

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

**“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación para la Municipalidad
De San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos”**

Trabajo de tesis presentado por:
Marta Virginia Ubedo López

Previo a optar el título:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**Asesora de Tesis:
Dra. Lesvia Morales**

Guatemala, marzo del 2014

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

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Coordinadora Comisión de Tesis

M.A. Aracelly Mérida

Secretaria

M.A. Claudia Xiomara Molina

Tribunal examinador:

Dra. Lesvia Morales, presidenta.

M.A. Donaldo Vásquez, revisor.

M.A. Nery Bach, revisor.

M.A. Gustavo Bracamonte, examinador.

M.A. Marco Julio Ochoa, examinador.

Dr. Wangner Díaz, suplente.

*Este proyecto de tesis lo dedico con especial cariño a mi papá, don **Oswaldo Atilio Ubedo**, físicamente ya no está con nosotros, pero mientras esté en nuestros recuerdos, nunca habrá muerto.*

Agradecimientos

A mi mamá doña Martita quien me dio la vida, apoyándome siempre y formándome en el camino de la vida. A mis hermanos Oswaldo, Paula y David (q.e.p.d.) La vida nos ha dado golpes duros, pero siempre nos hemos levantado y superado cualquier obstáculo, los quiero.

A la persona que creyó en mí y dio forma a mis inquietudes Arnulfo, gracias esposo, por haberme apoyado a pesar del paso del tiempo. ¡Te amo!

A mis hijos Josué Arnulfo y Marta Celeste por ser y estar conmigo, sigan adelante, ¡larga vida y prosperidad!, los amo.

A mis sobrinos, Kathia, Kevin, Marcos, Geraldine, Karencita, Velveth y Carlos, los quiero y sigan adelante por el camino correcto de la vida.

A mis compañeros de la “U”, con quienes pasé muchas y buenas aventuras.

A la Universidad de San Carlos y a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así como a todos los licenciados que nos dieron su amistad y conocimientos. A la Dra. Lesvia Morales por su asesoría, amistad y apoyo. A mis revisores M.A. Donald Vázquez y al Lic. Nery Bach.

Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber. (Albert Einstein).

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

Índice

	Pág.
Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo I	
Marco Conceptual	
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Diagnóstico Comunicacional de la Institución	3
1.1.2 Diagnóstico de medios	3
1.2 Historia de las Municipalidades	4
1.3 Aspecto histórico y cultural del Municipio de San Lucas Sacatepéquez	5
1.4 Justificación	5
1.5 Planteamiento del Problema	6
1.6 Alcances y límites del tema	6
Capítulo II	
Marco Teórico	
2.1 Municipio	8
2.2 Región central de Guatemala	11
2.3 Departamento de Sacatepéquez	12
2.4 Municipio de San Lucas Sacatepéquez	13
2.5 Comunicación	22
2.5.1. Elementos de la comunicación	23
2.5.2. Tipos de comunicación	26
2.5.3 Comunicación para el desarrollo	29
2.5.4. Comunicación institucional	30
2.5.5. Funciones de la comunicación	34
2.5.6. Medios de comunicación	35
2.5.6.1 Clasificación de los medios de comunicación	36
2.5.6.1.1 Herramientas de la comunicación alternativa	37
Capítulo III	
Marco Metodológico	
3.1 Método o tipo de Investigación	41
3.2 Objetivos:	
3.2.1 General	41
3.2.2 Específicos	41

3.3 Técnica	42
3.4 Entrevista	42
3.5 Encuesta	42
3.6 Instrumento	42
3.7 Universo	42
3.8 Muestra	42
3.9 Procedimiento	43

Capítulo IV

Análisis y descripción de resultados

4.1 Encuesta a los vecinos	44
Gráficas	45

Capítulo V

Propuesta de Comunicación para la Municipalidad

De San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos	56
5.1 Destinatarios de la propuesta	56
5.2 Objetivos	56
5.2.1 General	56
5.2.2 Específicos	56
5.3 Herramientas para el diagnóstico de comunicación	57
5.4 Metas e indicadores	57
5.5 Herramientas para gestión de la comunicación	58
5.5.1 Divulgación de Información pública	58
5.5.2 Incentivar la participación de los vecinos	58
5.6 Etapas y actividades para llevar a cabo la propuesta de comunicación.	59
5.7 Cronograma para la realización de la propuesta	60
5.8 Planificación de recursos	61
5.8.1 Recursos humanos	62
5.8.2 Recursos materiales	62
5.8.3 Presupuesto y recursos humanos para el proyecto que se desarrollará en la propuesta de comunicación para la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez y sus vecinos	63
5.8.4. Recursos materiales para instalación de cartelera virtual	63
Conclusiones	64
Recomendaciones	65
Bibliografía	66
Anexos	69

Resumen

- Título:** “Diagnóstico y Propuesta de comunicación para la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos”.
- Autora:** Marta Virginia Ubedo López
- Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Planteamiento del Problema:** ¿Qué propuesta puede implementarse para informar a los vecinos del municipio de San Lucas, Sacatepéquez, acerca de los acontecimientos y actividades sociales que se realizan durante el año, a través de la municipalidad?

Procedimiento para adquirir los datos:

Para cumplir los objetivos del presente trabajo se realizó una compilación bibliográfica y documental acerca del tema. Así mismo se realizó una encuesta dirigida al grupo objetivo.

Resultados y Conclusiones:

De los 72 vecinos encuestados de San Lucas Sacatepéquez, sólo 44% conocen los acontecimientos y actividades sociales que se realizan durante el año en el municipio; a pesar de que se colocan afiches informativos y que hay un canal de televisión por cable.

El 56% no conoce los acontecimientos y actividades sociales que realiza la municipalidad; y el 49% de los vecinos sugirieron que se coloque una cartelera cultural en las afueras del salón municipal para estar enterados de los acontecimientos y responsabilidades sociales de la municipalidad, así mismo proponen que se trabajen afiches con información en puntos estratégicos del municipio.

La conclusión de esta investigación es que la comunicación (entre la municipalidad y vecinos) debe mejorar para que todos conozcan, participen y asistan a los acontecimientos y actividades sociales que la municipalidad de San Lucas Sacatepéquez realiza.

Introducción

La comunicación entre la municipalidad y los vecinos amerita ser estudiada, debido a que la cantidad de vecinos del municipio ha aumentado y la municipalidad no cuenta con las vías de comunicación necesarias para informar acerca de los acontecimientos y actividades sociales con la comunidad. Por tal motivo y con el propósito de mejorar las vías de comunicación entre los vecinos y la municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, se realizó un “diagnóstico y propuesta de comunicación para la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos.

El objetivo principal es describir la comunicación que hay actualmente entre la municipalidad y sus vecinos, proponer nuevas herramientas de comunicación para mejorar e informar, a través de estas herramientas, mejorando así los flujos de comunicación entre las áreas de San Lucas Sacatepéquez.

Los vecinos del municipio de San Lucas, no conocen los acontecimientos y actividades sociales que se realizan durante el año, ya que los canales de información y medio informativos no llegan a todos los lugares aledaños.

En el marco conceptual aparecen los antecedentes de la investigación, la historia de las municipalidades, la justificación, el planteamiento del problema, los alcances y límites. En el marco teórico se describen los conceptos básicos utilizados en el trabajo, así como las generalidades acerca de la municipalidad. Por aparte, en el marco metodológico se detallan los elementos necesarios para la elaboración de la tesis, el método que se usó, los objetivos, la técnica, instrumentos y la muestra de objeto de estudio. Luego se presenta la descripción, análisis de resultados y conclusiones. En seguida se desarrolla la propuesta de comunicación para la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y al final se encuentra la bibliografía, anexos y encuesta.

Capítulo I

Marco Conceptual

1.1 Antecedentes

Al efectuar un diagnóstico entre la municipalidad y los vecinos, se observó que la cantidad de vecinos del municipio ha aumentado y la municipalidad no cuenta con las vías de comunicación necesarias para informar de los acontecimientos y responsabilidades sociales con la comunidad. Por tal motivo y con el propósito de mejorar las vías de comunicación, se realizó un “Diagnóstico y Propuesta de Comunicación para la municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos”.

El objetivo principal, es describir la comunicación que existe actualmente entre la municipalidad y sus vecinos, proponer nuevas herramientas de comunicación para mejorar e informar, a través de estas herramientas, mejorando así los flujos de comunicación entre las áreas de dicho municipio.

Los vecinos del municipio de San Lucas, no conocen los acontecimientos y actividades sociales que se realizan durante el año, ya que los canales de información y medio informativos no están al alcance de todos los lugares aledaños.

Durante la búsqueda de la información para el proyecto de tesis se tomó en cuenta la siguiente tesis: “Diagnóstico y propuesta de comunicación para la divulgación de los Derechos de la Niñez, en el Caserío Chicamén, San Lucas Sacatepéquez, elaborada por Rosaura Marisol Noriega Muñoz (2007).

El término diagnóstico proviene del griego *diagnostikós* formado por el prefijo *dia* = “a través” y *gnosis* = “conocimiento”, “apto para conocer”; por lo tanto, se trata de un “conocer a través” o un “conocer por medio de”, esta primera aproximación al término nos permite precisar el concepto al que se quiere llegar. Es así como la palabra diagnóstico es utilizada en diferentes momentos o contextos, para hacer referencia a la caracterización de una situación, mediante el análisis de algunos eventos. El diagnóstico debe ser el fundamento de las estrategias que han de servir en la práctica de acuerdo a las necesidades y aspiraciones de la comunidad y a la influencia de los diferentes factores que inciden en el logro de los objetivos propuestos. Un diagnóstico actualizado, permite tomar decisiones en los proyectos con el fin de mantener o corregir el conjunto de actividades en la dirección de la situación objetivo.

Daniel Prieto, parte del supuesto que para solucionar un problema se necesita adquirir los conocimientos necesarios sobre el mismo, y este conocimiento de la realidad para actuar constituye el diagnóstico, y afirma que "el sentido de un diagnóstico es más amplio que la simple adquisición de información. Lo importante es el aprendizaje de la propia realidad, el conocimiento de las causas fundamentales de los problemas, el planteamiento de acciones a partir de un análisis a fondo de lo que pasa". (Prieto. 1988: p. 39).

Cabe señalar que para Daniel Prieto hay dos tipos de diagnósticos: el diagnóstico pasivo, donde todo se hace desde afuera de nosotros, donde alguien externo recoge y evalúa datos para obtener conclusiones sin nuestra participación; en tanto el diagnóstico participativo es aquel en que la propia población reconoce su situación, se organiza, busca y analiza datos para llegar a conclusiones y hacer un trabajo en común, lo cual lleva a la definición del auto diagnóstico comunitario como el proceso que "consiste en el conocimiento que sobre un tema o problema desarrolla la propia población. a través de actividades organizadas y mediante el aprovechamiento del saber y de las experiencias de cada uno de los participantes" (Ibid, p. 45) .

Scarón de Quintero afirma que "el diagnóstico es un juicio comparativo de una situación dada con otra situación dada" ya que lo que se busca es llegar a la definición de una situación actual que se quiere transformar, la que se compara, valorativamente con otra situación que sirve de norma o pauta. (Scarón, 1985: p. 26). Por lo anterior el diagnóstico implica en sí mismo una comparación entre una situación presente, conocida mediante la investigación y otra situación ya definida o conocida previamente que sirve de referencia.

Para Genisans el diagnóstico "implica expresar acerca de una realidad dada, un juicio mediante el cual esa realidad es comparada con un modelo de la misma". (Ibíd. p. 60) Esto conlleva a que el diagnóstico es, en esencia, un elemento básico que relaciona dos modelos a saber: el modelo real y el modelo ideal, y entre los cuales se establece un juicio de valor que marca la diferencia del modelo real con el modelo ideal, es decir, hay una proposición categórica que señala, "como es" la situación y una proposición valorativa que implica el cómo debe ser esa situación, misma hacia la que se proyectaran las acciones a realizar.

Alberto J. Diéguez, cuando sin identificarlo exactamente como diagnóstico, se habla que en el proceso de la planificación, una vez obtenida la información, y como base para tener mayores elementos para desarrollar la acción, se deben analizar los hechos encontrados, establecer relaciones, discriminar que es lo fundamental y que es lo accesorio. (Diéguez. 1987: p. 60).

De aquí deriva la necesidad de tomar decisiones, privilegiar acciones y realizar la acción en el camino seleccionado.

Serrano por su parte, señala que el diagnóstico es una fase que inicia el proceso de la programación y es el punto de partida para formular el proyecto; así "el diagnóstico consiste en reconocer sobre el terreno donde se pretende realizar la acción, los síntomas o signos reales y concretos de una situación problemática, lo que supone la elaboración de un inventario de necesidades y recursos". Esto conlleva la necesidad, en un proceso planificador: de detectar los antecedentes primordiales que configuran la situación problemática que se desea superar: es decir; conocer la situación de la que se parte para determinar las posibilidades de acción que permiten superar dicha situación con base en las necesidades detectadas y los recursos disponibles.

1.1.1 Diagnóstico Comunicacional de la Institución

El diagnóstico permite reconocer los sistemas de comunicación vigente en una institución, a fin de reconocer problemas y virtudes, para mejorar la relación con los interlocutores. Debemos tener en cuenta:

Comunicación como una interrelación en función a los objetivos de la institución.

Actores Sociales: el reconocimiento de estos y sus formas de interactuar es el primer paso (con observaciones, entrevistas, entre otros).

Percepciones: analizar la percepción de su tarea, de su imagen de la institución.

Grupos: identificar y analizar las relaciones entre distintos grupos que conforman la institución. (si los grupos funcionan por separados, la institución corre el riesgo de ser un conjunto fragmentado).

Ambiente: encontrar, analizar y evaluar los espacios y momentos comunicacionales.

1.1.2 Diagnóstico de medios

Saber de los medios. Identificar a sus actores sociales. Adaptarse a sus modos de comunicar. Dar alternativas desde la percepción y la intencionalidad de la institución.

Desde la institución:

Identificación de los medios significativos para los interlocutores de la institución.

Cobertura de los medios de la zona y frecuencia de uso por la gente.

Análisis general de las secciones o de la programación.

Análisis de las secciones o de la programación que tocan el tema al cual se refiere a la institución: “No se puede dialogar con los medios sin saber dónde están, qué difunden y a quiénes llegan”.

1.2 Historia de las municipalidades

La administración de gobiernos es de origen romano, pero el término Municipio, sinónimo de Ayuntamiento y Consejo, surge en la Edad Media. La organización municipal es uno de los legados de la Colonia española. El 25 de julio de 1524, don Pedro de Alvarado fundó Iximché, bajo la protección del Apóstol Santiago, la primera capital y formó el primer ayuntamiento. El 22 de noviembre de 1527 don Pedro de Alvarado asienta la ciudad en el Valle de Almolonga, se inicia la organización del Ayuntamiento y da posesión a las autoridades correspondientes. La Municipalidad es el ente del Estado responsable del Gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir no depende del Gobierno Central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesitan una ciudad o pueblo. Una función importante de la Municipalidad es la planificación, el control y evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales y a buscar contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Los recursos necesarios para proveer los servicios y realizar obra, la Municipalidad los obtiene principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI), y tasas que se cobran en algunas gestiones.

A partir de 1986 se hace obligatorio el aporte constitucional que el Estado debe otorgar a todas las municipalidades del país, de esta manera se hace efectiva la autonomía de los gobiernos locales. Este fue uno de los primeros logros obtenidos por la Asociación Nacional de municipalidades (ANAM), la cual se constituyó formalmente el 19 de octubre de 1960.

1.3 Aspecto histórico y cultural del Municipio de San Lucas Sacatepéquez

San Lucas Sacatepéquez es el pueblo más antiguo de Sacatepéquez, porque este ya existía a la llegada de los españoles, estando conformado como una pequeña comunidad.

En el año de 1549 se trasladó al paraje donde actualmente se encuentra. La población se organizó con personas del lugar, pero poco tiempo más tarde, muchos habitantes de Rabinal emigraron al municipio por accesibilidad de trabajo.

El nombre primitivo de la población fue el de “San Lucas de Cabrera” que pertenecía al “cuarto de Nuestra Señora de los Remedios en el partido de Sacatepéquez”, pero en 1936 paso a ser parte de Antigua Guatemala.

La fiesta titular es la de San Lucas Evangelista que se celebra del 15 al 20 de octubre, siendo el día principal el 18 de octubre. El origen del municipio se remonta a la época Pre-Colonial, pues cuando vinieron los españoles, este pueblo del Reino Cackchiquel llevaba muchos años de existencia.

Tras la conquista, muchos de estos se quedaron, atraídos por las favorables condiciones del lugar, entre los que se recuerda al noble sacerdote don José Gregorio Rosales, quien con sus vastos conocimientos y espíritu emprendedor, se dispuso a cultivar la tierra, trayendo del exterior semillas de toda clase de hortalizas, flores y frutas, enseñando a los nativos nuevas técnicas agrícolas. Puede ser este el origen de la Horticultura y la Fruticultura en San Lucas.

1.4 Justificación

Entre la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y los vecinos de dicho municipio existe un problema de comunicación que no permite que toda la población actual se entere de las actividades festivas, sociales y de servicio público del municipio, la población ha aumentado y no cuenta con las vías de comunicación necesarias para informar a todos los vecinos.

Como vecina del municipio de San Lucas Sacatepéquez, la autora ha notado que existen problemas de comunicación y debido a ello se realizó este proyecto de investigación, como un aporte para el municipio y sus vecinos.

El proyecto de tesis se basó en un diagnóstico de la problemática comunicacional que en la actualidad afronta la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos, por lo que se consideró hacer una propuesta que permita mejorar la comunicación entre la Municipalidad y los vecinos.

