

José Napoleón Mogollón Archila

**Incidencia de los medios de comunicación masiva en el desarrollo
educativo de los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá,
departamento de Sololá.**

Asesora: Licenciada Marta Herminia Muñoz de Tobías



Universidad de San Carlos de Guatemala
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA

Guatemala, marzo de 2009

Este estudio fue presentado por el autor como trabajo de tesis, previo a optar el grado de Licenciado en Pedagogía y Ciencias de la Educación.

Guatemala, marzo de 2009

ÍNDICE

	página
INTRUDUCCIÓN	i
CAPÍTULO I	1
MARCO CONCEPTUAL	1
1.1 Título Incidencia de los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá	1
1.2 Planteamiento del Problema	1
1.3 Antecedentes del Problema	2
1.4 Importancia de la Investigación	4
1.5 Alcances y límites de la investigación	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Conceptos de comunicación, educación y cultura	6
2.1.1 Comunicación	6
2.1.2 Comunicar	6
2.1.3 Informar	7
2.1.4 Diferencia entre comunicar e informar	7
2.1.5 La comunicación y el lenguaje articulado	9
2.1.6 Comunicación intrapersonal	10
2.1.7 Comunicación interpersonal	11
2.1.8 Comunicación social	11
2.1.9 Medios de comunicación masiva	12
2.1.10 Educación	13
2.1.11 Cultura	13
2.2 La comunicación y sus antecedentes históricos	14
2.2.1 Teorías de la comunicación	16
2.2.2 Ciencias que estudian la comunicación	18
2.2.3 Funciones de la comunicación	19

2.2.4	Elementos de la comunicación	21
2.2.4.1	Emisor	21
2.2.4.2	Receptor	21
2.2.4.3	Mensaje	21
2.2.4.4	Medio	21
2.2.4.5	Codificación	21
2.2.4.6	Decodificación	21
2.2.4.7	Respuesta	21
2.2.4.8	Retroalimentación	21
2.2.4.9	Ruido	21
2.2.5	Los efectos de la comunicación	22
2.2.6	Los medios de comunicación masiva	23
2.2.6.1	El sistema de comunicación de masas	23
2.2.7	Funciones de la comunicación de masas	24
2.2.7.1	Supervisión del ambiente	25
2.2.7.2	La correlación social	25
2.2.7.3	Transmisión de la cultura	25
2.2.7.4	Socialización	26
2.2.7.5	El entretenimiento	26
2.2.8	Medios de información y de comunicación	26
2.3	Los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo	26
2.3.1	La prensa	27
2.3.2	El cine	27
2.3.3	La radio	28
2.3.4	La televisión	31
2.3.5	Internet	32
2.4	Los medios y la educación	33
2.4.1	La educación informativa	33
2.4.2	La educación conductista	36
2.4.3	La educación liberadora	38

2.4.4	Los medios y la educación no formal	40
2.4.5	Los medios y la educación formal	41
2.4.6	Uso de los medios masivos en los procesos educativos	43
2.5	Los medios de comunicación masiva en el desarrollo sociocultural	44
2.5.1	Comunicación y sociedad	44
2.5.2	Funciones	44
2.5.3	Lenguaje y comunicación social	45
2.5.4	La Publicidad y el consumo	46
2.6	Medios de comunicación masiva en el municipio de Sololá	47
2.6.1	Radios locales	47
2.6.2	Radios comunitarias	47
2.6.3	Televisión local	47
2.7	Datos monográficos del municipio de Sololá	47
2.7.1	Origen del nombre	47
2.7.2	Breves datos históricos	48
2.7.3	Ubicación geográfica	48
2.7.4	División político-administrativa	48
2.7.5	Servicios públicos	49
2.7.6	Fiesta titular	49
	CAPÍTULO III	50
	MARCO METODOLÓGICO	50
3.1	Objetivos	50
3.1.1	General	50
3.1.2	Específicos	50
3.2	Variables de estudio	50
3.3	Descripción de las variables	50
3.4	Definición Operativa	51

3.5	Población y muestra	52
3.6	Instrumentos	52
3.7	Análisis estadístico	52

CAPÍTULO IV **53**

PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE **53**

RESULTADOS

4.1	Datos generales de la muestra de estudiantes y catedráticos encuestados del nivel medio	53
	Datos generales de la muestra de estudiantes encuestados del ciclo básico, cuadro No.2	53
	Datos generales de la muestra de estudiantes encuestados del ciclo diversificado, cuadro No.3	53
	Datos generales de catedráticos encuestados del ciclo básico y diversificado, cuadro No.4	53
4.2	Lista de establecimientos del ciclo básico del nivel medio del municipio de Sololá, donde se aplicó la encuesta, cuadro No.5	54
4.3	Lista de establecimientos del ciclo diversificado del nivel medio del municipio de Sololá, donde se aplicó la encuesta, cuadro No.6	55
4.4	Resultados del cuestionario aplicado a estudiantes del ciclo básico del nivel medio del municipio de Sololá, cuadro No.7	56
4.5	Resultado del cuestionario aplicado a estudiantes del ciclo diversificado del nivel medio del municipio de Sololá, del cuadro No.8 al No.12	57
	4.5.1 Interpretación de las encuestas de los estudiantes del nivel medio	57

4.6	Interpretación del cuestionario aplicado a catedráticos del ciclo básico del nivel medio del municipio de Sololá, cuadro No.13	64
4.7	Resultados del cuestionario aplicado a catedráticos del ciclo diversificado del nivel medio del municipio de Sololá, cuadro No.14	65
	Conclusiones	73
	Recomendaciones	74
	Bibliografía	75
	Apéndice	77
	Ejemplo de boleta de encuesta dirigida a estudiantes	77
	Ejemplo de boleta de encuesta dirigida a catedráticos	79
	Ejemplo de Guía de entrevista	81
	Resultado de entrevista realizada a Gerentes de medios de comunicación del municipio de Sololá	82
	Guía temática	84
	Anexos	100
	➤ Mapa del departamento de Sololá con sus municipios	100
	➤ Mapa del municipio de Sololá en donde se realizó la investigación	100

INTRODUCCIÓN

La incidencia de los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio en el municipio de Sololá, es un trabajo de investigación descriptivo que se realizó a través de consulta bibliográfica documental y trabajo de campo en el año dos mil seis en los estudiantes de establecimientos privados y públicos del nivel medio del municipio de Sololá.

