre...

Comparte...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Costumbres		1	1			6	1	1	10	5%
Tradiciones	1	1	1	1	1	3	1	2	11	5%
Vida...	9	9	6	10	6	6	3	3	52	26%
Inf. general	19	12	15	12	11	9	14	14	106	53%
Cost. y Trad.	2		1	1			3	3	10	5%
Todas		2		1	5	1	1	1	11	6%

11. Su interés por adquirir mayor conocimiento sobre Amatitlán lo lleva a...

Lo lleva a...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Prestarle...	7	5	11	15	6	3	9	1	57	29%
Seguir...	8	11	7	4	4	5	9	6	54	26%
Consultar...	5	8	7	5	10	17	6	9	67	34%
Prestar y seguir...	1			1	2		1	9	14	7%
Seguir y Consultar...	2	1			1				4	2%
Prestar y Consultar...	2				2				4	2%

12. La información recibida de estos medios lo motivan a...

Lo motivana.	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Asistir.	13	12	10	10	16	7	8	2	78	39%
Acercarse.	2	1	1	4	1	1			10	5%
Realizar.	2	1	2	3	1	3	4	1	17	9%
Asistir.	2	1	1	1	5	4	4		18	9%
Decidirse.	3	7	6	4	2	5	4	4	35	18%
Asistir y decidirse.	3		1	1	4				9	4%
Asistir y realizar labor.	2	1	2	1					6	3%
Asistir y acercarse igles.		1	1	1	1	4			8	4%
Asistir y asistir.	1		2			1	1		5	2%
Todas		2		1		1	2	8	14	7%

13. Con la información recibida del medio, ya se decidió por quien votar...

Ya se decidió...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Si	20	22	18	19	19	13	15	10	136	68%
No	5	3	7	6	6	12	10	15	64	32%

14. Siendo importante para usted este medio, se lo recomendaría a otras personas...

Lo recomendaría...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Si	25	25	23	23	25	20	23	22	186	93%
No			2	2		5	2	3	14	7%

15. Para recomendar el medio, usted haría...

Haría un...	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Comentario personal	12	6	12	12	10	5	15	10	82	41%
Entre amatitlanecos	10	8	6	7	8	7	9	10	65	33%
Comentario oral...	7		3		7		2		19	9%
Comentario escrito...	6	4	7	3	7	3	1	3	34	17%

Edición
Gráfica:

David E. Gil M

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central