1.5 Planteamiento del Problema

El municipio de San Lucas Sacatepéquez cuenta con 25,789 habitantes aproximadamente entre hombres, mujeres y niños 12% es indígena y el 88% no indígena. Entre el año 2007 y 2008, existe un aumento de 63 nacimientos, por cada 1000 habitantes, esto es el 16.31%. Es importante hacer mención que San Lucas Sacatepéquez refleja un incremento precipitado de población ocasionado por las migraciones de los municipios de Mixco y ciudad capital. La tasa de crecimiento poblacional es de 3.1, la departamental de 3.68 y la nacional de 3.47. Los datos indicados expresan que la población del municipio decrece en 0.61 a la tasa departamental y en 0.40 con respecto a la población nacional, lo que implica que la población del municipio tiene un índice de crecimiento alto (INE, 2002).

Este incremento poblacional ocasiona que no se lleve de forma eficiente, la información necesaria hacia todas las áreas del municipio, ya que siempre hay pobladores nuevos.

La Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, debe percibir las debilidades de comunicación que existe entre vecinos y Municipalidad y debe saber si se cumplió con las expectativas de comunicación y necesidades de los vecinos de dicho municipio. Por tal motivo surge la inquietud de indagar: ¿qué propuesta se debe implementar para mejorar la comunicación entre la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos?

1.6 Alcances y límites del tema

Objeto de Estudio: “Propuesta de Comunicación para la Municipalidad De San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos”.

Ámbito geográfico: La investigación abarcó el municipio de San Lucas Sacatepéquez.

Ámbito institucional: El presente trabajo se realizó en la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez administradora del municipio en cuestión.

Ámbito poblacional: Pobladores del municipio de San Lucas Sacatepéquez.

Ámbito temporal: La investigación se realizó durante los meses de junio, julio, agosto del 2011 a marzo del año 2012.

Límites: En esta investigación únicamente se realizó el estudio en el municipio de San Lucas Sacatepéquez.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Municipio

Un municipio es una entidad administrativa que puede agrupar una sola localidad o varias, que puede hacer referencia a una ciudad, pueblo o aldea.

El municipio está compuesto por un territorio claramente definido por un término municipal de límites fijados (aunque a veces no es continuo territorialmente, pudiendo extenderse fuera de sus límites con exclaves (territorio que pertenece políticamente a otro pero que no está conectado por tierra con aquél) y presentando enclaves de otros municipios) y la población que lo habita (regulada jurídicamente por instrumentos estadísticos como el padrón municipal y mecanismos que otorgan derechos, como el vecindamiento o vecindad legal, que sólo considera vecino al habitante que cumple determinadas características – origen o antigüedad- y no al mero residente.

El municipio está regido por un órgano colegiado denominado ayuntamiento, municipalidad, alcaldía o concejo. Por extensión también se usa el término municipio para referirse al ayuntamiento o municipalidad en sí. En la mayoría de Estados modernos, un municipio es la división administrativa más pequeña que posee sus propios dirigentes representativos, elegidos democráticamente. En algunos municipios todavía funcionan el régimen medieval de gobierno, gestión y decisión por participación asamblearia denominado concejo abierto.

En la Antigua Roma un municipio (palabra latina que origina la castellana “municipio”) era una ciudad libre que se gobernaba por sus propias leyes, aunque sus habitantes disfrutaban de muy distintas situaciones jurídicas, pues obtenían sus derechos no por su residencia en ella, sino por la posesión de la ciudadanía romana, la condición de libertad o esclavitud. En algunos países, las entidades equivalentes a los municipios son llamadas “comunidades”, el término proviene de la comuna medieval.

2.1.1 Código Municipal

El objetivo principal es desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, gobierno, administración y funcionamiento de los municipios y demás entidades locales.

2.1.2 Naturaleza del Municipio

El municipio es la unidad básica de la organización territorial del Estado y espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos. Se caracteriza primordialmente por sus relaciones permanentes de vecindad, multiétnicidad, pluriculturalidad y multilingüismo, organizado para realizar el bien común de todos los habitantes de su distrito.

2.1.3 Estructura Organizativa Municipal

Las competencias del Gobierno Municipal a partir del contenido del Código Municipal, Decreto 12-2002, del Congreso de la República, se pueden agrupar en las siguientes materias:

- Organización de administración municipal.
- De prestación de servicios municipales.
- Servicios Públicos.
- Servicios Administrativos.
- Administración Financiera.
- Planificación y Ordenamiento Territorial.
- Planificación y participación ciudadana.
- Coordinación interinstitucional y asociativismo municipal.

La municipalidad para estar en condiciones de atender y ejercer de forma eficiente y eficaz, las competencias contenidas en las siete materias listadas, debieran idealmente contener en su estructura organizacional los siguientes órganos, dependencias y unidades de servicios administrativos.

Autonomía Municipal: Los municipios de la República de Guatemala son instituciones autónomas, entre otras funciones les corresponde:

- a) Elegir sus propias autoridades.
- b) Obtener y disponer de sus recursos y
- c) Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción y el cumplimiento de sus fines propios.

2.1.4 Gobierno Municipal

Este será ejercido por un concejo el cual se integra con el alcalde, los síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto para un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelectos.

Recursos económicos del municipio

Las corporaciones municipales deberán procurar el fortalecimiento económico de sus respectivos municipios, a efecto de poder realizar las obras y prestar los servicios que les sean necesarios.

Privilegios y garantías de los bienes municipales

Los bienes, rentas, arbitrios y tasas son propiedad exclusiva del municipio y gozarán de las mismas garantías y privilegios de la propiedad del Estado.

Funciones y cometidos generales del concejo municipal, según artículo 254 y 255 de la constitución Política de la República, artículo 9,33,35 del Código Municipal.

- Ejercer el Gobierno y la autonomía del municipio.
- Ser el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales
- La iniciativa, deliberación y decisión de los asuntos municipales
- La emisión y aprobación de acuerdos, reglamentos y ordenanzas municipales.
- Control y fiscalización de los distintos actos del gobierno municipal y de su administración.
- Aceptación de la delegación o transferencia de competencias.
- Planteamiento de conflictos de competencia a otras entidades presentes en el municipio.
- En lo aplicable, las facultades para el cumplimiento de las obligaciones atribuidas al Estado por el artículo 119 de la Constitución de la República.
- Las competencias inherentes a la autonomía del municipio.

Derechos y obligaciones de los vecinos

- Optar a cargos públicos municipales
- Servir y defender los intereses del municipio y la autonomía municipal.
- Contribuir a los gastos públicos municipales en la forma prescrita por la ley.
- Utilizar de acuerdo con su naturaleza los servicios públicos municipales y acceder a los aprovechamientos comunales conforme a las normas aplicables.

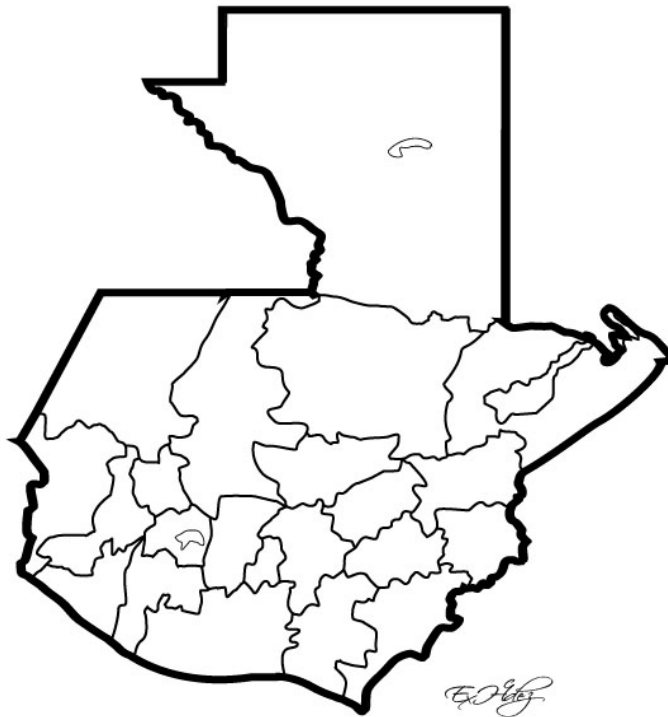
2.1.5 Organizaciones de comisiones

En la primera sesión ordinaria anual, el consejo Municipal organizará las comisiones que considere necesarias para el estudio de dictamen de los asuntos que conocerá durante todo el año, teniendo carácter obligatorio las siguientes comisiones:

- Educación
- Salud y asistencia social
- Servicios, infraestructura, ordenamiento territorial, urbanismo y vivienda.
- Fomento económico, turismo, ambiente y recursos naturales.
- Descentralización, fortalecimiento municipal y participación ciudadana.
- Finanzas.
- Probidad.
- De los derechos humanos y de la paz.
- De la familia la mujer y la niñez.

2.2 Región Central de Guatemala

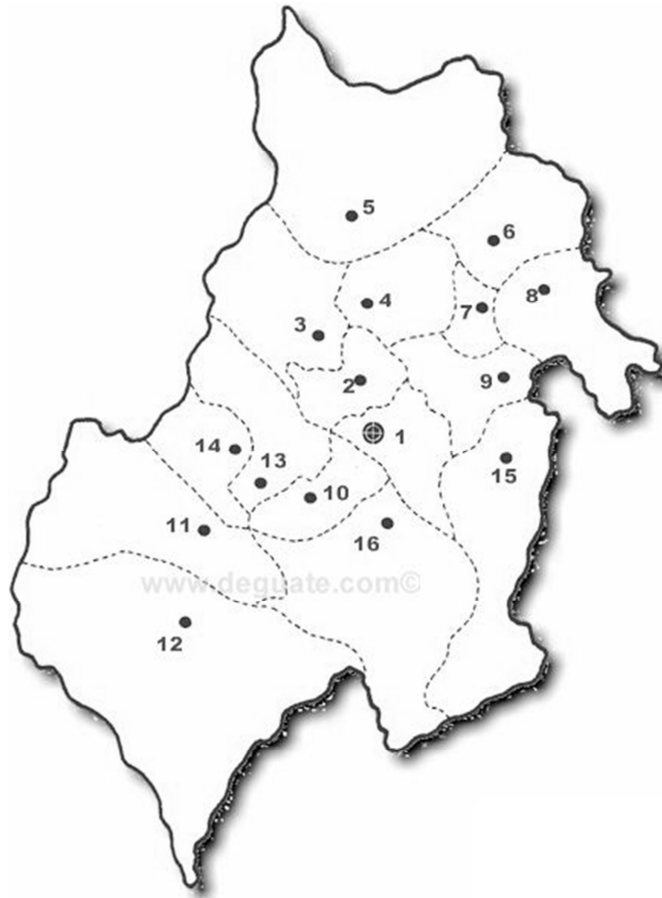
La región central está formada por departamentos con características, condiciones geográficas, climáticas económicas y sociales similares. Guatemala se ubica en Centro América y colinda con México, Honduras, El Salvador y Belice cuenta con una superficie territorial de 108,900 km² con una división política de 22 departamentos y 331 municipios, agrupados en ocho regiones. Región I: Metropolitana; Región II: Norte; Región III: Nororiente; Región IV: Suroriente; Región V: Central; Región VI: Sur occidente; Región VII: Nor occidente; Región VIII: Petén. Sacatepéquez pertenece a la región V o región Central, siendo el departamento número 12.



*Mapa de Guatemala. Mi blog Chapín. Recuperado el día 02 de julio de 2012
<http://miblogchapin.wordpress.com/2009/10/15/mapa-de-guatemala-en-blanco-y-negro/mapa-guate-bn/>*

2.3 Departamento de Sacatepéquez

El departamento de Sacatepéquez está situado en la Región Central de la República y pertenece al “Complejo Montañoso del Altiplano Central”, cuya extensión territorial es de 465 kms.2, limita al Norte con el departamento de Chimaltenango, al Sur con el departamento de Escuintla, al Este con el departamento de Guatemala y al Oeste con el departamento de Chimaltenango. Su altitud es de 14 grados menos 33 grados. Su integración territorial está conformada por 16 municipios en su orden: 1. Antigua Guatemala, 2. Jocotenango, 3. Pastores, 4. Sumpango, 5. Santo Domingo Xenacoj, 6. Santiago Sacatepéquez, 7. San Bartolomé Milpas Altas, 8. San Lucas Sacatepéquez, 9. Santa Lucía Milpas Altas, 10. Ciudad Vieja, 11. San Miguel Dueñas, 12. Alotenango, 13. San Antonio Aguas Calientes, 14. Santa Catarina Barahona, 15. Magdalena Milpas Altas y 16. Santa María de Jesús.



http://www.deguate.com/cgi-bin/fotos/imageFolio.cgi?action=view&link=Mapas/Mapas_departamentos_de_Guatemala&image=sacatepequez.jpg&img=&tt=

2.4 Municipio de San Lucas, Sacatepéquez

Al promulgarse la primera Constitución Política de la República de Guatemala, el 11 de Octubre de 1825, se dispone dividir el territorio en once distritos y varios circuitos. Así vemos que el distrito octavo, corresponde a Sacatepéquez y dentro del circuito Antigua Guatemala, figura entre otros San Lucas, quedando desde entonces, conocido como municipio del departamento de Sacatepéquez.

2.4.1 Historia del municipio de San Lucas Sacatepéquez

Cuando los españoles vinieron a Guatemala, era costumbre renombrar a los pueblos que encontraban o que ellos fundaban tomando en cuenta los nombres traídos por dichos conquistadores y considerando el nombre del pueblo en lengua nativa. El nombre del municipio está formado por dos palabras: San Lucas en honor a uno de los 12 apóstoles y Sacatepéquez, es una composición de las voces Náhuatl ZACAT, que significa “Hierva” y TEPET, que quiere decir “Cerro”, el nombre completo significa “Cerro de Hierbas”. Las voces Náhuatl demuestran que antes de la venida de los españoles, el lugar que ocupa hoy San Lucas Sacatepéquez era poblado por Kaqchiqueles.

2.4.2 Fundación del Municipio

El municipio de San Lucas Sacatepéquez no tiene una fecha exacta de su fundación, pero se conoce que en el año 1,549, Gabriel Cabrera probablemente había obtenido estas tierras como pago a sus servicios prestados a la corona española. El municipio fue reconocido como tal a partir del 11 de octubre de 1825 fecha en que la asamblea constituyente del estado de Guatemala se formaba, por esa parte surgió también la primera Constitución Política, la ley 4ta. Crea el distrito No. 8 llamado Sacatepéquez que incluye a San Lucas Sacatepéquez.

2.4.3 El territorio de San Lucas Sacatepéquez

El municipio de San Lucas Sacatepéquez se caracteriza por tener un clima frío. Colinda al Norte limitada con San Bartolomé Milpas Altas (Sacatepéquez y al Sur con Santa Lucía Milpas Altas, al Este con Mixco (Guatemala) y al Oeste con San Bartolomé Milpas Altas y Antigua Guatemala (Sacatepéquez). El idioma indígena predominante es el Kaqchikel. Su producción Agrícola es el maíz, frijol, verduras y frutas. Su altitud está ubicada a una altura de 2.062 metros sobre el nivel del mar aproximadamente. La religión que profesan los vecinos es variada, católica, protestante, adventista, mormona y testigos de Jehová, entre otras.

2.4.3.1 Orografía: En términos generales el territorio del municipio es montañoso. Posee varios cerros y montañas, entre los cerros más conocidos están: Lomalarga, Chimix, Santa Catarina, Chilayon, Buena Vista, Faldas de San Antonio, Alux, El Astillero, Loma de Manzanillo, Chinaj, La Bandera, Alanzo, Cruz Grande, Mira Mundo y Bella Vista. Sus montañas Chimot, el Ahorcado y Chicle.

2.4.3.2 Hidrografía: El municipio de San Lucas Sacatepéquez se ubica dentro de la cuenca hidrográfica de los ríos María Linda, Motagua y Achíguate. Cuenta con el paso de algunos ríos, los más conocidos por la población son río Chichorín, Chiteco, La Embaulada, Las Vigas, El Helado y San José.

2.4.3.3 Zona de Vida: En San Lucas predomina el bosque húmedo Montano bajo subtropical.

2.4.3.4 Flora y Fauna: Posee tierra húmeda y fría, en el que existen varias especies de árboles y animales. Bosques de espesa vegetación y las condiciones son apropiadas para el cultivo de zanahorias, papa, elote, manzana, arveja china, zuchini, coliflor, tomate, mora, fresa, cereza, espárragos, rábano, cilantro, repollo, cebolla, brócoli, apio, maíz, frijol y aguacate. En las montañas aún se encuentran algunos ejemplares de venados, armadillo, cabras, coyotes, jabalíes, perdices, tigrillos, mapaches, palomas, jilgueros, tórtolas, codornices y gavilanes.

2.4.3.5 Áreas protegidas: La corporación actual de San Lucas Sacatepéquez está preocupada por la deforestación y depredación de los recursos naturales que últimamente se han observado en el astillero municipal (Cerro Alux) acordó la realización y construcción de un parque ecológico según acuerdo municipal del 29 de marzo del año 2001. El mismo se está construyendo dentro de la finca que consta de 82 manzanas. Esta iniciativa beneficia al municipio y sus alrededores y ofrece un pulmón natural único en su género.

2.4.3.6 Aspecto Económico: Las familias de San Lucas Sacatepéquez, realizan diferentes actividades socioeconómicas para obtener recursos que contribuyen a la economía y productividad del Municipio. Las mujeres se dedican al cultivo de plantas ornamentales y medicinales, la producción de abono orgánico y producción de hongos comestibles. En la gastronomía, repostería, panadería, alimentos, bebidas típicas.