Los objetivos principales de este trabajo es dar a conocer cual es la incidencia que la prensa, el cine, la radio, la televisión y el Internet, como medios de comunicación masiva locales, ejercen sobre los estudiantes. También se incluye información acerca de para qué sirven, cómo son utilizados, qué herramientas ofrece, sus beneficios y problemas y de cómo pueden ser aprovechados en la educación.

El trabajo se divide en cuatro capítulos, en el Capítulo I se encuentra el Marco Conceptual con el tema, planteamiento del problema, los antecedentes del problema, su importancia y los alcances y límites que cubrió. A continuación se encuentra el Capítulo II que contiene el Marco Teórico con sub temas relacionados con la investigación científica. Luego se enfoca en el Capítulo III el Marco Metodológico, que incluye el objetivo general de la investigación, contribuir a detectar la incidencia de los medios de comunicación masiva en el aprendizaje de los estudiantes del nivel medio, objetivos específicos, la definición conceptual y operativa, la población y muestra y los instrumentos con su respectivo análisis estadístico, el Capítulo IV es la presentación e interpretación de resultados, de donde se deducen las conclusiones, luego se presentan algunas recomendaciones que se consideran pertinentes y necesarias, con la intención de que sean atendidas por las autoridades educativas, docentes, padres de familia y estudiantes de educación media del municipio de Sololá, la bibliografía consultada, el apéndice que contiene una guía temática para medios de comunicación masiva en el municipio de Sololá, tanto locales, como para maestros y estudiantes.

Se incluye en el trabajo de esta investigación, los resultados de las entrevistas realizadas a los gerentes de los diversos medios de comunicación existentes en este municipio.

Los resultados de la investigación presentan a la comunidad educativa en general, un panorama real de la incidencia que los medios de comunicación tienen

sobre los estudiantes y el desarrollo educativo del nivel medio. El mismo, está avalado por la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en espera de que se interesen por el estudio realizado, puesto que el desarrollo tecnológico en la actualidad, al que no escapan los medios de comunicación de masas, está estrechamente vinculado a la ciencia y por lo consiguiente al proceso educativo

El trabajo investigativo, tiene el ánimo de dar a conocer la importancia, influencia e incidencia que los diversos medios de comunicación tienen en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio del departamento de Sololá. Lo que estos representan para toda una sociedad y principalmente en los cambios de conducta que en el joven estudiante se puedan desarrollar positiva o negativamente y en los resultados en el proceso de Enseñanza.

Con el aporte de elementos de juicio que se obtengan de esta investigación, se espera ayudar a un mejor manejo y uso adecuado de los medios de comunicación existentes, pues no se puede desistir de una tecnología actual, ya que es la comodidad y los avances que se han logrado en este siglo. Con participación de maestros y estudiantes, se deben aprovechar todos estos recursos para el desarrollo educativo de los jóvenes.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1.1 TÍTULO

Incidencia de los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio en el municipio de Sololá, departamento de Sololá.

1.2 Planteamiento del Problema

En la actualidad, la influencia que los medios de comunicación masiva ejercen sobre la población en general, es muy evidente y determinan diversas actitudes sociales. Éstos constituyen un factor muy importante en el proceso evolutivo y educativo de cualquier sociedad.

Estos medios inciden, de alguna manera, en las personas, principalmente en la juventud, por su alcance y cobertura de las diversas formas de enviar una información.

Los programas educativos son un fin de la educación de masas, de alguna manera contribuyen al desarrollo educativo en grupos de personas, específicamente los educandos del nivel medio de este municipio, que los medios de comunicación de masas deben considerar importante para la población y su constante desarrollo, tanto en lo cultural, como social y educativo.

Este estudio, referido a los medios de comunicación masiva, los existentes en el municipio de Sololá, permite determinar de qué manera influyen en el desarrollo educativo, la importancia y su aprovechamiento para fines pedagógicos en beneficio de los estudiantes que cursan el nivel medio de dicho municipio, lo que induce a cuestionar

¿Cuál es la incidencia de los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo, social y cultural de los estudiantes del nivel medio del municipio y departamento de Sololá?

1.3 Antecedentes del Problema

Es evidente que la comunicación de masas es, a pesar de todo, una educación superficial. Es suficiente con que se les de la posibilidad de pensar que saben algo sobre los grandes problemas políticos, sociales y culturales de una comunidad. Los medios de comunicación masiva, en el mundo de los negocios, se han preocupado de canalizar, y no de cambiar radicalmente, las actitudes básicas de una sociedad, principalmente en el desarrollo educativo de los estudiantes. Estos medios de comunicación, han ido mejorando a la par del crecimiento tecnológico en el mundo y cada día fomentan mayor demanda para diferentes fines, por lo que adquieren mayor eficacia, incidiendo así, en cambios culturales, sociales y en la educación misma de los jóvenes. Es de suma importancia conocer que existen leyes que rigen el buen desempeño de los diversos medios de comunicación de masas. Leyes que los medios en general están obligados a conocer y aplicar en el proceso de la comunicación de masas. La Constitución Política de la República de Guatemala, en la primera parte del Artículo 35 **Libertad de emisión del pensamiento**, establece que, “Es libre la emisión del pensamiento por cualesquiera medios de difusión, sin censura ni licencia previa. Este derecho constitucional no podrá ser restringido por ley o disposición gubernamental alguna... (24:14).

Así también, es necesario señalar alguna información que hasta ahora se ha tenido para conocer la incidencia que los medios de comunicación masiva han tenido en la actualidad, principalmente en los grupos de educandos del nivel medio.