2.4.3.7 Producción Artesanal: Tejidos típicos de algodón, muebles de mimbre.

- a) **Fiestas:** La fiesta titula se celebra del 17 al 19 de octubre, siendo el 18 el día principal, en honor a San Lucas Evangelista.
- b) **Tradiciones:** Durante la fiesta se presentan los bailes folklóricos Moros, Torito y Convite.

- c) **Mercado de artesanías:** En el entronque de la carretera Panamericana (Antigua Guatemala, Santiago Sacatepéquez, Chimaltenango) alrededor del monumento al Caminero, los días sábados y domingos se formaba un mercado de ventas de verduras, frutas, carnes, telas, muebles entre otros, pero hace algunos años la Municipalidad trasladó dichas ventas a un predio especial donde además se han instalado comedores populares, ventas varias y juegos infantiles. A la fecha se han construido varios restaurantes de mayor categoría, donde también es el estacionamiento de buses extraurbanos, los sábados y los domingos se observa mucho movimiento de personas y vehículos particulares. El área extraurbana ha sido lotificada, construyéndose varias casas de habitación y recreo para sus propietarios. Es paso obligado a Santiago Sacatepéquez, donde es posible asistir al vuelo de los barriletes gigantes el día de Todos los Santos.

2.4.3.8 Ubicación y Acceso: Se ubica dentro de la cuenca hidrográfica de los ríos María Linda, Motagua y Achiguate, con una elevación de 1,800 metros sobre el nivel del mar. La distancia a la cabecera departamental es de 14 y a la capital de 29 kilómetros.

2.4.3.9 División Político Administrativa: Un pueblo, cuatro aldeas, cinco caseríos.

2.4.3.10 Accidentes Geográficos: En su territorio se encuentra 16 cerros, siendo de mucha importancia el cerro Alux, donde se encuentran las antenas transmisoras de radio y televisión. Lo cruzan seis ríos, nueve riachuelos y una quebrada.

2.4.3.11 Sitio Arqueológico: Cerro Alux, su etimología se refiere a que ahí se denominaba una especie de duende que volaba.

2.4.3.12 Servicios Públicos: Agua potable, correos, telégrafos y teléfonos, energía eléctrica, iglesia parroquial, servicio de buses extraurbanos.

2.4.3.13 Comunicación Social

Los concejos municipales facilitan la más amplia información sobre sus actividades y la participación de todos los ciudadanos en la vida local.

Cuando convenga a los intereses del desarrollo y administración municipal y a solicitud de los vecinos, el Concejo municipal podrá dividir el municipio en distintas formas de ordenamiento territorial internas, observando en todo caso, las normas de urbanismo y desarrollo urbano y rural establecidas en el municipio, así como los principios de desconcentración y descentralización local. En el municipio de San Lucas, sus calles y avenidas principales están destinadas al comercio menor o economía informal: tienda de ropa y zapatos, abarroterías, panaderías, ferreterías, farmacias entre otros. Un 85% de locales son de habitación y un 10% de comercio, el 5% es industria, el cual está ubicado en las afueras del casco urbano.

2.4.4 Aspectos Sociales y Económicos

2.4.4.1 Población

Según el XI Censo de Población y VI Censo de Habitación de Guatemala, realizado por el INE al año 2002, San Lucas Sacatepéquez posee una población de 25,789 habitantes aproximadamente entre hombres, mujeres y niños.

2.4.4.2 Crecimiento poblacional

Entre el año 2007 y 2008, existe un aumento de 63 nacimientos, por cada 1000 habitantes es de 16.31%. Es importante hacer mención que San Lucas Sacatepéquez refleja un incremento precipitado de población ocasionado por las migraciones de los municipios de Mixco y ciudad capital. La tasa de crecimiento poblacional es de 3.1, la departamental de 3.68 y la nacional de 3.47. Los datos indicados expresan que la población del municipio decrece en 0.61 a la tasa departamental y en 0.40 con respecto a la población nacional, lo que implica que la población del municipio tiene un índice de crecimiento alto (INE, 2002).

2.4.4.3 Población por grupos de edad

La distribución poblacional del municipio, presenta la característica de una base ancha y una cúspide pequeña propias de una población joven ubicada en el rango de edades de 4 a 40 años. Dadas estas características se hace evidente las grandes demandas de servicios básicos para la atención a la población, tales como: educación, salud, vivienda, seguridad, alimentaria y fuentes de empleo.

2.4.4.4 Población según grupo étnico

Actualmente la población de San Lucas Sacatepéquez ha cambiado los aspectos culturales propios de la étnica Cakchiquel por patrones culturales aprendidos en el proceso de mestizaje que ha experimentado, parte de esto se debe a que actualmente el 88% de la población es no indígena, siendo un grupo muy reducido el que aún mantiene prácticas culturales ancestrales.

2.4.4.5 Condiciones de vida

Tomando como referencia el nivel de educación en cuanto a matriculación en primaria la alfabetización dentro de los rangos de edades correspondientes, la situación de salud en relación a los años en esperanza de la vida y el ingreso por persona ajustada a los precios internacionales, el último informe de desarrollo humano del PNUD para el municipio de San Lucas Sacatepéquez se encuentra situado en un 0.767, el cual en comparación al índice departamental de 0.708, podemos inferir que el municipio presenta una situación muy similar a la cabecera departamental, con un índice de desarrollo humano medio, por estar ubicado entre el 0.5 y 0.8 establecido para éste rango por el PNUD.

2.4.5 Equipamiento Urbano e Infraestructura

El equipamiento de servicios para el municipio de San Lucas puede resumirse con datos estadísticos según cifras preliminares del censo 2002, de la siguiente manera:

- a) Electricidad: cableado eléctrico que atraviesa toda el área urbana y rural del municipio, sirviendo así a 1,874 viviendas.
- b) Agua: se distribuye en el municipio, es entubada, generada por un pozo mecánico y dos nacimientos de agua natura, luego tiene un proceso de potabilización.
- c) Drenajes: La mayor parte del municipio no cuentan con servicio de drenajes, evacuando sus aguas servidas por medio de fosas sépticas, pozos de absorción, pozos ciegos y letrinas.
- d) Telefonía: en el área urbana se cuenta con un edificio de Telgua que presta este servicio al poblado contemplando un 90% de viviendas con telefonía residencial.
- e) Extracción de basura: en algunas áreas el servicio de extracción de basura es prestado por la municipalidad, y en otras por entidades privadas.

2.4.6 Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez

2.4.6.1 Consejo Municipal: Tiene como máximo representante al alcalde y su corporación municipal, quienes son los encargados de dirigir las acciones encaminadas a mejorar el nivel de vida de los pobladores.

Integrantes del concejo municipal

- Alcalde Municipal: Yener Haroldo Plaza Natareno
- Síndico I: Wilsson Américo Salazar
- Síndico II: Gabriel Antonio Fernández Rojas
- Síndico suplente: Domingo Sicajua Chavac
- Concejal I: Flora Raquel Garrido Juárez
- Concejal II: Reginaldo Rejopachi Mateo
- Concejal III: Julio Augusto Lemus Barrios
- Concejal IV: José Antonio Estrada Avendaño
- Concejal suplente I: Alfonso René García
- Concejal suplente II: Oswaldo Barraza García
- Secretaria Municipal: Sara Elizabeth Rodas Portillo

El concejo municipal es electo popularmente y éste permanece en funciones durante cuatro años. Está conformado por comisiones y posee autonomía, para administrar el municipio y para decidir la utilización de los fondos propios y de fondos obtenidos de las transferencias del Gobierno Central.

Los fondos para el presupuesto municipal se obtienen mediante del situado constitucional, fondos de los concejos de desarrollo, fondos propios o sectoriales, ingresos privativos, renta de activos y tasa municipal.

2.4.6.2 Visión

Ser una entidad autónoma que promueve el desarrollo del municipio a través de actividades económicas, sociales, culturales, ambientales y educativas las cuales contribuyen a mejorar el desarrollo, necesidades y calidad de vida de los vecinos de este querido municipio, además, mejorar la prestación e implementación de los servicios, así como la generación de oportunidades mediante la creación de programas que permitan la participación de los habitantes.

Siendo éstos poseedores de un nivel competitivo, reafirmando el compromiso con el municipio para lograr el desarrollo integral, guardando equilibrio entre el uso adecuado y racional de sus recursos.

2.4.6.3 Misión

Ser un municipio próspero y desarrollado, a través de la inversión de recursos en la prestación de los servicios básicos, salud, educativos e infraestructura, con políticas públicas municipales orientadas hacia la consecución de una economía competitiva, basada en el estímulo de principios y valores que permitan la integración de sus habitantes como unidad generadora del desarrollo.

2.4.6.4 Funciones de una municipalidad

Las funciones de una municipalidad es la de gobernar y administrar al municipio, por medio de sus autoridades, electas democráticamente por su población. Para cumplir con la función descrita la municipalidad debe brindar una serie de servicios clasificados según su especialidad, y generar distintas áreas de trabajo.

a) Alcaldía

Oficina en la que el alcalde desarrolla sus actividades de administración municipal, según artículo 9,52 y 53 del Código Municipal.

b) Oficina del Secretario Municipal

Es un despacho en el cual el secretario dirige y ordena los trabajos de oficina, bajo la dependencia inmediata del alcalde. Según artículo 84 del Código Municipal.

c) Secretaría

Está a disposición del alcalde y del secretario municipal, funciona como auxiliar para la redacción y ordenamiento administrativo.

d) Archivo

Espacio destinado para el almacenamiento de documentos municipales.

e) Policía Municipal

Área destinada para la permanencia de elementos que funcionan como policías municipales bajo la ordenanza inmediata del alcalde. Se diseña una oficina de administración y un lugar de permanencia para 2 elementos, los que tendrán funciones de vigilancia nocturna para salvaguardar las instalaciones municipales, según artículo 79 del Código municipal.

f) Sala de Concejo

Tendrá la función de sala de sesiones de la corporación municipal, conjuntamente con el alcalde y el secretario municipal. Tomando en cuenta un área para recibir audiencias.

g) Registro Civil

Es donde funcionan las oficinas del Registro Civil, partidas de nacimiento y defunción. Según artículo 68 inciso M y 89 del Código Municipal.

h) Registro de Vecindad

Trámite y extensión de cédulas de vecindad, según artículo 16 del Código Municipal.

i) Juez Municipal

Creación del juzgado de asuntos municipales, para la ejecución de sus ordenanzas, el cumplimiento de sus reglamentos y demás disposiciones, el cual funciona bajo las órdenes directas del alcalde.

j) Receptoría

Oficina estrechamente ligada con la tesorería municipal, donde recibirán pagos de servicios municipales.

k) Tesorería

Departamento municipal a cargo del tesorero a cuyo cargo estará la recaudación, depósito y custodia de los fondos y valores municipales, así como la ejecución de los pagos de conformidad con la ley. Según artículo 86 y 98 del Código Municipal.

l) Auditoría

Se llevarán las auditorías internas y donde se realiza el trabajo de fiscalización, inspección, control y rendición de cuentas, el cual estará a cargo de la contraloría general de cuentas, de conformidad con las leyes de la materia, según artículo 88 del Código Municipal.

m) Departamento de Compras

Se administra la compra de suministros y administración de equipo de las distintas oficinas municipales.

n) IUSI

Oficina destinada al cobro del impuesto único sobre inmueble, el cual en la mayoría de municipios trabaja adjunto a la municipalidad para centralizar los cobros y servicios.

o) Suministros

Bodega de almacenamiento de suministros de oficina, la cual dará servicio a todas las oficinas y está administrada por el departamento de compras de la tesorería.

p) Oficina Municipal de Planificación

Coordina y consolida los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del municipio. La oficina municipal de planificación podrá contar con el apoyo sectorial de los ministerios y secretarías de Estado que integran el Organismo Ejecutivo, según artículo 95 del Código municipal.

q) Servicios Públicos Municipales

El municipio debe regular y prestar los servicios públicos municipales de su circunscripción territorial y por lo tanto, tiene competencia para establecerlos, mantenerlos, ampliarlos y mejorarlos, garantizando un funcionamiento eficaz, seguro y continuo, y las tasas deberán ser fijadas atendiendo los costos de operación, mantenimiento, mejoramiento de calidad y cobertura de servicios.

2.5 Comunicación

Victor Claudin y Hector Anibatarte, señalan que la palabra comunicación deriva etimológicamente del latín “comunicare”, que se traduce como “compartir algo a alguien”. Es la transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor, mediante un código común, que además es un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos, por medio del cual estos obtienen información acerca de su entorno, siendo de suma importancia para la supervivencia de cada especie, pues la información que se extraiga de su medio ambiente y su facultad de transmitir mensajes serán claves para su desarrollo.

En los seres humanos, es un acto propio de su actividad psíquica, derivado del lenguaje y del pensamiento, así como el desarrollo y manejo de las capacidades psicosociales de relación con el otro; permite al individuo conocer más de sí mismo, de los demás y del medio exterior, mediante el intercambio de mensajes, principalmente lingüísticos, que le permiten influir y ser influidos por las personas que lo rodean.

Interiano define a la comunicación de la siguiente manera:

- *Es todo proceso en el que ocurre una transferencia de información.*
- *Es el fenómeno de interacción social, ya que toda sociedad necesita, para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres y éstos con sus instituciones.*
- *Es el intercambio de ideas, sentimientos, emociones, entre comunicador y receptor.*
- *Es el proceso mediante el cual creamos y compartimos ideas claras. Una comunicación eficaz depende de la claridad de nuestras ideas y no de la exactitud de los datos.*

Por su parte, Homs cita a Aristóteles, quien en su estudio de la retórica deja entrever que la meta principal de la comunicación es la persuasión. Este concepto implica que quien recibe un mensaje, dentro de un proceso de comunicación, debe ser persuadido por su contenido o estimulado para asumir determinada actitud o actuar.

Sin embargo, hay un ingrediente fundamental en todo proceso de comunicación, es el “*feed back*” o “retroalimentación”, que es la respuesta generada como consecuencia del mensaje y enviada al emisor original.

2.5.1 Elementos de la Comunicación

Aunque la información y la comunicación requieren los mismos elementos, la diferencia entre ambas consiste en la dimensión humana de la comunicación. Se expone a continuación una de las teorías más conocidas que explica los elementos y funciones que intervienen en los procesos de información y de comunicación Berlo (1992:p.34-36).

Los elementos básicos que intervienen en la comunicación son:

- Emisor
- Receptor
- Mensaje
- Canal
- Código
- Contexto
- Barreras
- Retroalimentación

2.5.1.1 Emisor

Es el agente que genera la salida del mensaje, el hacedor de las formas expresivas, puede ser una persona, grupo, institución u organización. Su papel es muy importante dentro del proceso de comunicacional, ya que es él quien establece la relación, al compartir una serie de informaciones y presentar el contenido informativo lo más apegado a la realidad, separando los hechos reales de las opiniones subjetivas.

2.5.1.2 Receptor

Es la persona que recibe y capta la información transmitida. El receptor o destinatario, recibe los signos enviados por el emisor por medio de un canal que puede ser sonoro, visual o táctil. Analiza lo recibido, decodifica y debe enviar o emitir una respuesta.

2.5.1.3 Mensaje

Es lo que se quiere expresar, el contenido, el objeto de la comunicación. Es todo aquello que el emisor envía al receptor. Este producto físico creado por el emisor puede manifestarse por medio de múltiples formas: discurso oral, escrito, gestos, fotografías, cuadros, esculturas. Los requisitos que debe contener un mensaje con el fin de evitar toda posible deformación de lo que se desea transmitir, son los siguientes:

- Credibilidad.
- Utilidad.
- Claridad.
- Continuidad y consistencia.
- Adecuación en el medio.
- Disposición del auditorio.

2.5.1.4 Canal

Todos los mensajes deben ser transmitidos a través de un canal, ya que el contenido, el código y el tratamiento de un mensaje están íntimamente relacionados con el canal que se utilice, la elección de éste es fundamental y determinante en la eficiencia y efectividad de la formación.

En el ámbito de la comunicación la palabra canal tiene tres significados distintos, aunque relacionados entre sí: forma de codificar y decodificar los mensajes, vehículo del mensaje y medio de transporte.

- Como fuente de codificación y decodificación, el canal permite que el mensaje sea emitido y recibido, en este sentido, habrá que distinguir 4 tipos de canales: el visual, el auditivo, el olfativo – gustativo y el somestésico.
- Como el vehículo del mensaje, el canal se refiere fundamentalmente a los medios de comunicación: transparencias, el video, los apuntes, entre otros.
- Como medio de transporte, es decir, una vez se elige el vehículo de la comunicación, por ejemplo, la transparencia, es necesario elegir entre una en papel transparente o a través de ordenador, aunque lo más importante siempre es lo que queremos transmitir.

2.5.1.5 Código

El código se define como el conjunto de signos y señales de los cuales se vale el ser humano para transmitir pensamientos y sentimientos. La codificación es un proceso por medio del cual el emisor “prepara” el mensaje para que pueda ser comprendido por el sujeto. Para la preparación o codificación del mensaje se vale de sus conocimientos relacionados con las características del canal que va a emplear, las exigencias del público al que va a dirigirse, del lenguaje que va a utilizar o de la cultura de quien lo va a recibir.