Al consultar algunas tesis en la Universidad de San Carlos de Guatemala referente al tema de estudio, se encontró la siguiente información. Se citan los resultados de los siguientes estudios realizados

En 1997, Vinicio Ascensión Morales Berges, investigó en el área sureste de la Reserva Biosfera Maya en el Petén, Guatemala, sobre el tema. Dedujo algunas de las siguientes conclusiones: “Algunos programas de

comunicación educativa producidos y difundidos por las emisoras de radiodifusión local, son voceadoras de conocimiento técnico-científicos; así mismo de la vida cotidiana. Las emisoras no solamente son voceadoras de conocimientos, sino también propician entretenimiento y diversión. Las radiodifusoras tienen pocos programas educativos a distancia; promueven proyectos comunitarios para elevar la calidad de vida de la población en aspectos determinados como producción, nutrición, saneamiento ambiental, salud, conservación y desarrollo sostenido”.

“La utilización del medio televisivo en la producción y proyección de vivencias y experiencias de la vida cotidiana en el transcurso de un período de tiempo determinado. Tanto los niños, los jóvenes y los adultos se divierten, pues comparten los conocimientos y las experiencias de sus compañeros de grupo, observando y discutiendo los materiales audiovisuales elaborados previamente”.

“Los contenidos de temas y tópicos de comunicación educativa (conservación de flora y fauna silvestre, como el componente arqueológico y el ecoturismo), son más aceptados, aprovechando los propios recursos de las comunidades para producir y difundir los mensajes a través de los diferentes medios de comunicación a los habitantes de las comunidades de la región sureste de la Reserva quienes participan activamente como protagonistas sin distinción de edades y género” (16:72)

En 1997, la licenciada Nidia Zulema Beltetón Carrillo de Gálvez, investigó y versó su tesis en Guatemala y, dentro de las principales conclusiones que emite, se pueden citar las siguientes: “Internet es una nueva tecnología en comunicación que cumple con el proceso de intercambio de información desde su fase inicial de una fuente de información de donde surge el mensaje que desea enviar el emisor, pasando por un medio o canal que son las conexiones con cables hasta llegar al receptor o destinatario que lo decodifica e inicia el proceso de retroalimentación. En este momento el receptor se convierte en emisor y reinicia el proceso, por lo que podemos

concluir en que es un nuevo medio de comunicación bidireccional a distancia”.

“La Conexión a Internet, actualmente, tiene un costo de instalación elevado en Guatemala, tomando en consideración las estadísticas mencionadas en el último capítulo de este documento que muestran las pocas posibilidades de su utilización por parte de un alto porcentaje de la población debido a su situación de extrema pobreza, total carencia de los recursos mínimos (electricidad, red telefónica, educación, etc.) para poder realizarla. Por lo que se considera a Internet como un medio de comunicación de uso restringido para las personas de nivel socioeconómico medio y bajo en nuestro país y con pocas posibilidades de acceso en los años venideros por nuestra economía”. (3:68)

En el municipio de Sololá no se ha realizado un estudio específico sobre la incidencia de los medios de comunicación en el desarrollo educativo de los jóvenes, por lo que esta investigación se considera la primera que se refiere a ese tema.

1.4 Importancia de la Investigación

En la actualidad, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos, económicos y fundamentalmente educativos, tanto en el ámbito nacional como internacional.

Los medios de comunicación masiva son diversos y dependen de las circunstancias y necesidades de transmisión del mensaje. Desde su inicio el hombre ha utilizado diversidad de medios de comunicación, comenzando con los más elementales hasta llegar a los que en la actualidad existen.

El ser humano no puede aislarse en ningún momento, debido a que vive en constante actividad comunicativa. Así, la comunicación le permite a los seres humanos intercambiar ideas, sentimientos, deseos y conocimientos.

La investigación se realizó, con el fin de establecer la repercusión que los diversos medios de comunicación masiva tienen en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá. El Estudio permite identificar de qué manera inciden en el desarrollo de los educandos, no sólo en el rendimiento académico, sino también en su relación social y cultural. Con los resultados de la investigación se desea que los padres de familia, autoridades educativas municipales y estudiantes, conozcan de qué manera y en qué forma, influyen en los estudiantes y cómo pueden aprovecharse para beneficio del proceso enseñanza aprendizaje en el municipio y en otros circunvecinos. Para contribuir al desarrollo educativo, se aporta una guía con los principales lineamientos para una comunicación eficaz y con temas formativos.

1.5 Alcances y límites de la Investigación

1.5.1 Alcances

El estudio se dirige a las autoridades educativas, personal docente y estudiantes de establecimientos oficiales, privados y por cooperativa, en el ciclo básico y diversificado del nivel medio y gerentes propietarios de medios de comunicación del municipio y departamento de Sololá.

1.5.2 Límites

Se incluyó a estudiantes del nivel medio, básico y diversificado, tomando en cuenta las características, de sexo, etnia, edad y escolaridad.

El estudio también se realizó con catedráticos del nivel medio del municipio y con gerentes de los medios de comunicación radial, televisiva y escritos locales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Conceptos de comunicación, educación y cultura

2.1.1 Comunicación

El término “comunicación”, según Russell y Lane en su obra, etimológicamente viene del latín “comunis” que quiere decir comunicación. (18:79)

Según Antonio Pasuali “Comunicación es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/relación de mensajes entre interlocutores en estado total de reciprocidad”. (8:75)

Luis Ramiro Beltrán, citado por López Forero, indica que “comunicación es el proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación” (15:50)

“La comunicación es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita para su desarrollo, establecer relaciones entre hombres, y éstos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualesquiera de sus manifestaciones” (19:12)

Según los conceptos anteriores, es a través de este proceso que los seres humanos establecen relaciones entre sí, en forma de intercambio, dejan la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.

2.1.2 Comunicar

Flores de Gortari y Orozco Gutiérrez citados por Interiano dicen al respecto “El verbo comunicar proviene de la voz latina ‘comunicar’, puesta o poner en común”. (13:11)

Según Luis Guzmán y Guzmán, comunicar es “platicar, dialogar, compartir conocimientos, es tratar con otras personas de palabra, por

escrito, con gestos, dibujos todo con el propósito de causar efecto” (12:22).

Por tanto, comunicar es la forma de hacer participe a otro de lo que uno tiene, así mismo, es la manera de manifestar algo, es conversar de una forma verbal o escrita para transmitir un mensaje.