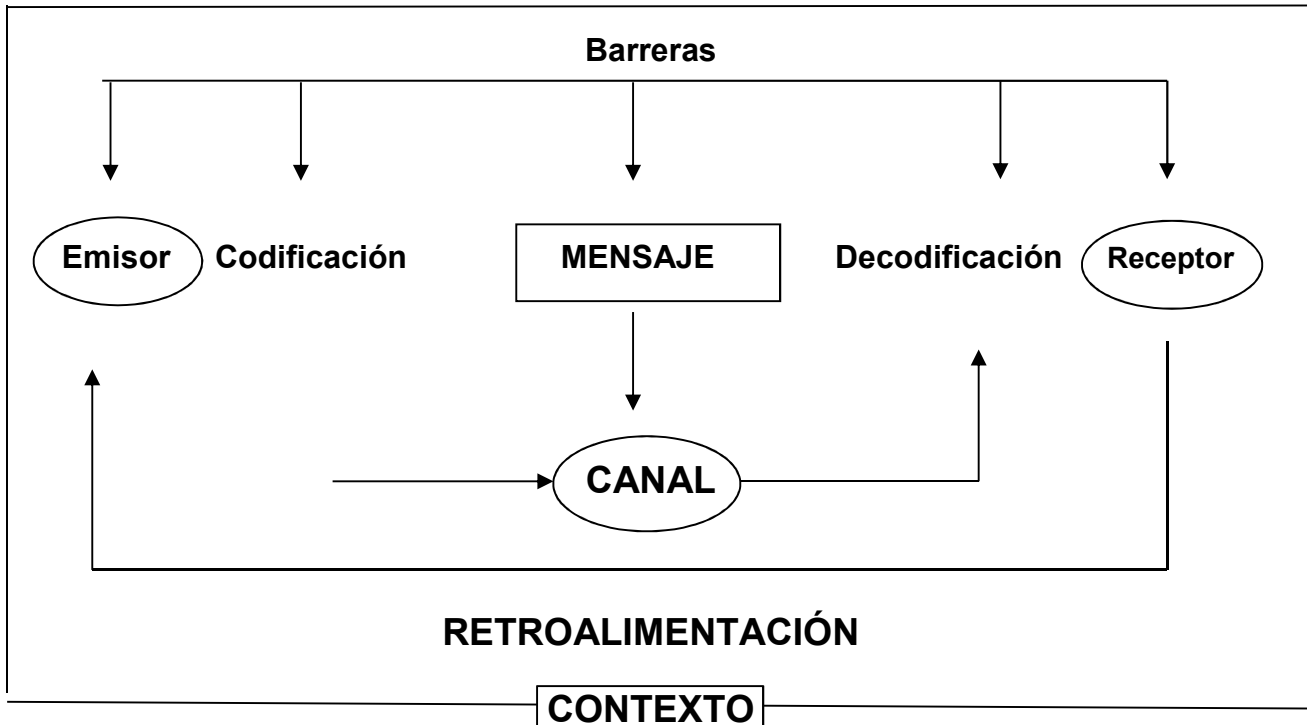
2.5.1.6 Barreras

Actitudes personales, prejuicios, ruidos, el momento no adecuado, todo lo que dificulte la comunicación.

2.5.1.7 Retroalimentación

La información que recoge el emisor sobre los efectos que la comunicación ha tenido en el sujeto que la recibe. Esta información recibida permite al emisor saber si su mensaje ha sido comprendido correctamente y qué repercusión ha tenido en el sujeto que la recibe, con lo cual puede modificar los próximos mensajes que emita.

Esquema del proceso de comunicación



Fuente: <http://dl.dip-caceres.es/guias/GuiaLUCES/es/Contenidos/Capitulo05.htm>

2.5.2 Tipos de Comunicación

De acuerdo con el diccionario de Comunicación (1988:pag.161), existen varios tipos de comunicación.

2.5.2.1 Directa: Es la comunicación que se desarrolla entre el emisor y el receptor o receptores en forma personal, con o sin ayuda de herramientas. La interpersonal cara a cara.

2.5.2.2 Indirecta: Es aquella donde la comunicación se basa en una herramienta o instrumento, ya que el emisor y el receptor están a distancia. La comunicación indirecta puede ser personal o colectiva.

2.5.2.3 No verbal: Esta se da mediante acciones, posturas, gestos, proximidad o lejanía, tonos de voz, entre otros, que suelen hacerse de forma involuntaria. Puede servir para ampliar, limitar y cambiar el significado de la comunicación verbal.

2.5.2.4 De masas: Proceso de contacto social directo o indirecto que constituye el fundamento de toda sociedad humana y de toda relación social, que permite que los hombres puedan intercambiar sus ideas y pensamientos.

2.5.2.5 Perfecta: Aquella en la que tanto la codificación como la descodificación responden a un criterio único y totalmente conocido por el emisor y el receptor.

2.5.2.6 Humana: Base de las relaciones y de la actividad intelectual del hombre, cualquiera que sea su forma de expresión. Permite una doble relación del hombre con cuanto le rodea o con sus semejantes para conocerse y es por ello que al identificarse en sus posiciones utiliza los elementos de conocimiento que tienen en común y que responden a un mismo código de signos.

2.5.2.7 De prensa: Difusión de un mensaje por medio de un diario o revista.

Privada: Se establece en función del carácter limitado de las personas definidas de manera inequívoca.

2.5.2.8 Pública: Es que se transmite con la intención de que llegue a cualquiera que esté en condiciones de acceder a ella sin limitaciones.

2.5.2.9 Recíproca: La directa y privada en este tipo de comunicación, ambas partes deben permanecer activas. Aquí es importante tanto la emisión como la respuesta.

2.5.2.10 Unilateral: La colectiva, en cuanto no existe intercambio de papeles ya que el emisor y medios están preestablecidos por las características del medio.

2.5.2.11 Unidireccional: Es la comunicación establecida entre dos personas, el receptor permanece pasivo frente a la actividad comunicativa que está desarrollando el emisor.

2.5.2.12 Grupal: Compuesta por personas que integran un mismo grupo en el cual todos participan mediante el intercambio y evaluación de ideas e información con el propósito de entender un asunto o resolver un problema.

2.5.2.13 Multidireccional: Es la comunicación en donde el emisor es singular y receptor es plural. No existe equivalencia entre el mensaje emitido y las posibles respuestas recibidas.

2.5.2.14 Interna: La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal de las instituciones. El clima organizacional dentro de una empresa se puede definir como la calidad duradera del entorno interno que tienen sus miembros, lo cual influye en su comportamiento.

2.5.2.15 Interpersonal: Es la que se realiza de persona a persona, entre seres que interactúan y se conocen entre sí y mantienen un contacto directo. De este proceso se obtiene una retroalimentación inmediata. La comunicación interpersonal constituye el elemento que sociabiliza a los individuos y les permite crear las relaciones humanas como tales, establecer contactos profesionales y laborales, desarrollarse en una comunidad y entablar la unificación de la familia. (Diccionario de Ciencias y Técnicas de Comunicación (1991:p.258).

2.5.2.16 Externa: Según Kreps (1995: p.254-257) “la comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes”. El entorno conforma todos los factores externos a la organización. Las empresas y sus entornos están conectados por flujos de mensajes que proporciona a cada uno información relevante. El entorno relevante proporciona a los miembros de la organización información relevante para procesar. Llevando la propuesta de Kreps a la práctica profesional se puede señalar que las instituciones intercambian información constante con su entorno relevante.

Por lo general, las organizaciones definen como comunicación externa formal a las áreas de relaciones públicas, marketing, opinión pública e investigación de mercados. Las tendencias más recientes indican que existen nuevas formas de comunicación externa que a simple vista se definen como unidades operativas o de gestión, pero que son de vital importancia para la compañía.

Según Fernández Collado (1991:p.32) “la comunicación externa comprenderá las relaciones públicas y la publicidad. Esto abarca el procedo de información desde la empresa y su traslado al conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social”.

Este proceso de comunicación en la organización surge al amparo del concepto de sociedad desarrollada, en el que las relaciones humanas vienen determinadas por el auge que los medios de comunicación están alcanzando en la actualidad. Con ellos aparece el fenómeno de la opinión pública y se da origen a que la demanda y la oferta de información se constituya en un factor esencia y básico de las relaciones entre vecinos y Municipalidad de San Lucas.

2.5.2.17 Administrativa: Una organización surge cuando hay personas capaces de comunicarse entre sí mismas y que estén dispuestas a unir sus actividades para lograr un objetivo común. La primera función administrativa debe desarrollar y mantener un sistema de comunicación efectivo, ya que administración es comunicación.

Organizacional: García Hernández (2003: p.25) manifiesta que “la comunicación organizacional es un conjunto de técnicas y actividades dirigidas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la empresa, o entre las instituciones y su medio, o bien a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización”.

2.5.3 Comunicación para el desarrollo

El concepto Comunicación para el desarrollo aparece en el siglo xx y se refiere a toda una serie de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del Tercer Mundo con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida. Se basaba en la idea de que los medios de comunicación tenían importantes efectos que podían conducir al crecimiento económico de los países y, como consecuencia, provocar cambio social. Para ello, se emitían mensajes con fines educativos que iban dirigidos en principio a áreas como la agricultura, sanidad, nutrición, planificación familiar y desarrollo de las áreas rurales, entre otros. Más tarde se incorporaron otras como la ideología, la cultura y la identidad nacional.

Los conocimientos y la información resultan esenciales para que las personas respondan con éxito a las oportunidades y a los desafíos de los cambios sociales, económicos y tecnológicos, incluyendo los que ayudan a mejorar la productividad agrícola, la seguridad alimentaria y los medios de vida rurales.

La comunicación para el desarrollo alude al tipo de comunicación que debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos en la sociedad, en las instituciones y los individuos.

Tipología de comunicación para el desarrollo

2.5.3.1 Principales Modelos de Comunicación para el desarrollo en América Latina

En América Latina existen tres modelos fundamentales de Comunicación para el desarrollo cuyo enfoque varía dependiendo de la concepción del desarrollo en que se está basado y de la función que se considera que deben tener los medios de comunicación en este proceso. Estos son: Modelo Liberal-Causal, Modelo Marxista-Socialista y Modelo Monístico emancipatorio.

- a) **Modelo Liberal-Causal:** Establece una relación causa efecto entre comunicación y desarrollo. Supone que la introducción de tecnología y la emisión de determinados mensajes tendrían un efecto directo en el crecimiento económico: crearían una motivación por el cambio y la innovación, que, a la larga, daría lugar al cambio de la sociedad tradicional a la moderna. La propuesta de desarrollo, por tanto sería el cambio hacia una sociedad occidentalizada y capitalista.
- b) **Modelo Marxista Socialista:** Aunque mantiene la relación directa entre comunicación y desarrollo, difiere de la anterior en la función que se le da a los medios en el proceso. Estos se consideran como elementos claves en la difusión de la ideología por lo que serán utilizados para la propaganda política y la movilización de las masas.
- c) **Modelo Monístico emancipatorio:** En este modelo los medios de comunicación y la tecnología aparecen como herramientas necesarias para el desarrollo pero no suficientes para provocar el cambio social. Se centra más en las necesidades concretas de las poblaciones a las que va dirigida, fomentando la participación de estas en la elaboración de los propios proyectos de desarrollo. También utiliza los recursos locales, combinando medios de comunicación tradicionales de menor alcance (micromedios) con los medios de comunicación de masas, a fin de lograr una transmisión más efectiva de la información ajustada a sus destinatarios. Además de favorecer el desarrollo económico y político, se centra en proporcionar autonomía e identidad a las naciones fomentando su desarrollo social y cultural.

2.5.4 Comunicación Institucional

La Comunicación Institucional es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

La comunicación institucional ha evolucionado desde las instituciones en las antiguas tribus nómadas, que unían esfuerzos para cazar. Conforme evolucionaban las sociedades iban creando sus propias instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensa, comerciales, religiosas, políticas, culturales, entre otras. Estas instituciones tenían un puesto en la sociedad y proponían ideas, modos de gobernar y valores. A lo largo de la historia ha variado el modo de difundir ideas en la sociedad, por ejemplo, Julio César ya ofrecía en *De Bello Gallico* y en otros escritos una visión particular de su Imperio que podría compararse con tipos de comunicación política e institucional de nuestros días, como la justificación de una intervención armada en un país.

La creación de la Imprenta fue el impulso decisivo para la propagación institucional de las ideas, presente en la sociedad desde sus orígenes, ya que tenía una enorme capacidad de difusión. Se aprovecharía la Imprenta para difundir de modo masivo las ideas y opiniones frente a los adversarios en situaciones de conflicto religioso o político. De hecho, el término propaganda, fue institucionalizado en 1622 con la creación de la Sacra Congregatio de Propaganda Fide, que tenía la finalidad de propagar la fe católica en la recién descubierta América y contrarrestar el efecto del Protestantismo en Europa.

Más adelante, con el crecimiento de la burguesía y el desarrollo mercantil, la imprenta mejoró sus posibilidades y nacieron los primeros periódicos y hojas volanderas, ligados a la información comercial y a la política: el primer periódico sería *La Gazette*, nacido en 1631, en Francia, con el apoyo de Richelieu y Luis XIII. La prensa se desarrollaría progresivamente provocando que la difusión organizada de ideas adquiriera un papel cada vez mayor, primero en las guerras europeas, y más tarde en la Revolución francesa (1789), en el nacimiento de los Estados Unidos, en el desarrollo de los nacionalismos del siglo XIX y en la unificación de países como Italia (1870).

En los siglos XIX-XX, el enorme desarrollo económico-industrial y los adelantos científicos provocaron el descubrimiento de nuevos medios de comunicación con un potencial de difusión extraordinario: primero la radio, después la televisión y, más adelante, la tecnología digital o Internet. Estos medios configuraron una nueva sociedad, la sociedad de la información, dando vida a una cultura global y situando a los medios de comunicación en el centro del debate político, religioso, comercial e ideológico de todo el siglo XX.

La comunicación institucional como disciplina surgió a mediados del siglo XX, ligada a la comunicación de empresas comerciales, que comenzaron a vender sus productos a gran escala -especialmente en Estados Unidos- y vieron la oportunidad de comunicarse con sus clientes de un modo masivo a través de las múltiples fórmulas comunicativas que ofrecían los nuevos medios.

Es necesario distinguir la comunicación institucional de las relaciones públicas, el marketing, comunicación social y la publicidad. El marketing estudia los mercados para crear productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, y desarrolla programas de distribución y comunicación que permiten incrementar las ventas y satisfacer a los consumidores. La publicidad es una actividad, por la cual una institución claramente identificada, paga un importe económico por el emplazamiento de un mensaje en alguno de los medios de comunicación, con el fin de persuadir a una audiencia determinada. La comunicación social se enfoca más a los medios masivos. Las relaciones públicas, por su parte, se han entendido como la gestión de la comunicación entre una organización y los públicos sobre los que depende su desarrollo, particularmente los medios de comunicación, con la finalidad de conseguir una aceptación pública.

De estas definiciones se desprende que tanto el marketing, como la publicidad y las relaciones públicas forman parte de la comunicación de una institución, al igual que otro tipo de relaciones que tiene la institución en el entorno social donde actúa. Desde la década de los ochenta los tres se han empleado de modo conjunto para transmitir mensajes unitariamente a públicos determinados.

Las relaciones sociales son una constante influencia entre personas, una mutua y beneficiosa persuasión sobre temas muchas veces intrascendentes, sin finalidades o intenciones manifiestas. La persuasión es, por tanto, fruto de la interacción y comunicación entre las personas y va unida necesariamente, de modo natural, al fenómeno comunicativo. El carácter persuasivo está presente en la comunicación institucional, el marketing, las relaciones públicas y la publicidad. En este contexto cabe situar a la comunicación institucional, ya que las instituciones, por el hecho de actuar y desenvolverse en una sociedad no pueden no comunicar. Al estar formadas por personas, tienen una vertiente comunicativa de la que no pueden prescindir. Se encuentran presentes en el diálogo social, influyendo y siendo influidas, persuadiendo y siendo persuadidas. Muchas veces no hay una intencionalidad específica detrás de cada proceso comunicativo, sino un mero diálogo. Por ello, puede existir persuasión sin que haya habido previamente un deseo explícito de influir con una finalidad precisa.

La comunicación y la difusión de ideas es algo connatural a la sociedad desde sus orígenes. La interacción de instituciones y personas en la sociedad, la mutua influencia, será positiva o negativa dependiendo de quienes interactúen entre sí. Lo que hace positiva o negativa una comunicación institucional es la identidad de la institución y los valores que defiende, el mensaje que transmite, el modo en que lo hace, la finalidad.

2.5.4.1 Características de la comunicación institucional

1. La comunicación institucional está relacionada con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, pero va más allá de las funciones realizadas por ellas, porque busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan.
2. La comunicación institucional tiene un carácter dialógico porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.
3. No puede separarse la identidad de una institución, sus valores, del modo de comunicar. Su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación.
4. Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad y su comunicación debe tener muy en cuenta esa responsabilidad.
5. Existen tres posibles imágenes -que no siempre coinciden- en la comunicación de una institución: la imagen que se desea dar, la imagen real de la institución y la imagen percibida. Una buena comunicación institucional busca la armonía entre las tres imágenes procurando que se identifiquen, y evitando que la imagen que se comunica no corresponda con la realidad o que la institución sea percibida de un modo equívoco y que la percepción no coincida con la realidad.

6. La comunicación institucional no se identifica solamente con la información ofrecida por quienes coordinan las actividades comunicativas en la empresa. Hay un tipo de comunicación institucional formal que es la que realizan quienes han sido oficialmente designados para ello. Hay otro tipo de comunicación que es informal: la que transmiten quienes forman la institución con su modo de actuar y proceder, ya que aunque no estén investidos de autoridad son percibidos como parte representativa de la organización. Todo acto realizado por la institución tiene, por tanto, una repercusión social que muchas veces es interpretada por la sociedad como comunicación institucional.
7. La comunicación institucional tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos públicos, sean públicos externos o internos.

2.5.5 Funciones de la comunicación

Karl Bühler, pedagogo, psicólogo, lingüista y filósofo alemán. Determinó que tres funciones del lenguaje:

- a) Símbolo o representación: Función representativa, centrada en los seres del mundo real o en cosas imaginadas posibles.
- b) Síntoma o expresión: Función expresiva, centrada en el mundo afectivo (sentimientos) del hablante.
- c) Señal o apelación: Función apelativa, centrada en el oyente. Se utiliza el lenguaje para mover a actuar al oyente.

Según Bühler la primera función es privativa del hombre; las otras dos se dan también en el mundo animal.

Roman Jakobson (Lingüista, fonólogo y teórico de la literatura ruso) Participó junto a Bühler en el Círculo Lingüístico de Praga, donde conoce las funciones del lenguaje y lo adapta creando otras tres más.

Jakobson postula que la comunicación es un elemento fundamental dentro de las comunidades; se expresa a través del lenguaje verbal (las palabras), el lenguaje no verbal (gestos, señales o movimientos) y el lenguaje visual.

Las funciones de la comunicación postuladas por Jakobson son:

- Función referencial.
- Función expresiva.
- Función apelativa.
- Función fática.
- Función poética.
- Función metalingüística.

En una comunidad hay patrones particulares de comunicación que son creados e interpretados por los mismos interlocutores. Por ejemplo en San Lucas Sacatepéquez, los vecinos, utilizan modismos como: “mjmm”, “si pues”, “va que sí”, entre otros.

En el libro Semiótica “Teoría de la Mentira” de Carlos Augusto Velásquez (pag. 78-79, 1999) encontramos un esquema propuesto por Roman Jakobson, sobre las diferentes funciones de la comunicación. En este caso será de mucha importancia la Función Fática, la que nos dice: *“que utilizaremos palabras o frases sin darles un significado específico, como fórmulas protocolarias para iniciar, mantener o cancelar una conversación”*.

2.5.6 Medios de comunicación

Con el término medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (*MCM, medios de comunicación de masas o mass media*); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución. Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia.

A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (imprensa -siglo XV-) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial -desde la segunda mitad del siglo XX-), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

2.5.6.1 Clasificación de los medios de comunicación

Principalmente los medios de comunicación se pueden clasificar por el tipo, de ser así se pueden clasificar en:

- Medios orales (Habla).
- Medios escritos (Literatura).
- Medios gestuales (Lenguaje corporal).
- Medios acústicos (Radio, sonidos específicos).
- Medios visuales (Vallas).
- Medios audios visuales (Tv).
- Medios informáticos (Computadoras).

Sin embargo son los medios masivos de comunicación los que determinan tres grandes áreas en la transmisión de mensajes:

- a) **Medio Radial:** Transmitiendo mensajes a través de ondas sonoras y mediante aparatos especializados para dicho fin. Se puede generar interacción a través del teléfono (*medio interpersonal*) o mediante chats o redes sociales (*medios informáticos*).
- b) **Medio escrito Prensa:** El mensaje se envía a través de material impreso con periodicidad diaria, semanal o mensual. Es un medio idóneo ya que no requiere de ningún tipo de tecnología eléctrica para trabajar. De igual forma la interacción con el medio se puede realizar por teléfono (*medio interpersonal*), correo convencional o electrónico o, como en el caso anterior mediante chats o redes sociales (*medios informáticos*).
- c) **Medio televisivo:** Funciona muy similar que el radial con la excepción que el aparato receptor es más costoso, sin embargo se puede enviar mejor la información ya que el mensaje se percibe a través de dos sentidos (*audio y vista*) en lugar de uno (*audio como la radio o vista como el periódico*).

- d) **Medio alternativo:** Toma aspectos de los primeros tres pero funciona en menor escala. En algunas ocasiones su construcción puede ser informal y el público al que va dirigido es menor que los medios anteriores.

2.5.6.1.1 Herramientas de la comunicación alternativa

2.5.6.1.1.1 Medios impresos

a) Afiche

Es un aviso que comunica algún evento futuro o situación actual y que generalmente es de una considerable dimensión para que sea bien apreciado y notado por el público al cual va dirigido y una deliberada intención artística que buscará atraer más de lo ordinario. Es una de las principales herramientas con las que cuenta la publicidad a la hora de la comunicación visual urbana.

b) Boletín

Publicación periódica informativa sobre un tema especializado. En radio televisión, espacio o programa en el que se transmiten noticias de forma breve y concisa. Es un medio de comunicación no formal, no tiene diagramación en columnas, sino en bloque, tamaño oficio o carta.

c) Carteleras

Apoya la información que se genera en la empresa, sirve para resaltar las actividades en forma breve. También son muy conocidas y comunes en espacios en los que se da mucha información y se invita o solicita a los que pasan por el lugar donde está colocada ésta, informar al respecto de diferentes datos. Algunos de los lugares más comunes son las escuelas, las universidades, en las organizaciones, en los consultorios médicos, en los supermercados, mercados, en los bancos. Es un método rápido, fácil y accesible para comunicar datos a una importante cantidad de la población.

d) Bifolios o trifolios

Son medios impresos, por lo general del tamaño de una hoja carta u oficio doblada en dos o tres partes. Pueden ser distribuidos en reuniones o lugares concurridos por personas.

e) Folletos

Son medios de comunicación escritos en cuya elaboración se utiliza la mediación pedagógica, pues hace uso de recursos visuales (diagramas, fotografías, esquemas, entre otros) para atraer y retener la atención del lector. Los contenidos se preparan teniendo en cuenta las necesidades de información del grupo objetivo al que se dirige.

f) Manta promocional

Puede ser elaborada en manta o vinílico, se utiliza para promocionar, convocar, exhortar y conmemorar actividades. Por lo general, se coloca en lugares estratégicos que permiten que sea apreciada por un buen número de personas. Esta herramienta debe usar textos sencillos, breves y directos.

2.5.6.1.1.2 Medios electrónicos

g) Altoparlante

Conocido como Baffle (altavoz) y en algunos lugares de América como parlante, es un dispositivo empleado para reproducción de sonido que se transmite mediante ondas sonoras a través del aire. El oído capta esas ondas y las transforma en impulsos nerviosos que llegan al cerebro.

h) Vehículo informativo

Vehículo que se utiliza en los departamentos del interior de la república de Guatemala y consta por lo regular de un pick-up con una planta de gasolina y un amplificador con bocinas, también se utilizan bicitaxis para informar de las actividades que se realizan por parte de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, a las aldeas y caseríos aledaños.

i) TV por cable

Designa la transmisión de programas televisivos para instrucción directa o complementaria. Contiene documentales, películas, reportajes y mensajes que son utilizados para informar, promover, orientar y educar, buscando despertar el interés por conocer más acerca de temas de interés o actividades.

Todas las técnicas y actividades que se ejecuten deben partir idealmente de la investigación, ya que por medio de ésta se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación. Los mensajes se intercambian en varios niveles y de diversas maneras. Pueden transmitirse por ejemplo: mediante canales interpersonales o de medios de comunicación sofisticados, desde memorándum, circulares, boletines, revistas, carteleras, manuales, circuitos internos de televisión, sistemas computarizados, sonido ambiental, o de los medios de comunicación masiva, para llegar a numerosos públicos externos.

2.5.6.1.1.3 Medios informáticos

j) Correo electrónico

Es la transmisión de correspondencia a través de canales de comunicación en internet, por medio del computador, y que combinan las técnicas usadas por el teléfono y el correo tradicional. Es un servicio de envío y recepción de mensajes de una cuenta de correo a otra, con la diferencia de que el mensaje viaja de forma electrónica a través de la red y no físicamente como se hace en el correo tradicional.

k) Chat

Intercambio de mensajes electrónicos a través de internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas. Se considera que la planeación previa de una sesión de chat posibilita el desarrollo del trabajo cooperativo, la evaluación formativa, la interacción grupal y la creación de comunidades virtuales de aprendizaje. Por tratarse de una herramienta sincrónica (tiempo real) requiere de la planificación de cada sesión de trabajo académico donde es importante acordar los siguientes aspectos: horario de utilización, agenda de actividades, roles de los asistentes, entre otros.

l) El foro

Es otra herramienta de comunicación en internet que permite el intercambio asincrónico (no simultáneo) de mensajes, el foro es muy utilizado para generar las discusiones sobre temas controvertidos o dudas relacionadas con el contenido académico de la asignatura.

m) La página Web

Es una herramienta interactiva en la que se integran comunicación, diseños y tecnología, se debe incorporar en ella lo que se quiere comunicar (información), a quién, de qué forma (diseño y estrategias de comunicación), y qué tipo de herramientas de comunicación en red se utilizan (software y plataforma).

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1 Método o tipo de Investigación

Los datos de interés se recopilaban en forma directa de la realidad, los mismos fueron obtenidos mediante la experiencia empírica y se denominan primarios. Se enmarca en un tipo llamado “Diseño de Campo”, mediante un estudio exploratorio que permitió efectuar un diagnóstico del municipio, para luego presentar una propuesta, el cual es de carácter cuantitativo, ya que se desarrolla de manera estructurada, especificando las características principales del diseño antes de obtener los datos por medio de indicadores cuantificables.

3.2 Objetivos

3.2.1 General

- Describir la comunicación que hay actualmente entre la Municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez y sus vecinos para respaldar con una propuesta de comunicación, basados en sus necesidades comunitarias.

3.2.2 Específicos

1. Establecer las necesidades de comunicación de los pobladores en función de sus necesidades sociales y demanda de atención por parte del gobierno municipal.
2. Determinar si la comunicación entre la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y los vecinos se realiza de forma eficaz.
3. Realizar una propuesta de comunicación para mejorar la comunicación entre la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos.

3.3 Técnica

Se recopiló información bibliográfica documental de la municipalidad de San Lucas, así como análisis comparativo de las respuestas emitidas por los vecinos encuestados. Teniendo en cuenta que técnica, es el conjunto de procedimientos que servirán al aspirante para la recopilación de información y datos.

3.4 Entrevista

Se entrevistó al Ingeniero Yener Plaza, actual alcalde de la municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, donde nos informó acerca de la forma de comunicación que se lleva a cabo en la actualidad y los medios que se utilizan para informar a los vecinos de dicho municipio.

3.5 Encuesta

Se elaboró un cuestionario de 11 preguntas abiertas para algunos de los vecinos del municipio de San Lucas Sacatepéquez que se escogieron al azar.

3.6 Instrumento

Un cuestionario con preguntas abiertas, cerradas y de selección múltiple.

3.7 Universo

Vecinos del municipio de San Lucas Sacatepéquez, hombres y mujeres, que se escogieron al azar.

3.8 Muestra

Los elementos fueron elegidos al azar, según el criterio de la autora de la investigación, de acuerdo al conocimiento que se poseía del universo, y según datos del XI Censo de Población y VI Censo de Habitación de Guatemala, realizado por el INE al año 2002, la población actual constaba de 25,789 habitantes aproximadamente, y en base a la fórmula estadística, se seleccionaron 72 personas, hombres y mujeres del municipio de San Lucas. (El desglose de la fórmula aparece en anexos).

3.9 Procedimiento

Para empezar a recabar información, se realizó una inspección de fuentes de carácter documental, revistas, libros, artículos, periódicos, archivos, así como documentos proporcionados por la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.

Luego se elaboró el cuestionario como instrumento de recolección de datos de forma personalizada a algunos de los vecinos, hombres y mujeres del municipio, en lugares tales como el parque, el mercado, las calles, y condominios aledaños de San Lucas Sacatepéquez.

En base a los resultados de la encuesta, se realizó el diseño de las gráficas de acuerdo a los resultados obtenidos. Asimismo recolectar información, para desarrollar la estrategia de comunicación, se entrevistó al alcalde Municipal y algunos vecinos al azar.

Capítulo IV

Análisis y descripción de resultados

4.1 Encuesta a los vecinos

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos durante la investigación de campo realizada con los vecinos del municipio de San Lucas Sacatepéquez. En la encuesta se evaluó, además de los datos demográficos de la población, la opinión de los vecinos del municipio, respecto a la información que emite la municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, sobre las actividades que se realizan durante el año.

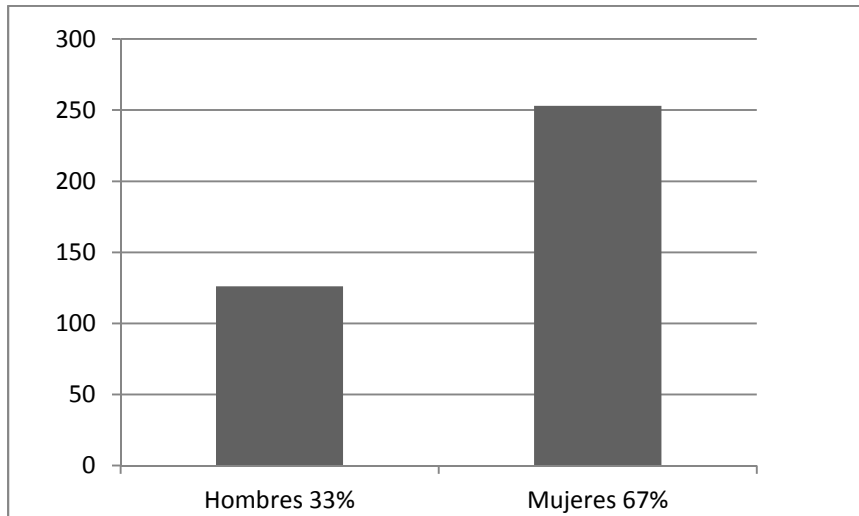
4.1.1 Datos demográficos

Con base a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los vecinos del municipio de San Lucas Sacatepéquez, se detalla la población que fue objeto de estudio, de la siguiente manera:

A continuación se describen cada una de las gráficas, tratan de centrar la atención en lo esencial de la información.

En la gráfica 1 contiene información sobre el género que prevalece en el municipio de San Lucas con un 67%, mientras que en la gráfica 2 el 61% de los vecinos viven hace 10 años en dicho municipio. La gráfica 3 muestra en qué área de San Lucas viven. Luego en la gráfica 4 el 56% de los vecinos no tienen conocimiento acerca de los acontecimientos y actividades sociales que realiza la municipalidad. En la gráfica 5 a cuántos acontecimientos culturales asisten. En la gráfica 6 el 54% de los vecinos no reciben información de los acontecimientos y actividades sociales. En la gráfica 7 los vecinos califican de regular la información que brinda la municipalidad de los acontecimientos y actividades sociales y culturales. En la gráfica 8 se da a conocer las herramientas con las que cuenta la municipalidad para informar a sus vecinos. En la gráfica 9 el 62% de los vecinos que llegan a pedir información, no recibe ningún folleto o informativo acerca de los acontecimientos y actividades sociales. En la gráfica 10 nos cercioramos que no existe información en la afueras de la municipalidad. Y finalmente los un 49% de los vecinos recomiendan y solicitan que les gustaría tener una cartelera cultural en las afueras y cercanías de la municipalidad para enterarse de los acontecimientos y actividades sociales con las que cuenta el municipio.

Gráfica No. 1
Género

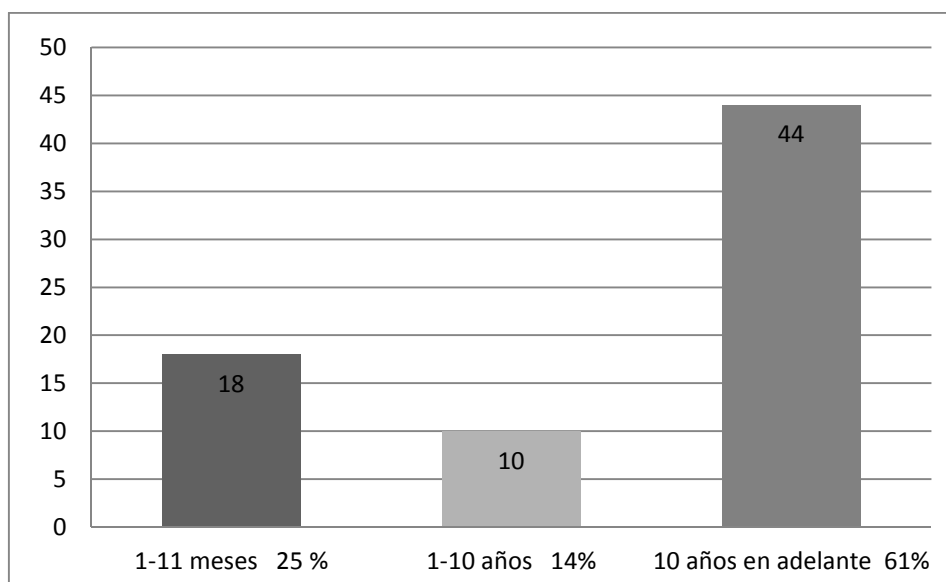


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Genero	Total	Porcentaje
Mujeres	48	67 %
Hombres	24	33 %
	72	100

Como se observa en la gráfica, la mayoría de los vecinos encuestados de San Lucas, Sacatepéquez, pertenece al género femenino, con un 67% del total y sólo un 33% corresponde al género masculino.