2.1.3 Informar

Guzmán y Guzmán, Luis la considera como “información a las ideas, conocimientos, sentimientos, acontecimientos, normas, vida humana objetivada o producto de la cultura y en general manifestaciones del mundo sensible o ideal, que carece de significación mientras no son procesados e integrados para darles un sentido, una utilidad o un destino”.(12:24)

Según Interiano “en forma breve podemos decir que la teoría de la información está basada en el tratamiento cuantitativo del lenguaje”(13:23). Sus raíces podemos encontrarlas en los Estados Unidos, hacia 1832 cuando Samuel Morse inventaba el código que lleva su nombre. La teoría de la información surgió de ciertas dificultades con que la ingeniería de telecomunicaciones se estaba encontrando. Actualmente la teoría matemática de la información tiene diferentes aplicaciones: la vida publicitaria, la medicina, la computación en general, la comunicación vía satélite, etc. Y su unidad de medida es lo que se llama BYT o BIT, término que se origina de la frase Binary Digit. Se dice que un mensaje posee un byt de información cuando posee únicamente dos posibilidades, como el envés y revés de una moneda; la posibilidad abierto-cerrado de un interruptor de luz, etc.

2.1.4 Diferencia entre comunicar e informar

En este tema, se tratará de establecer la relación existente entre la comunicación y la información. Comunicar e informar, son dos aspectos que la comunicación utiliza para transmitir un mensaje por medio de signos en un código y transmitirlos por medio de un canal a través del espacio y el tiempo. La diferencia entre ambos conceptos se

establece en que comunicar conlleva una interrelación entre el emisor y el receptor. De aquí la importancia práctica y teórica de los signos y la necesidad de una teoría definida acerca de ellos. Los signos son la noción básica de toda ciencia del lenguaje. En tanto que informar se ocupa de hechos como atributos de la vida y sus relaciones entre y dentro de ellos, instrumentos con los cuales se pueden limitar los datos, palabras y procedimientos. Carlos Interiano en su obra *Semiología y Comunicación* nos indica que “la información es de orden cuantitativa, en tanto que la comunicación es de un proceso cualitativo; la primera es el flujo de mensajes en una sola vía, no espera respuesta; y la comunicación por su parte, necesita de la retroalimentación para completar el proceso.” (13:25)

Según planteamiento de Carlos Interiano, a continuación mencionan algunas diferencias más notables entre comunicación e información,

- La comunicación es un proceso de doble vía.
- La información es un flujo de mensajes en una sola dirección.
- La comunicación es un proceso cualitativo, es decir, está orientada siempre a la consecución del cambio de actitudes, conductas y comportamientos.
- La información es un proceso cuantitativo; le interesa cuál es la cantidad de mensajes que es capaz de soportar un medio o canal.
- La comunicación requiere de un acto de retorno o retroalimentación para completar el proceso.
- La información requiere únicamente del buen funcionamiento de fuentes, medios, canales y receptores; no espera retorno.
- La comunicación utiliza diversidad de medios y canales en forma simultánea y seriada, según sea el caso; naturales y artificiales.
- La información utiliza medios artificiales, físicos y electrónicos.
- La comunicación es un sistema activo y programado biológica y socialmente, por lo cual se torna en un sistema abierto, sujeto a los cambios de cada momento histórico y espacio geográfico.

- La información es un sistema pasivo y programado matemática y estadísticamente, por lo cual se torna en un sistema cerrado. Su unidad mínima es el bit. Es un sistema medible o cuantificable.
- En la comunicación el hombre interactúa sus roles de emisores a receptores y viceversa. El emisor es fuente-programador-transmisor y el receptor desempeña idéntico papel, después de un acto de descodificación, que incluye los actos de recepción, análisis, síntesis y respuesta.
- En la información, el emisor-hombre únicamente programa y el receptor-hombre solamente es usuario de los mensajes.
- En la comunicación los mensajes se estructuran en la función de una comprensión mutua e intencional.
- En la información, los mensajes se estructuran en función del espacio y tiempo del canal.
- En la comunicación puede utilizarse la meta-comunicación, es decir, un lenguaje paralelo que explique los signos no interpretados correctamente por el receptor, en función del cambio de actitudes, conductas y comportamientos.
- La información trabaja con señales frías y unívocas, para lo cual se hace necesario el conocimiento exacto del código utilizado. (13:26 y 27)

2.1.5 La comunicación y el lenguaje articulado

Poco a poco el hombre fue dominando las partes móviles de su boca hasta lograr una pronunciación clara de los distintos sonidos, es decir, un lenguaje articulado. Morgan sitúa su origen “en el estadio inferior del salvajismo”, según lo refiere López Forero (14:39). La razón de la aparición del lenguaje, de acuerdo con Russell, “es que surge cuando el hombre se une a otros para alcanzar un propósito común” (18.14)

De las actividades comunes en que participan los grupos, nace y se desarrolla el medio de comunicación que conocemos como lenguaje.

Así pues, la noción básica aquí es el convenio. Los hombres al comunicarse entre sí, llegan eventualmente a ponerse de acuerdo, aun cuando no hagan sino convenir en que no están de acuerdo.

Se entiende que a un principio el lenguaje fue práctico, rudimentario, concreto y por casualidad, creado para nombrar las cosas que rodeaban al cazador o al recolector de frutas, asignándole un sonido para mencionar un objeto o un suceso.

Margarita Castañeda Yáñez, en relación a la comunicación y el lenguaje articulado considera que “A través del lenguaje se han podido perpetuar la tradición, los hábitos, la moral, las habilidades y, en esencia, la historia, que inicialmente fue comunicada oralmente de generación en generación”. (5:13).

Por lo tanto, el lenguaje es el gran instrumento de comunicación de que dispone la humanidad y del que todos tienen un conocimiento práctico. Todo el mundo sabe que el que consigue hacerse entender mejor, el que se expresa con mayor claridad y precisión, es dueño de recursos poderosos para abrirse camino en el trato con sus semejantes.

2.1.6 Comunicación Intrapersonal

Dentro de las concepciones respecto a esta clase de comunicación, Carlos Interiano en su obra *Semiología y Comunicación* dice “Llamamos comunicación intrapersonal al tipo de relaciones que se llevan a cabo dentro de nuestro cuerpo” (13:35)

El cuerpo humano por medio del sistema nervioso central es el que regula las emisiones y recepciones de los mensajes en todos los órganos para que funcionen ordenadamente. Es el cerebro el que regula toda la información y los nervios los canales para que se desarrolle la comunicación intrapersonal.