Gráfica No. 2 Tiempo de vivir en San Lucas Sacatepéquez

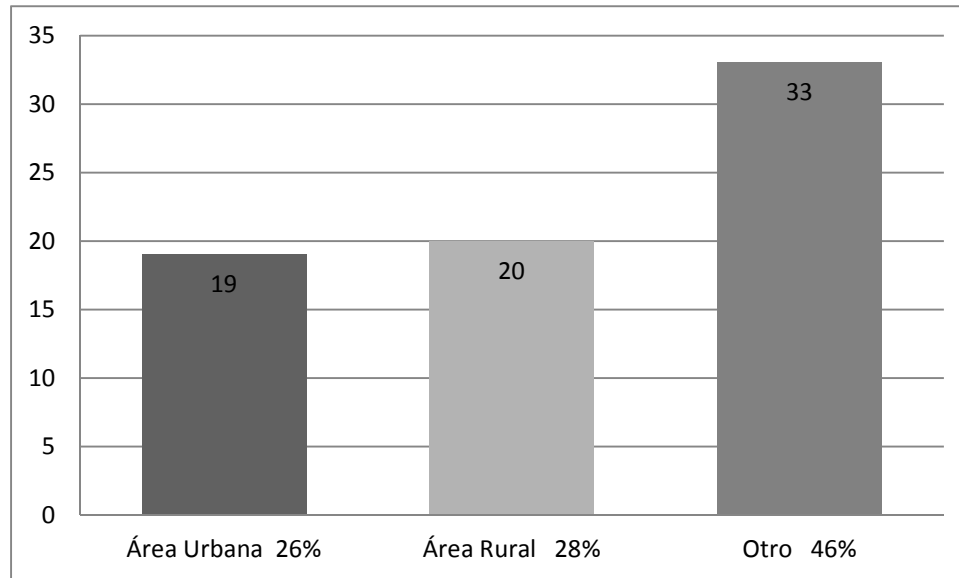


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Tiempo	Cantidad	Porcentaje
1 a 11 meses	18	25%
1 a 10 años	10	14%
10 años en adelante	44	61%
	72	100%

El 25% de vecinos de San Lucas tiene 1-11 meses de vivir en el municipio, el 14% tiene 1-10 años, mientras que los vecinos más antiguos representan un 61%.

Gráfica No. 3
Área de San Lucas, en la que vive

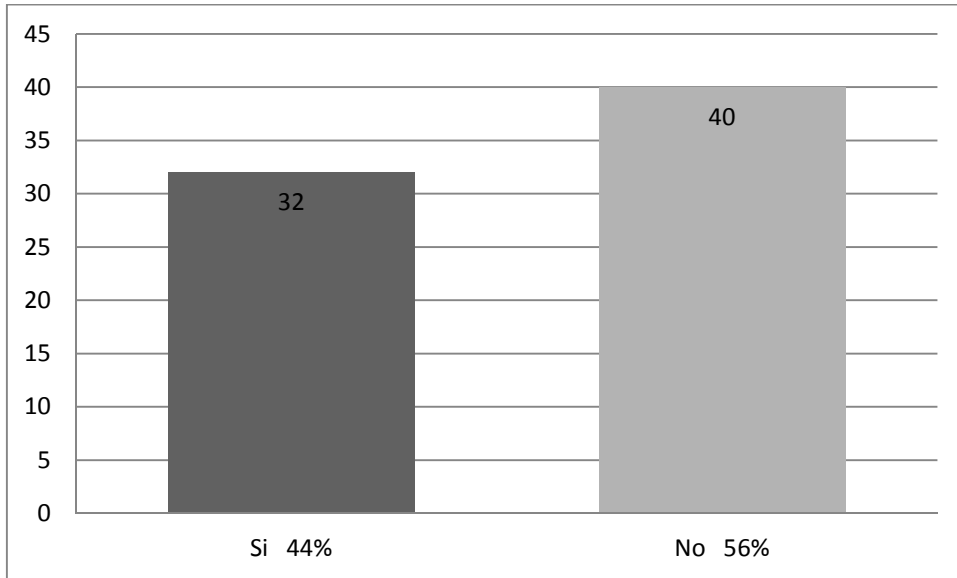


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

	Área Urbana	Área Rural	Otro	Total
Cantidad	33	19	20	72
Porcentaje	46	26	28	100%

El mayor porcentaje corresponde al 46% de vecinos que viven en el área urbana, mientras que 26% pertenece al área rural y sólo el 28% viven en residenciales o condominios, estos últimos eventualmente participan en las actividades del municipio.

Gráfica No. 4
Conocimiento de la población acerca de los
acontecimientos que realiza la municipalidad de San Lucas

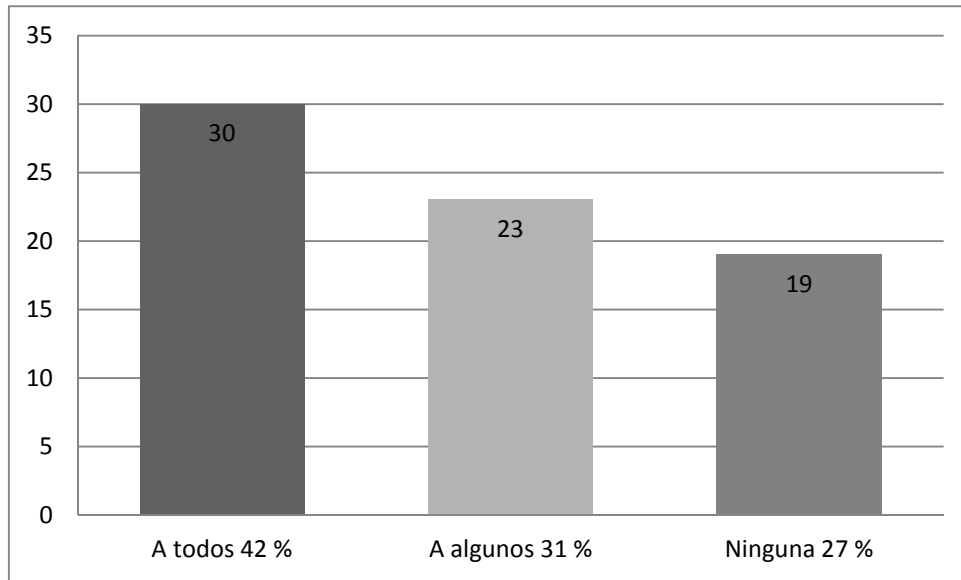


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

	Total	Porcentaje
Si	32	44%
No	40	56%
	72	100%

Un 56% de los vecinos encuestados, no conoce las actividades que se realizan en dicho municipio durante el año.

Gráfica No. 5 Acontecimientos sociales a los que asiste

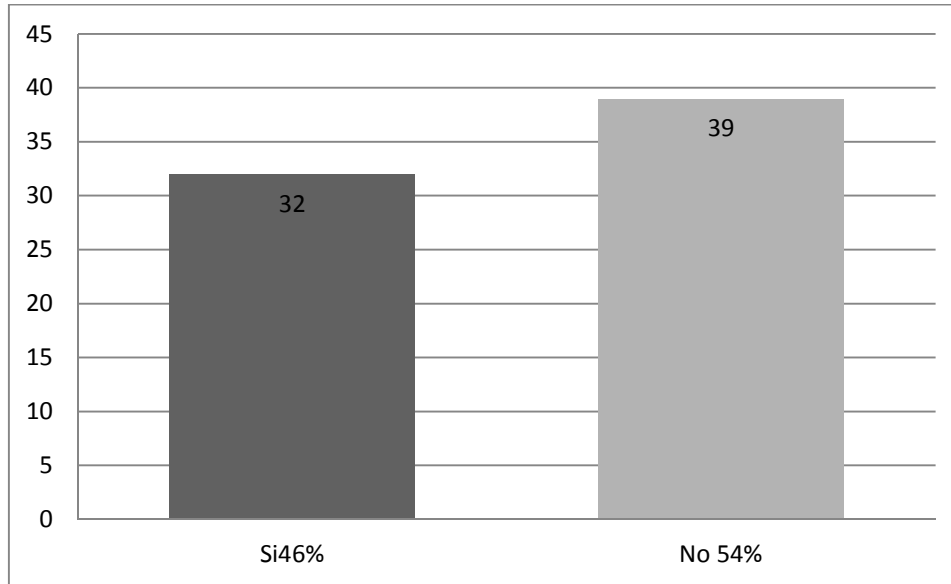


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Actividades	Total	Porcentaje
A todas	30	42%
A algunas	23	31%
Ninguna	19	27%
	72	100%

Solo el 27% no asiste a las actividades del municipio de San Lucas.

Gráfica No. 6
Recibe información acerca de los acontecimientos y actividades sociales del municipio

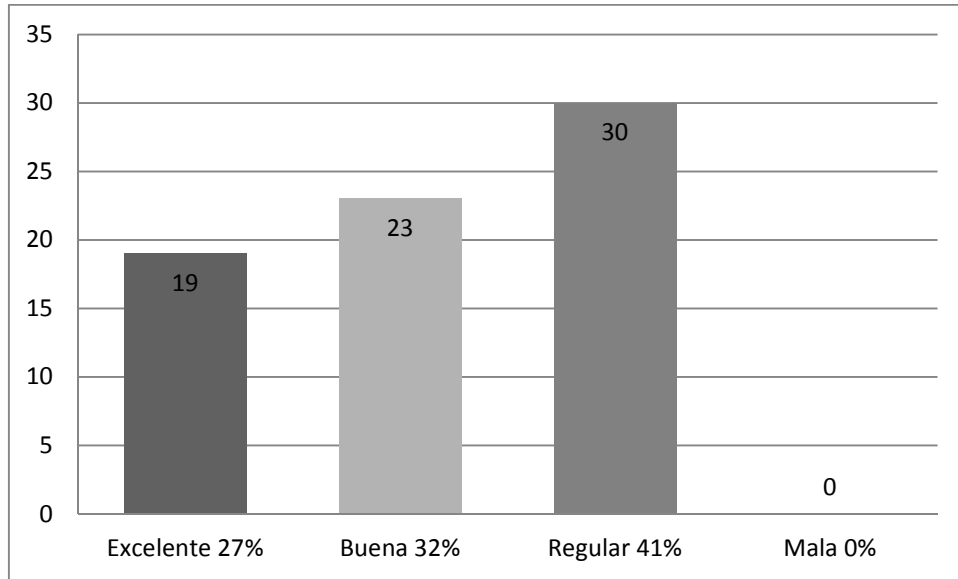


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Recibe información	Total	Porcentaje
Si	32	46%
No	39	54%
	72	100%

El 54% de los vecinos del municipio no recibe información sobre las actividades que se realizan.

Gráfica No. 7
Como califica a la municipalidad, al momento de solicitar información acerca de los acontecimientos sociales del municipio

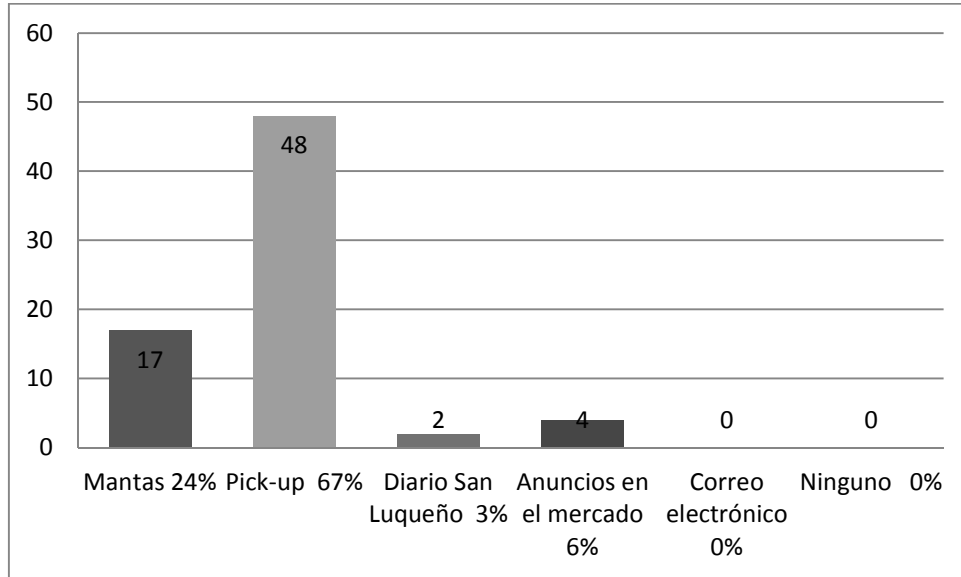


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Información	Total	Porcentaje
Excelente	19	27%
Buena	23	32%
Regular	30	41%
Mala	0	0%
	72	100%

El 41% de los vecinos se les brinda información con respecto a las actividades que se realizan en el municipio.

Gráfica No. 8 Herramientas de la municipalidad para informar

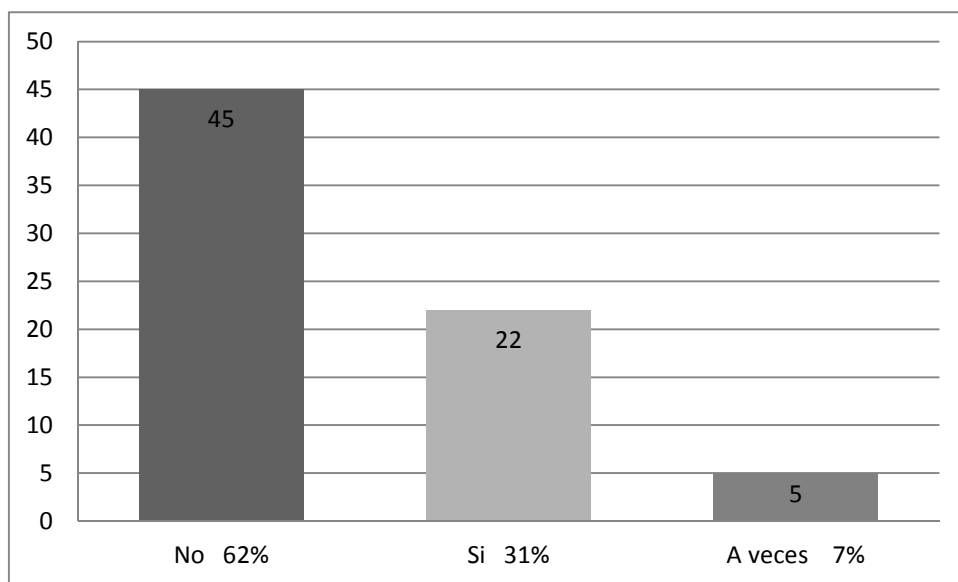


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Herramientas	Total	Porcentaje
Mantas	17	24%
Pick-up	48	67%
Diario San Luqueño	2	3%
Anuncios en el mercado	4	6%
Correo electrónico	0	0%
Ninguno	0	0%
	72	100%

El 67% de los vecinos, escucha acerca de los acontecimientos del municipio que realiza la municipalidad, a través del Pick-up, que se dirige sobre los diferentes lugares aledaños del municipio de San Lucas.

Gráfica No. 9
¿Le brinda a usted información la municipalidad?

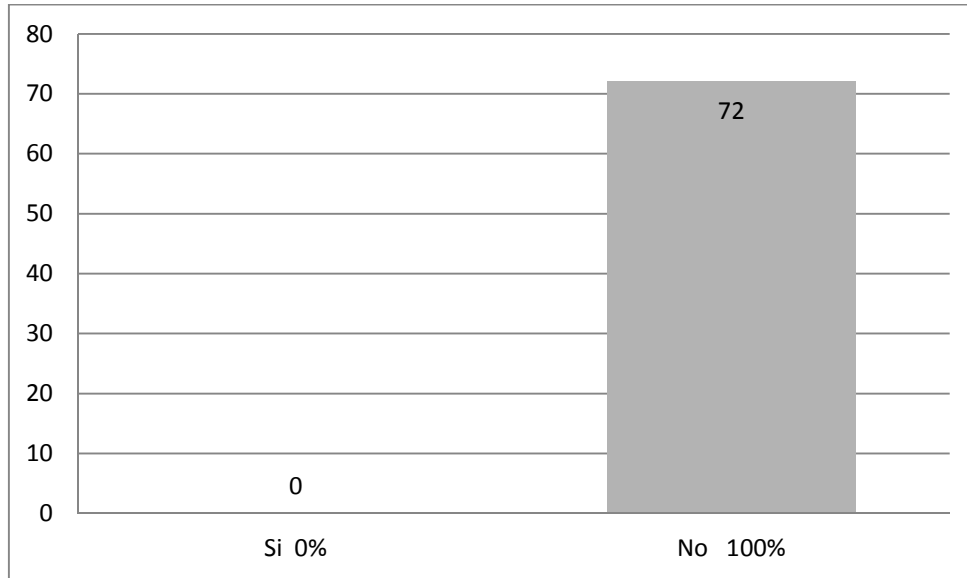


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Recibe información	Total	Porcentaje
Si	45	31%
No	22	62%
A veces	5	7%
	72	100%

Un 62% no recibe información que brinda la municipalidad al momento de acudir a la institución, acerca de los acontecimientos y responsabilidades sociales que se realizan durante el año en el municipio.

Gráfica No. 10
Medios de información en las afueras de la municipalidad de San Lucas

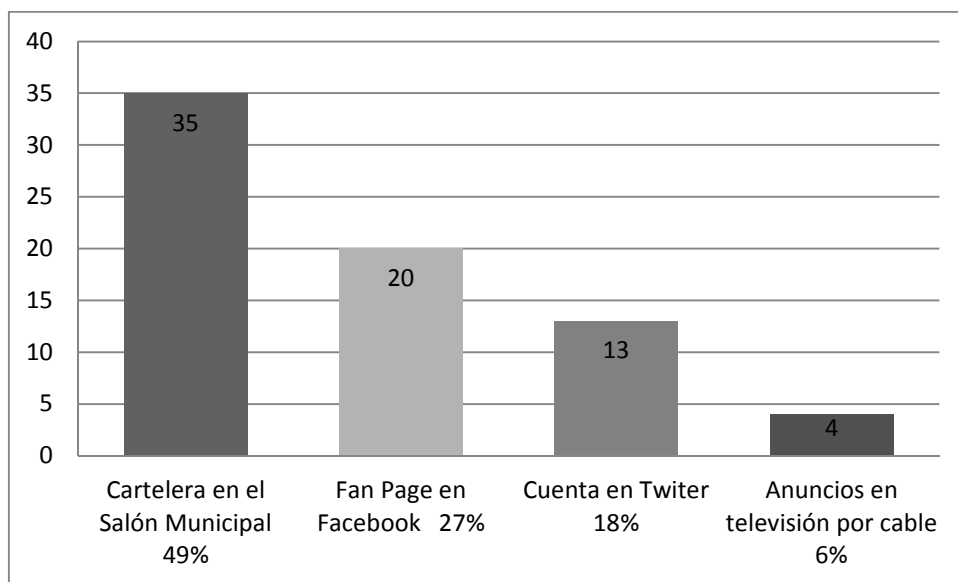


Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

	Total	Porcentaje
Si	0	0%
No	72	100%
	72	100%

El 100% de los vecinos encuestados no encuentra información accesible en las afueras del edificio de la municipalidad de San Lucas.

Gráfica No. 11
Medios que debe tener la municipalidad de San Lucas, en las afueras para informar acerca de los acontecimientos y actividades sociales



Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Medios de información	Total	Porcentaje
Cartelera virtual en el salón Municipal	35	49%
Fan Page Facebook	20	27%
Cuenta en Twiter	13	18%
Anuncios por cable	4	6%
	72	100%

Como se observa en la gráfica, el 49% de los vecinos encuestados, le gustaría que hubiera una cartelera cultural, para mantenerse informados sobre las actividades del municipio.

Capítulo V

Propuesta de Comunicación para la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos

Esta propuesta de comunicación, se elaboró teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante la investigación en el municipio de San Lucas, Sacatepéquez, así como también la opinión de los vecinos.

Se espera utilizar las herramientas de la comunicación adecuadas dentro del municipio de San Lucas Sacatepéquez, para que los vecinos se enteren de todas las actividades que se realizan durante el año.

5.1 Destinatarios de la propuesta

La propuesta está planteada para mejorar las herramientas de comunicación para los vecinos, y con esto se podrán enterar de todas las actividades que se realizan durante el año en el municipio de San Lucas Sacatepéquez.

5.2 Objetivos

5.2.1 General

- Optimizar los canales de comunicación existentes en la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y sus vecinos.

5.2.2 Específicos

- Proponer nuevas herramientas de comunicación para mejorar la comunicación entre Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez y vecinos.
- Informar a través de las herramientas de comunicación propuestas, sobre las diferentes actividades que realiza la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.
- Mejorar los flujos de comunicación entre las áreas de San Lucas.

5.3 Herramientas para el diagnóstico de comunicación

Para diseñar la propuesta de comunicación para la Municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez y sus vecinos, se realizó un análisis del actual sistema de comunicación que ellos utilizan, usando las siguientes herramientas de información:

1. Encuestas realizadas a algunos de los vecinos del municipio de, San Lucas Sacatepéquez, y aldeas aledañas.
2. Entrevista con el Alcalde Municipal, Ing. Yener Plaza

5.4 Metas e indicadores: A continuación se detalla la planificación de metas e indicadores que se deben realizar para la propuesta de comunicación:

METAS	INDICADORES
Contratación de Joomla (persona que se encarga de crear, modificar o eliminar contenido de un sitio web de manera sencilla, a través de un Panel de Administración), para la actualización de la cartelera virtual, faceebok y twiter.	Recibirá y actualizará cada mes, la información y notas de los vecinos del municipio de San Lucas, Sacatepéquez.
Construir y colocar una cartelera virtual, en la parte de afuera del salón comunal del municipio de San Lucas, Sacatepéquez	Actualizar semanalmente sobre las festividades próximas, actividades deportivas, notas de duelo, actividades culturales, entre otras.
Crear y actualizar el perfil de la página de facebook de la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez	Actualizar cada mes, la información que se genere en San Lucas, Sacatepéquez.
Colocar un buzón de sugerencias en la municipalidad para que los vecinos contribuyan a mejorar con los acontecimientos y responsabilidades sociales del municipio.	Actualizar mensualmente o semanalmente sobre las festividades próximas, actividades deportivas, notas de duelo, actividades culturales, entre otras.

5.5 Herramientas para la gestión de la comunicación

La gestión de la comunicación se basará en la propuesta diseñada para la divulgación de información, se plantea el desarrollo de comunicación centrado en el uso de las siguientes herramientas:

5.5.1. Divulgación de información pública

- **Cartelera virtual:** Será el canal de comunicación que difunda información de interés general, para los vecinos del municipio de San Lucas, Sacatepéquez.
- **Medios electrónicos:** Canales de comunicación que permitirán una comunicación online, actualizando la página de facebook de la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez.
- **Periódico San Luqueño:** Canal de comunicación donde se reservará un espacio para anunciar las diferentes actividades culturales y deportivas del municipio de San Lucas, Sacatepéquez.
- **Buzón de sugerencias:** Canal de comunicación que permitirá un acercamiento entre los vecinos y la municipalidad para mejoras en las actividades y sugerencias.

5.5.2 Incentivar la participación de los vecinos

Crear espacios para que el vecino se exprese. Para ello se propone lo siguiente:

- **Álbum virtual:** Espacio de comunicación, donde se utilizará la fan page del Facebook, para mostrar a los vecinos las fotografías de las diferentes actividades donde ellos participan y así motivar a otros a participar.
- **Buzón de Sugerencias:** Canal de comunicación que permitirá que los vecinos se expresen libremente, opinen, propongan ideas y manifiesten sus dudas.
- **Cartelera Virtual:** Canal de comunicación de tipo público, colocado en el salón municipal del municipio de San Lucas, Sacatepéquez, para informar de las actividades culturales, deportivas, sociales, entre otras.
- **Afiches:** Elaboración de afiches con fotografías de las diferentes actividades culturales, deportivas, sociales y otras, para que los vecinos que aún no participan, en dichas actividades, se motiven a hacerlo.

5.6 Etapas y actividades para llevar a cabo la propuesta de comunicación

Para llevar a cabo una estrategia de comunicación, es necesario elaborar mensajes y elegir los medios que se deben usar para satisfacer las necesidades de los vecinos. Con base a lo anterior, se presenta la propuesta que abarca la producción de material impreso, sitios web, elaboración de la cartelera cultural, y mantas.

5.7 Cronograma para la realización de la propuesta

La propuesta se llevará a cabo a lo largo de un año, durante los cuales, las actividades se desarrollarán como se indica en el cronograma siguiente:

Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Creación de cartelera virtual.												
Creación programa informático para cartelera virtual.												
Actualización de cartelera virtual.												
Creación de la página de Facebook para la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez.												
Actualización de la página de Facebook y twiter.												
Actualización del álbum virtual en página de facebook.												
Creación de buzón de sugerencias, para colocarse en la municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.												
Revisión del buzón.												
Publicación de piezas informativas acerca de los acontecimientos y responsabilidades sociales de la municipalidad de San Lucas, en el periódico San Luqueño, mostrando y/o anunciando las actividades del municipio.												
Publicación de afiches informativos, anunciando los acontecimientos y responsabilidades sociales del municipio de San Lucas.												

5.8 Planificación de recursos

A continuación se detalla la planificación de las actividades y recursos que son necesarios para llevar a cabo la propuesta de comunicación durante el año 2013. Se incluye el detalle de los recursos humanos, públicos, económicos y materiales, así como un cronograma de actividades.

5.8.1 Recursos humanos

- Licenciada en Ciencias de la Comunicación.
- Municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez.

5.8.2 Recursos materiales

a) Equipo:

- a) Vehículo.
- b) Computadora Personal.
- c) Impresora.
- d) Memoria USB.

b) Servicios:

- a) Internet.
- b) Energía eléctrica.
- c) Correo electrónico.
- d) Fotocopias.

c) Suministros:

- a) Tinta.
- b) Papel.
- c) Dvd's.

5.8.3 Presupuesto y recursos humanos para el proyecto que se desarrollará en la propuesta de comunicación para la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez y sus vecinos

Concepto	Cantidad	Precio por unidad	Precio Total
Realización de cartelera virtual	1	Q 23,991.00	Q 23,991.00
Fabricación buzón de sugerencias	1	Q 1,500.00	Q 1,500.00
Diseño de afiches	1	Q 450.00	Q 450.00
Anuncios en el periódico San Luqueño.	12	Q 150.00	Q 1,800.00
Folletos	1000	Q 0.53	Q 530.00
Mantas	6	Q 250.00	Q 1,500.00
Afiches	300	Q 11.50	Q 3,450.00
Total			Q33,064.00

5.8.4. Recursos materiales para instalación de cartelera virtual

Descripción	Monto	Lugar de cotización	Dirección
Televisor LED 40" Marca Samsung	Q 7,299.00	Distelsa, consultado el 12/06/2012	http://www.distelsa.com.gt/index.php?showPage=428&cache=1
Bracket y dispositivo móvil para TV	Q 8,000.00	Sr. Mauricio Orellana, Herrería en general	San Lucas, Sacatepéquez, Cantón Reforma
Computadora PC Itek (combo 3)	Q 5,598.00	Intelaf, consultado el 12/06/2012	http://www.intelaf.com/combos_efectivo.asp
UPS para PC y Monitor LED	Q1,094.00	Intelaf, consultado el 12/06/2012	http://www.intelaf.com/precios_stock_detallado.asp?codigo=UPS-CEN-LCD1200
Instalación eléctrica	Q 2,000.00	Sr. Gustavo Choquin, Electricista	San Lucas, Sacatepéquez Herrería "La Momosteca"
Realización de folletos mantas y afiches	Q 5,480.00	Imprenta "Sarita"	San Lucas Sacatepéquez
Anuncios	Q 1,800.00	Periódico San Luqueño	San Lucas Sacatepéquez
Total	Q31,271.00		

Conclusiones

Luego de observar los resultados obtenidos durante la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. El 56% de los vecinos del municipio de San Lucas Sacatepéquez desconocen los acontecimientos y actividades sociales que se llevan a cabo durante el año, ya que los canales de información no se utilizan de forma adecuada.
2. El 54% de los vecinos encuestados, no recibe información acerca de los acontecimientos y actividades sociales del municipio.
3. De los vecinos encuestados, el 100% no encuentra información accesible en las afueras del edificio de la municipalidad de San Lucas, por lo que es necesario una cartelera cultural, para informar a la población.
4. Al 49% de los vecinos encuestados, le gustaría que hubiera una cartelera cultural, para mantenerse informado acerca de los acontecimientos y actividades sociales del municipio.
5. Son pocos vecinos los que no pueden obtener información acerca de los acontecimientos y actividades sociales por medio de los correos electrónicos o alguna red social por internet, ya que algunos lugares aledaños no cuentan con este servicio y no tienen acceso a la información actual.

Recomendaciones

Con base en las conclusiones, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Llevar a cabo la propuesta de comunicación, lo antes posible, para mejorar el canal de comunicación entre vecinos y Municipalidad de San Lucas.
2. Motivar a los vecinos del municipio, para que acudan a enterarse acerca de los acontecimientos y actividades sociales que se realizan durante el año.
3. Después de uno o dos años se debe hacer un nuevo estudio, para saber si ha mejorado la entrega de información hacia los vecinos, acerca de los acontecimientos y actividades sociales que realiza la municipalidad de San Lucas.
4. Solicitar al actual alcalde del municipio de San Lucas, que se instale la cartelera cultural en las afueras de la municipalidad.
5. Promover el uso de las redes sociales, para que los vecinos se enteren de los diferentes acontecimientos y actividades sociales que se realizan en el año.

Bibliografía

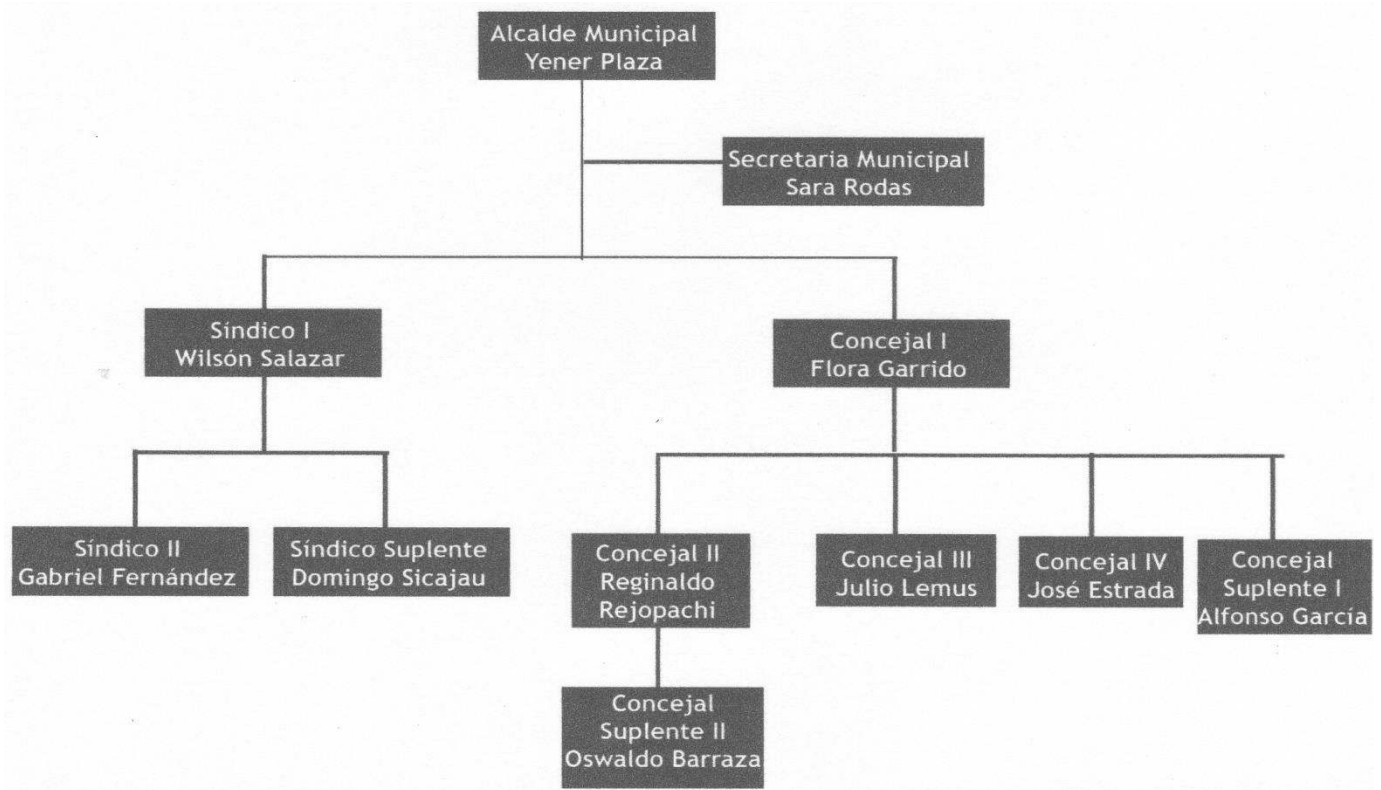
1. Cifuentes, Gloria. 2009. Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Tesis, “Propuesta de Comunicación Externa para el Hospital Infantil Juan Pablo II”.
2. Claudin, Victor. 1986. Diccionario General de la Comunicación. Barcelona, Editorial Mitre, S.A.
3. De Guidobono Nelida, Maria Teresa. 1985 Diagnóstico social, Buenos Aires. Editorial Humanitas, 4ta. Edición, pág. 88. <http://fcs.biblio.umsa.bo/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?bib=UMSA-SOCM-003126> Recuperado el 12 de septiembre del 2013.
4. de Melo, José Marques. 2008. Entre el Saber y el Poder, Comité Pensamiento Comunicacional Latinoamericano, Revista Trayectorias, vol. X, núm. 26, enero-junio 2008, pág. 110, Universidad Autónoma de Nuevo León, México. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60715119012> Recuperado el 22 de marzo del 2013.
5. Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. 1991. Madrid. Ediciones Paulinas.
6. Dieguez, Alberto José 1998, Planificación y trabajo social. Argentina. Editorial Humanitas. <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/pela/pl-000215.pdf> Recuperado el 10 de abril del 2013.
7. Guatificate, Historia del Municipio de San Lucas, Sacatepéquez, Departamento de Sacatepéquez <http://www.guatificate.com/historia-del-municipio-de-san-lucas-sacatepequez-departamento-de-sacatepequez.html> Recuperado el 10 de noviembre del 2012.
8. Interiano, Carlos. 2003. Semiología y comunicación. 8ª. Guatemala. Edición Corregida aumentada. Editorial Fénix.
9. Interiano, Carlos. 1999. Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala, Guatemala. Editorial Fénix.

10. Kaplún, Mario, 1998. El comunicador Popular. Madrid. Ediciones de la Torre.
http://www.captel.com.ar/downloads/2906061524_kaplun_el%20comunicador%20popular.pdf
Recuperado el 12 de noviembre del 2013.
11. Méndez Navas, Isabel. Blog Salud Comunitaria. 2008. La comunicación con la comunidad. http://www.madrimasd.org/blogs/salud_publica/2008/11/17/107090
Recuperado el 17 de octubre del 2013.
12. Mérida González, Aracelly. 1998. Guía para elaborar el proyecto de tesis, Guatemala.
13. Muriel, ML; Rota, G. 1980. Comunicación institucional, Enfoque Social de las Relaciones Humanas. Quito, Ecuador. Editorial Andina.
14. Página de la Asociación de Municipalidades de Sacatepéquez, de la República de Guatemala <http://amsac.org.gt/> Recuperado el 22 de abril del 2011.
15. Página oficial de la Municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez. http://www.munisanlucas.gob.gt/Municipalidad_de_San_Lucas_Sacatepequez/munisanlucas.gob.gt/munisanlucas.gob.gt.html Recuperado el 12 de abril del 2011.
16. Pedroni Chautemps, Ana María. 2004. Semiología: un acercamiento didáctico. Guatemala. Editorial Universitaria. Universidad de San Carlos de Guatemala.
17. Perez Serrano, Gloria. 1990 Elaboración de Proyectos Sociales, Narcea, S.A. Ediciones.
http://books.google.com.gt/books/about/Elaboraci%C3%B3n_de_proyectos_sociales.html?hl=es&id=TitKLLyMmF08C&redir_esc=y Recuperado el 14 de septiembre del 2013.
18. Periódico El Metropolitano / La Antigua, Chimaltenango.
http://antigua.elmetropolitano.com.gt/es/59/la_region/2184/Yener-Plaza-va-por-su-segundo-per%C3%ADodo-municipal.htm Recuperado el 4 de enero del 2012.
19. Prieto Castillo, Daniel. 1985. Diagnóstico de la Comunicación, Mensajes, Instituciones, Comunidades. Fundación Friedrich.
20. Revista Municipal 2011. Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez. Administración Municipal 2008-2012.