2.1.7 Comunicación interpersonal

Según Margarita Castañeda Yáñez, “La comunicación interpersonal es la más humana. No es por fuerza la más rica intelectualmente, puesto que el conocimiento se basa a menudo en el análisis, la disociación y la objetivación... Ninguno de los otros tipos de comunicación establecidos después sabrá reemplazarla sin correr el riesgo de deshumanizar al hombre.” (5:26).

Esta forma es el único medio de comunicación que abre los caminos de las relaciones humanas, la convivencia entre los individuos, del progreso y el desarrollo social, la procreación de la familia y la perpetuidad de la especie humana. Su mensaje se limita al instante y el medio inmediato

2.1.8 Comunicación Social

Hasta hace no muchos años, la comunicación social, en general o en cualquiera de sus niveles, no era preocupación de quienes tenían en sus manos el desarrollo de las ciencias sociales.

Carlos Interiano considera que “La comunicación en sí misma, constituye una forma de regulación social por cuanto que es el instrumento que permite e impulsa el desarrollo en cualesquiera de los ámbitos sociales”.(13:55)

La comunicación social desempeña un papel vital en la sociedad contemporánea. Es un conducto para la transmisión de información y suele contribuir en pequeña escala, y a veces sin intención, a modelar a una sociedad y su bienestar. Influye sobre muchos aspectos de las normas sociales, políticas y económicas.

Quienes trabajan en los medios de comunicación, ocupan posiciones de responsabilidad social, mucho mayor que quienes trabajan en otros campos.

“La comunicación es concebida como un concepto fundamentalmente interactiva, interrelacional, su foco esencial no está dirigido a las

propiedades de mensajes individuales o aislados, sino a los rasgos que caracterizan la interacción de pares de grupos de actores”. (13:56).

La definición, planteamiento y ejecución de la comunicación social, tiene como base y punto de partida la interrelación de los seres humanos. A través de ella se permite e impulsa el desarrollo de cualquier grupo social.

2.1.9 Medios de comunicación masiva

La comunicación de masas es un producto típico de la sociedad industrial que surge en la primera mitad del siglo XIX en los países capitalistas más desarrollados, pero que ya en el siglo XX es prácticamente un fenómeno universal. Luis López Forero la define que “Es un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintivas principalmente acerca de cuál es la naturaleza del auditorio, de la experiencia de comunicación y del comunicador” (15:80)

Dentro de las definiciones Luis Guzmán y Guzmán define la comunicación masiva como “todos aquellos medios de comunicación que se aplican en gran cantidad o que van dirigidos a las masas humanas, para dar a conocer un producto, dar una distracción o trasladar una información”. (12:24).

Por lo tanto, la comunicación de masas surge debido al desarrollo de técnicas que hacen posible la amplificación del mensaje, por difusión y edición, por ejemplo. Esta comunicación se reproduce y difunde para un gigantesco público anónimo, transformando a la sociedad en una sociedad de consumo.

2.1.10 Educación

Dentro de las concepciones respecto a educación, el pedagogo Carlos Aldana Mendoza llega a una conclusión fundamental “La educación es un proceso de construcción colectiva de conocimientos, pero con un sentido claro: transformar la vida social... la educación es el proceso continuo que vivimos interhumanamente y que consiste en aprender a transformar la vida. Esto nos indica, que transformar la vida social, es buscar la dignidad, la justicia y el desarrollo para todos, desde las mismas raíces históricas que identifican a los grupos humanos. (1:147). La educación del individuo dentro de un mundo que cambia más rápidamente de lo que él piensa, la búsqueda de igualdad de oportunidades, exige que la educación del hombre no se limite al ámbito de lo que tradicionalmente se ha llamado escuela, colegio o universidad.

2.1.11 Cultura

En el Diccionario Pedagógico, se encuentra la siguiente definición “conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. El término ‘cultura’ engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias”. (8:230).

A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden. La cultura comprende no sólo los productos espirituales elevados, sino que también incluye los objetos y creaciones materiales humanos más modestos de carácter utilitario y una serie de instituciones que nacen de la convivencia de los hombres entre sí.

2.2 La comunicación y sus antecedentes históricos

Los animales emiten ciertos sonidos y realizan determinados actos que les permiten establecer una especie de comunicación intuitiva con sus semejantes, el león ruge para alertar a su manada, el perro ladra para indicar algo extraño que ve. Cualquier animal puede comunicar a su prole las sensaciones de hambre o peligro, pero no puede conservarlas a través del tiempo, sólo las civilizaciones humanas tienen conciencia del pasado. Las sociedades no existirían si el hombre no fuese capaz de transmitir sus pensamientos a través del tiempo y del espacio. Las experiencias del pasado, los aciertos y los errores de los gobernantes antiguos, las enseñanzas de los filósofos y el ejemplo de los santos, que forman el patrimonio espiritual de nuestra cultura, se conservan gracias a los diferentes sistemas y métodos de comunicación. Estos métodos se han ido formando a través de las edades, en un proceso paulatino, interrumpido con frecuencia por toda serie de obstáculos. "El fenómeno de la comunicación tiene su origen en la prehistoria". (11:12).

En la historia de la comunicación González Castro, V. divide la historia de los medios de comunicación en cinco grandes etapas: (11:76).

- La era de los signos y las señales

Comienza con el desarrollo de los prehomínidos que desarrollan un tipo de comunicación primitiva para comunicarse entre sí. La comunicación se establece mediante respuestas instintivas y con un comportamiento aprendido mínimo. Con el mayor desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, es cuando aumenta el comportamiento comunicativo aprendido y disminuye la respuesta instintiva.

- La era del habla y el lenguaje

Se sitúa con la aparición del hombre de Cromagnon, alrededor de los 90.000 y 40.000 años a. C. es cuando se produce la aparición del habla. Hace unos

35.000 años a. C. el lenguaje es ya de uso común. Es el instrumento a través del cual se realiza el desarrollo, social y cultural de los seres humanos.

- La era de la escritura

Esta transición se produce en torno a los 5.000 a. C. coincidiendo con el desarrollo de la agricultura. La escritura nace para atender las necesidades de la nueva sociedad en torno a la agricultura. Surgirá de forma independiente en varias partes del mundo. Las primeras civilizaciones urbanas en las que se había desarrollado la escritura, plasmaban por escrito la transmisión de noticias y avisos, la primera publicación periodística conocida fue Acta diurna, una hoja de noticias que, por orden de Julio César, se colocaba diariamente en el Foro de la antigua ciudad de Roma a partir del siglo I a.C. El primer periódico impreso a partir de bloques de madera tallados apareció en Pekín en el siglo VII o VIII d.C. En Europa, la invención, en el siglo XV, de la imprenta, basada en los tipos metálicos móviles, permitió una distribución de las noticias más rápida y fácil.

- La era de la imprenta

En el Centro de Europa, a mediados del siglo XV, un alemán pidió prestado cierto dinero y empezó a imprimir libros. En su imprenta, Johannes Gutenberg combinó cuatro inventos importantes: los caracteres móviles, el papel, la tinta y la prensa. Por separado, ninguno constituía una idea nueva. Los caracteres móviles venían de China, al igual que el papel que acababa de empezar a sustituir al pergamino en occidente.

La tinta era una pintura aceitosa que los artistas habían comenzado a utilizar más de 50 años antes, y los agricultores llevaban siglos utilizando la prensa para extraer el aceite de las olivas. Pero la combinación de estas cuatro tecnologías tuvo grandes repercusiones. Antes de la aparición de la imprenta, la mayoría de los libros eran copiados a mano en los monasterios.

A menudo se escribían en latín, por lo que sólo las personas instruidas podían leerlos y eran tan valiosos que algunas bibliotecas los encadenaban. La imprenta cambió todo esto: un impresor imprimía más páginas en una hora lo que un monje copiaba en una semana.

- La era de los medios de comunicación de masas

Etapa que comienza a finales del siglo XVIII y su máximo desarrollo empieza a partir de finales del siglo XIX. Coincide con acontecimientos importantes como la primera fase y siguientes de la Revolución Industrial. Los países más avanzados industrialmente son los que tendrán mayor desarrollo de comunicación de masas (Inglaterra, Francia, Estados Unidos y Alemania). Se desarrollaron mucho los transportes, el telégrafo, el teléfono, carreteras que ayudan mucho a la difusión de la información. Son medios dirigidos al gran público. También es la época del cine, la radio, la televisión, a través de los cuales se desarrolla el objetivo de llegar al máximo número de gente.

Se podría distinguir una nueva etapa que sería de los años 80' hasta la actualidad (Sociedad de la Información). Debido a la irrupción en el ámbito de la comunicación de las nuevas tecnologías.

Con base en la era de los medios de comunicación de masas, Guatemala, una sociedad en vías de desarrollo tanto económico, social como educativo, ha considerado la alternativa del uso de estos medios como mecanismos para difundir información de toda índole de acuerdo a intereses y necesidades que imperan en la sociedad.

2.2.1 Teorías de la Comunicación

El interés de la teoría se plantea en torno a la significación del mensaje, su aspecto cualitativo. Importa el lenguaje en cuanto hace inteligible y comunicable un fenómeno, es decir, en cuanto sistema de

unidades significantes con sus reglas de combinación para producir significados diferentes.

Según Luis López Forero, “se distinguen claramente los diferentes tipos de comunicación: La comunicación mecánica, la comunicación matemática y la comunicación humana”.(15:57).

En la comunicación mecánica por ejemplo, basta que se encienda una luz roja en un aparato eléctrico para que se entienda una señal de peligro. Toda señal, en cuanto es interpretada por el hombre, se convierte en símbolo.

La comunicación matemática es una forma de dar información del tipo denominado digital, pero no lo es tanto como para la análoga. En la primera no existe relación entre los signos arbitrarios utilizados para transmitir la información y las ideas u objetos que representa, en el código Morse, por ejemplo, procesa sus mensajes en base a la combinación de puntos y rayas, los computadores electrónicos utilizando tarjetas perforadas.

En la análoga, por el contrario, guarda una semejanza entre lo que se transmite y los signos utilizados para ello, así por ejemplo, un determinado gesto en una persona, está indicando la presencia de un estado de ánimo X.

Luis López Forero, nos amplía que “En la comunicación mecánica la máquina reacciona frente a las señales; en la comunicación humana el hombre interpreta símbolos. En consecuencia, el mundo de la comunicación para el hombre es el mundo de la interpretación”.(15:58).

De los tipos de comunicación mencionados, el más importante es el de la comunicación humana, pues tiene características específicas. En la comunicación humana el hombre interpreta símbolos, interpreta los significantes en función de algo extralingüístico, es decir, del contexto social. Es este contexto el que determina la significación.

2.2.2 Ciencias que estudian la Comunicación

El estudio de la comunicación ha sido una preocupación que ha trascendido los siglos y las distintas épocas por las que ha pasado la historia de la humanidad. No ha importado la profesión, ni la especialidad de quienes han formulado en el campo de la comunicación, sus inquietudes, teorías, y modelos. Ya uno de los filósofos más antiguos y relevantes de la edad antigua, Aristóteles y cuyas teorías aun poseen alguna validez científica, se había ocupado del estudio de la comunicación.

En nuestra época, son innumerables las disciplinas que tratan de estudiar el proceso de la comunicación, desde perspectivas similares, hasta otras totalmente opuestas a otras. Y no es raro, hoy día, que muchas de esas disciplinas traten de erigirse en ciencias de la comunicación, sabedoras, quienes las impulsan, de que la comunicación es un proceso y a la vez un fenómeno.

Es un proceso, porque debe interpretarse como el conjunto ordenado de pasos que van de un emisor, hasta un receptor; y que, de alterarse uno de esos pasos o instancias, alteraría ineluctablemente, el proceso en sí. Y a la vez, debe interpretarse como fenómeno, porque es el natural resultado de las relaciones de producción y de interacción social que el hombre ha tenido que emprender desde los tiempos prehistóricos.

De tal manera, que resulta lógico y comprensible, que se haya estudiado desde diversos ángulos científicos, y que no sea una, sino varias las disciplinas que actualmente tratan de levantar en alto la bandera auténtica en el análisis de la comunicación.