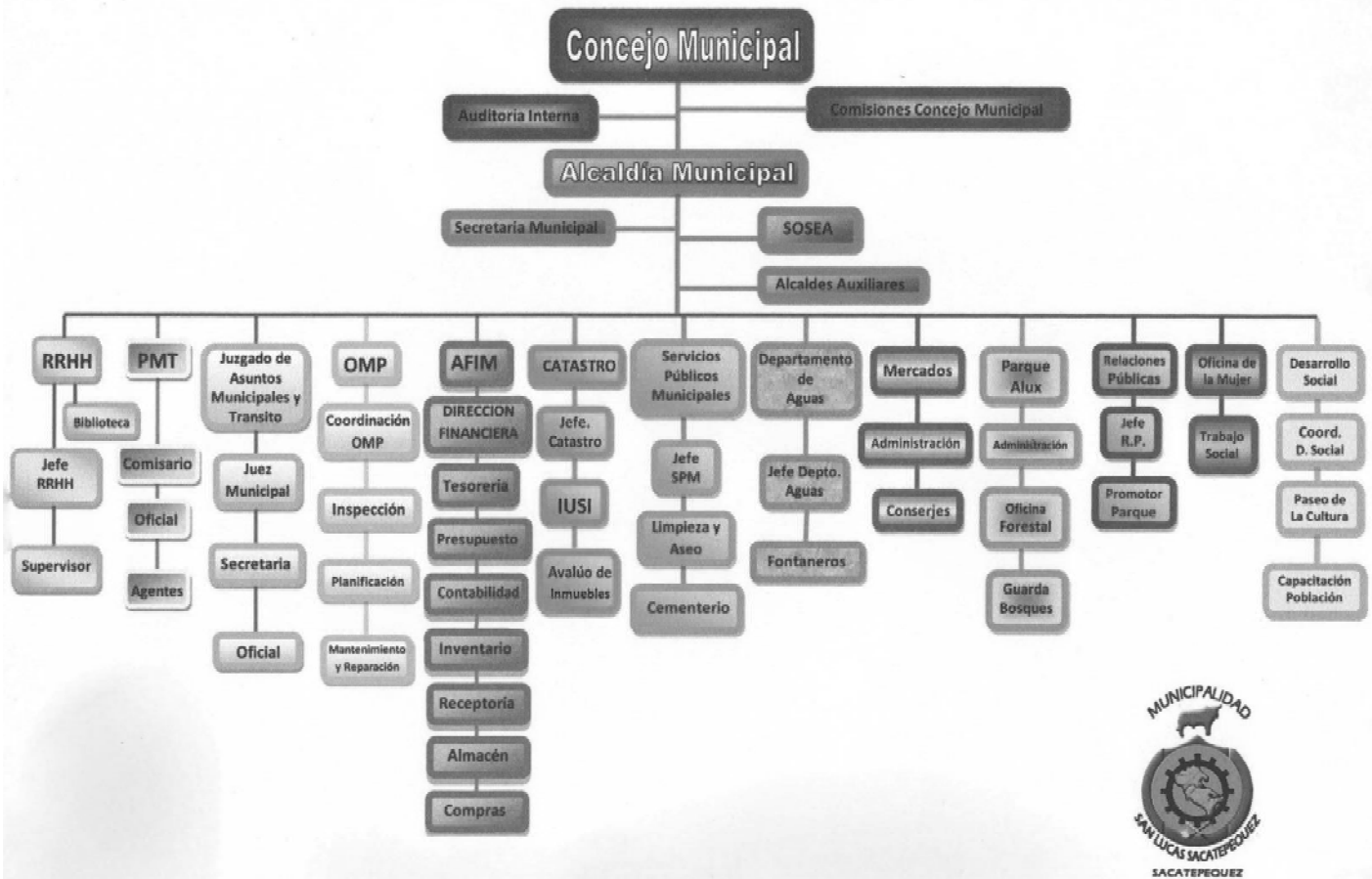
21. Rodríguez Cauqueva, Javier. 2007. Guía de elaboración de Diagnósticos.
<http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%C3%ADa-de-diagn%C3%B3stico.pdf> Recuperado el 20 de noviembre del 2013.
22. Scaron de Quintero, María Teresa. 1985. El diagnóstico social.
http://books.google.es/books/about/El_Diagn%C3%B3stico_social.html?hl=es&id=aU48AAAYAAJ
Recuperado el 12 de septiembre del 2013.
23. Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. 1999. Semiótica Teoría de la Mentira. Guatemala. 2da. Edición, Ediciones de la Posguerra.
24. Villareal, Ana Lucía. 2006. Principios de Comunicación Rural. San José, Costa Rica. Primera edición, Universidad Estatal a distancia.

ANEXOS

ORGANIGRAMA CONCEJO MUNICIPAL SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ



ORGANIGRAMA MUNICIPAL DE SAN LUCAS SACATEPEQUEZ



Acercamiento al Ing. Yener Plaza Alcalde del municipio de San Lucas, Sacatepéquez

El Ing. Yener Plaza es un servidor público que fue electo como Alcalde Municipal de San Lucas, Sacatepéquez por mayoría absoluta, para los períodos 2008-2012 y 2012-2016. Actualmente es Presidente de la Mancomunidad Kackchique Norte de Sacatepéquez y actual presidente de la Asociación de Alcades de Sacatepéquez. Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales en la Tricentenario Universidad de San Carlos de Guatemala. Embajador de la Paz de la República de Guatemala, Profesor, Defensor de los Derechos Humanos, nombrado Ciudadano Distinguido y otros reconocimientos, debidos a su labor de servicio.



*Ing. Yener Plaza, actual alcalde del municipio de San Lucas Sacatepéquez.
Fotografía por Marta Ubedo*

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

Con la siguiente encuesta se obtiene información para la elaboración de una tesis. Por favor conteste según su criterio. Gracias por su colaboración.

1. Sexo **M** **F**

2. ¿Cuánto tiempo tiene de vivir en San Lucas Sacatepéquez?

- 1-11 meses
- 1-10 años
- 10 años en adelante

3. ¿En qué área de San Lucas vive?

- Área Urbana
- Área Rural
- Otro,
- explique _____

4. ¿Conoce usted, los acontecimientos y actividades sociales que realiza la municipalidad de San Lucas, durante el año?

- Si
- No

5. ¿A qué tipo de acontecimientos asiste o ha asistido?

- A todas
- Algunas
- Ninguna

6. ¿Recibe algún tipo de información acerca de los acontecimientos y actividades sociales que se realizan en San Lucas, Sacatepéquez?

- Si
- No

7. ¿Cómo califica la información que le brinda la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez, con respecto a los acontecimientos y actividades sociales que se realizan en el municipio?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

8. ¿Qué herramientas utiliza la municipalidad de San Lucas para comunicarse con usted?

- Mantas
- Pick-up
- Diario San Luqueño
- Correo Electrónico
- Anuncios en el Mercado
- Ninguno

9. ¿El personal administrativo de la municipalidad de San Lucas, le brinda información acerca de los acontecimientos sociales que se realizan durante el año?

- Si
- No
- A veces

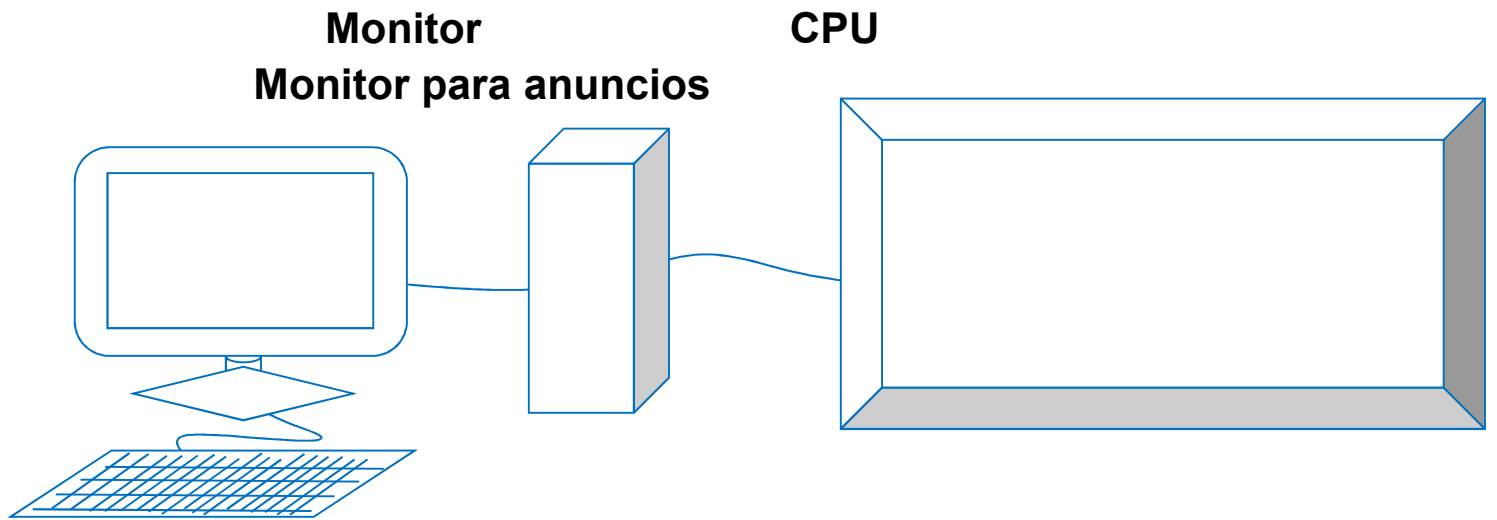
10. ¿Existe en las afueras del edificio de la municipalidad de San Lucas, Sacatepéquez, algún medio de información, donde anuncien los acontecimientos y actividades sociales que se realizan durante el año?

- Si
- No

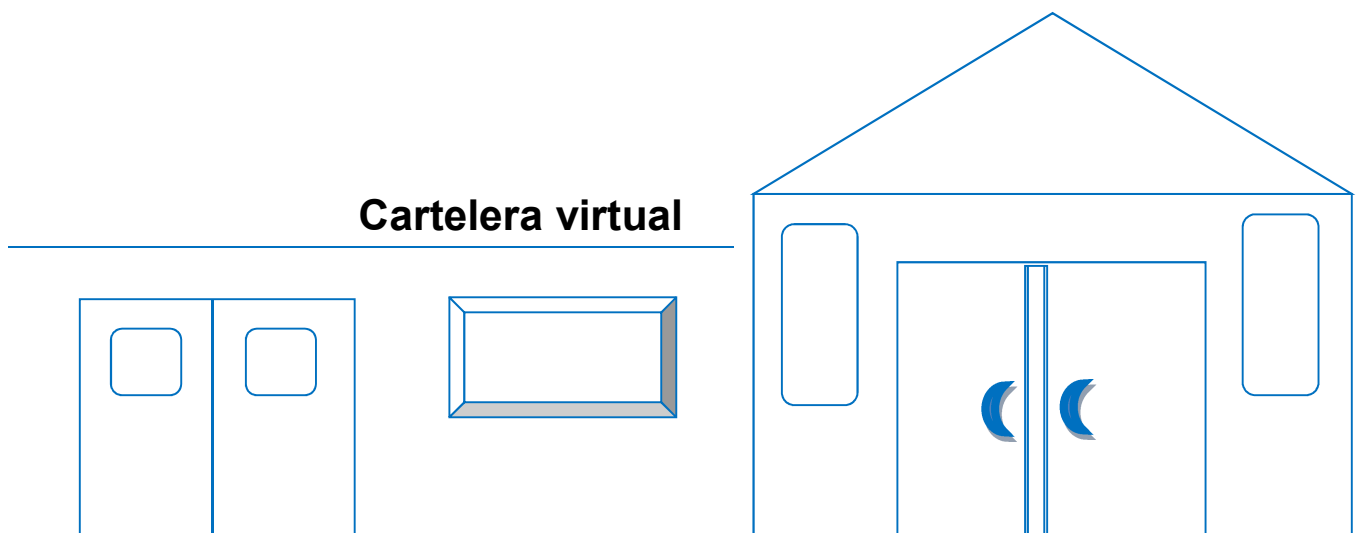
11. ¿Qué medios de información cree usted que la municipalidad de San Lucas, debe implementar para que usted (como vecino), se entere de los acontecimientos y actividades sociales que se realizan en el municipio?

- Cartelera virtual en el Salón Municipal
- Fan page de la municipalidad de San Lucas en Facebook.
- Cuenta en Twiter
- Anuncios en la televisión por cable, Canal San Lucas
- Otros

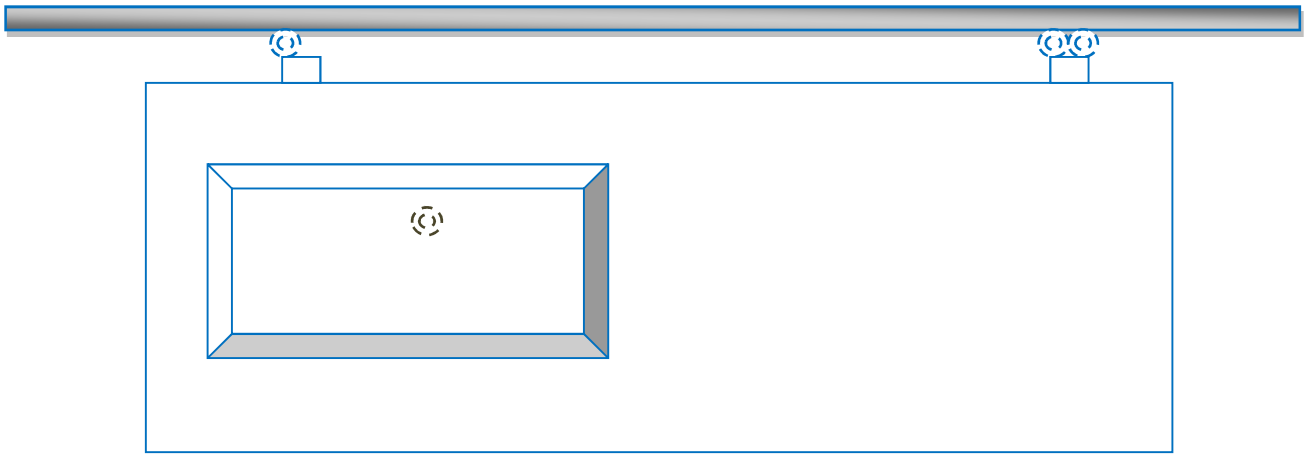
Diagrama del sistema de la cartelera virtual



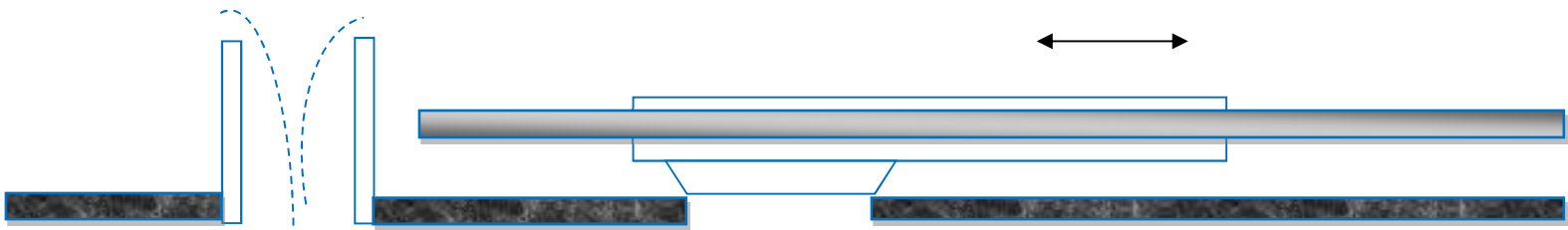
Salón Municipal
Municipalidad de San Lucas



Vista de frente, Ubicación Cartelera Virtual



Vista de Planta, Ubicación Cartelera Virtual



**Lugar donde se colocará la Cartelera Virtual,
Salón de usos Múltiples, Profa. Julia Siliezar Castellanos**



Fotografía por: Marta Ubedo

Cálculo de muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N Z^2 p q}{d^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Dónde:

N = 25,789 (Para 95 % de confianza)

Z² = 1.96² (seguridad de certeza del 95%)

p = 0.05 (5% proporción esperada)

q = 1- p 1-0.05 = 0.95

d = precisión 5% = 0.5

$$n = \frac{(25,789) 3.8416 \times 0.05 \times 0.95}{(0.50)^2 (25,789-1) + (3.8416 \times 0.05 \times 0.95)}$$

$$n = \frac{99071.0224 \times 0.05 \times 0.95}{(64.47) + (0.182476)}$$

$$n = \frac{4705.873564}{64.652476}$$

$$n = 72$$