Dentro del estudio de las ciencias en el proceso de la comunicación, Carlos Interiano cita y define las siguientes.

- La Lingüística: estudia la comunicación humana desde el punto de vista del lenguaje verbal articulado, o sea, como función de lengua y habla.

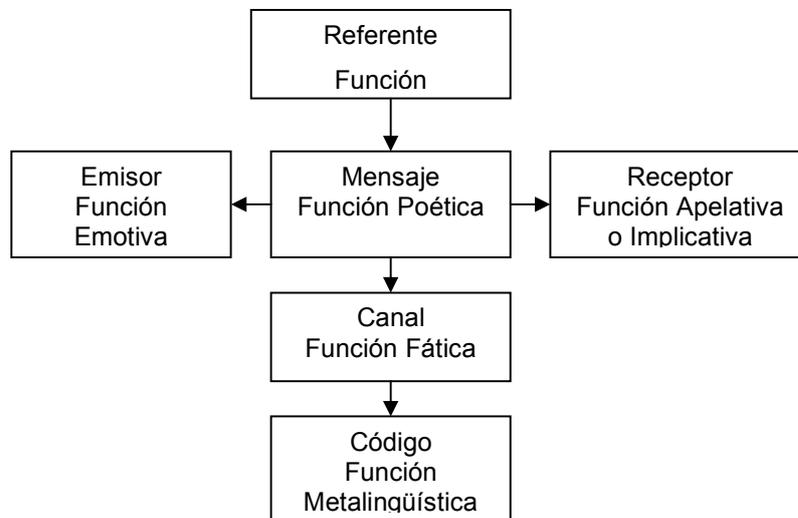
- La Informática: el término informática deviene del concepto de teoría matemática de la información, que tiene su inicio más vigoroso con las teorías de la información estadística propuesta por Norbert Wiener y Charles Morris, en 1948, basada en los estudios de Claude Shannon, hacia 1946.
- La Cibernética: es una ciencia relativamente nueva. Nació con las teorías de Norbert Wiener (1948), en torno a que todos los seres vivos son considerados sistemas autorregulables. Es el lenguaje de las máquinas o también como el sistema de comunicación entre máquina-máquina o máquina- hombre, a nivel de programas.
- La Biónica: la función primordial de la biónica es estudiar los modelos artificiales, a partir de los modelos naturales. En otras palabras, es la aplicación del conocimiento de cómo funcionan los seres vivos a la resolución de problemas técnicos.
- La Semántica: en un principio se entendió por semántica, el estudio del significado de las palabras, pero en la actualidad se ha ampliado este concepto, ya que existen otros signos que no son palabras. Un cambio de sentido es un cambio semántico, puede aplicarse a todos los signos; y se habla de la función semántica de éstos, cuando quiere atribuírsele algún sentido en especial o cuando de hecho, ya poseen distintos significados.
- La Semiología: en términos generales, podemos decir que semiología es el estudio de la vida de los signos en el seno de la vida social..(13:89).

2.2.3 Funciones de la Comunicación

La orientación del lenguaje hacia uno u otro elemento de la comunicación, Luis Guzmán y Guzmán determina que ésta cumple diferentes funciones, tales como:

- Función Emotiva: esta función de la comunicación lleva consigo los sentimientos o emociones que el emisor pretende darle a su mensaje.

- Función Referencial: consiste en dar a conocer, de palabra o por escrito, el conocimiento objetivo concerniente a un hecho verdadero o ficticio.
- Función Metalingüística: se refiere al lenguaje utilizado para describir un sistema que se utiliza para hablar o transmitir una idea, normalmente son imágenes que refuerzan el significado del texto.
- Función Apelativa o Implicativa: busca que el receptor reaccione de determinada forma, de acuerdo a los intereses del emisor. Es decir que son las expresiones lingüísticas que el hombre utiliza con la finalidad de influir en el receptor.
- Función Poética: a través de esta función, el hombre pretende que su mensaje sea interesante, que invite a leerlo y que sea atractivo.
- Función Fática: busca llamar la atención del receptor por medio del canal que se utilice. (12:193-196)



Fuente: material de apoyo Facultad de Ciencias Económicas
USAC.

2.2.4 Elementos de la Comunicación

En el esquema del proceso de la comunicación se presentan los siguientes elementos

- 2.2.4.1 Emisor, puede ser un individuo, un grupo o un organismo difuso lejano. No es necesario que el emisor se parezca físicamente al receptor en ningún aspecto.
- 2.2.4.2 Receptor, es el que puede devolver al emisor la información recibida. Dentro de la comunicación inter-individual, por ejemplo, la conversación, emisor y receptor cambian alternativamente sus papeles. Hay una ida y vuelta de la información.
- 2.2.4.3 Mensaje, camina por un canal físico, antes de llegar al receptor, el cual lo decodifica.
- 2.2.4.4 Medio, es el canal que se aplica a todo soporte material que lleva un mensaje desde un emisor a un receptor a través del tiempo y el espacio.
- 2.2.4.5 Codificación, es el sistema de signos a través de los cuales se traduce el mensaje por parte del emisor y que deberá ser común al destinatario.
- 2.2.4.6 Decodificación, es la forma en la que el receptor interpreta los signos, códigos y mensajes enviados por el emisor.
- 2.2.4.7 Respuesta, es la reacción que el receptor experimenta después de recibir el mensaje.
- 2.2.4.8 Retroalimentación, es el resultado del proceso físico o biológico que origina el emisor.
- 2.2.4.9 Ruido, el mensaje puede verse deteriorado o destruido en el transcurso de marcha del canal físico. Son perturbaciones que el mensaje sonoro o visual, así como semántico, sufre en el transcurso de la transmisión.

ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN	
EMISOR	El participante que envía el mensaje al receptor.
RECEPTOR	El participante que recibe el mensaje enviado por el emisor
MENSAJE	El conjunto de símbolos que transmite el emisor
MEDIO	Los canales de comunicación por medio de los cuales el mensaje va del emisor al receptor
CODIFICACIÓN	El proceso de expresar el pensamiento en forma simbólica
DECODIFICACIÓN	El proceso por medio del cual el receptor asigna significado a los símbolos codificados por el emisor
RESPUESTA	Las reacciones del receptor después de verse expuesto al mensaje
RETROALIMENTACION	La parte de la respuesta del receptor que se retransmite al emisor
RUIDO	La distorsión no prevista durante el proceso de comunicación, que provoca que el receptor reciba un mensaje diferente del que envió el emisor

Fuente: Material de Apoyo para el curso de Mercadotecnia, de la Facultad de Ciencias Económicas de la USAC.

2.2.5 Los Efectos de la Comunicación

En la actualidad se puede considerar como el siglo de los sistemas de la comunicación, debido al desarrollo científico y tecnológico. Hoy en día un mensaje llega en segundos a millones de individuos por medio de la radio, la televisión y el internet.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para

configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia

Los efectos de los distintos medios de comunicación masiva sobre la sociedad, han sido muy estudiados. Hay quienes sostienen que estos medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia. En cualquier caso ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la sociedad.

“Los medios de comunicación masiva contribuyen a que los individuos mantengan y desarrollen una actitud crítica respecto de los problemas que viven en la realidad cotidiana”(14:105) La comunicación tiene gran importancia para satisfacer las necesidades intelectuales y creativas del hombre.

2.2.6 Los Medios de Comunicación Masiva

2.2.6.1 El sistema de comunicación de masas

Los medios de comunicación existentes en la sociedad actual, con los caracteres que los definen como medios masivos, no funcionan cada uno por su lado, ni siquiera paralelamente, sino que conforman un sistema único de comunicaciones en forma armónica y sincrónica puesto que están dirigidos al mismo auditorio, cumpliendo en el fondo funciones que no son opuestas sino paralelas y complementarias.

En la actualidad los distintos medios de comunicación masiva han llegado a formar un sistema tal que existe una estrecha circulación en ellos entre sí a tal punto que la acción de uno de ellos repercute sobre los demás. Ya no se pelean porque uno le quitó la primicia de la noticia al otro, sino que cuando cualquiera de los medios publica una noticia que es como una

bomba, o una “chiva”, se origina una actividad en cadena en los demás medios de tal manera que todos ellos terminan afectados. Desde luego que siguen existiendo relaciones de competencia porque estamos en una sociedad básicamente competitiva e individualista, pero ya en este caso se trata de ver cuál de los medios suministra la información más completa e interesante al espectador.

Es un hecho que en la época moderna todas las formas de comunicación están relacionadas unas con otras y se influyen mutuamente: las llamadas formas audiovisuales (cine, televisión, sonoviso, etc.) con las escritas en sus diferentes manifestaciones: prensa, libros, revistas, afiches, etc.; las periodísticas con las literarias, las interpersonales con las masivas. Existe, además, una gran semejanza por cuanto las formas y estilos ofrecen una coincidencia de fondo: una entrevista con un personaje importante puede hacerse a través de la radio, de la televisión o del cine y se puede escribir posteriormente para la prensa escrita. (9:84).

2.2.7 Funciones de la comunicación de masas

Las funciones que desempeña un sistema de comunicaciones tan completo y tan complejo como el actual no se pueden estudiar independientemente del sistema social concreta o en el que se encuentra ubicado. Si bien es cierto que las funciones en sí mismas consideradas coinciden tanto en un país socialista como en uno capitalista, la relación de clases en cada uno de ellos es diferente y, por lo tanto, el aporte de la comunicación en el proceso social tendrá una orientación distinta en cada caso.

Las funciones generales de la comunicación de masas fueron descritas y sistematizadas por primera vez por Harold Laswell, un

norteamericano especialista en ciencias políticas, algunas de ellas se presentan a continuación.

2.2.7.1 Supervisión del ambiente

Se refiere a la recolección y distribución de la información referente a los sucesos del ambiente de la sociedad particular y de los más sobresalientes a nivel universal. Esta función permite a los integrantes de un grupo social orientar su propia acción de acuerdo con la manera como se vayan presentando los acontecimientos.

2.2.7.2 La correlación social

Esta función aparece muy claramente en el caso de la prensa, en la sección que se conoce con el nombre de “páginas editoriales”, y en el caso de la radio y la televisión en los “comentarios” o “programas de opinión” Los medios cumplen así la función de interpretar y prescribir la conducta o la manera como los individuos deben reaccionar ante la información recibida.

2.2.7.3 Transmisión de la cultura

Desde siempre la principal función de la comunicación ha sido la conservación del saber acumulado por la humanidad a lo largo de toda su historia. En un comienzo esta función se cumplía a través de la llamada “tradición oral”, basada en la simple memoria que transmitía el patrimonio cultural de generación en generación. Actualmente, y gracias al desarrollo tecnológico, la sociedad dispone hasta de sofisticadas máquinas para esta labor: libros, periódicos, revistas, discos, cintas magnéticas, videocasetes, tarjetas de computadoras, etc.

2.2.7.4 Socialización

A través de esta función, los medios de comunicación cumplen el papel de aparatos ideológicos del Estado y del orden establecido para reproducir y reforzar la ideología. Imponen valores, ideas y conceptos de una determinada clase social.

2.2.7.5 El Entretenimiento

Esta función es aquella que simplemente tiene por objeto divertir a los integrantes de un grupo social. Por consiguiente, su función podría considerarse como inofensiva, neutral e imparcial, en cuanto que sólo buscaría “hacer pasar un rato agradable”. Por ejemplo, radio novelas, deportes, programas humorísticos, musicales, cantos, historietas, episodios de ciencia ficción, etc. Este género de mensajes siempre encierra una carga ideológica que el receptor devora sin advertir.
(14:90,94)

2.2.8 Medios de información y de comunicación

Los efectos de la tecnología tienen una influencia directa en la comunicación. No han pasado en vano los esfuerzos intelectuales ni las transformaciones mecánicas aportadas por el quehacer científico y tecnológico de cada época a lo largo de toda la historia.

2.3 **Los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo**

El hombre de hoy se ve expuesto a una comunicación masiva, instantánea, que se ha vuelto verdaderamente popular. Todos tenemos acceso a un sinnúmero de informaciones, la radio, periódicos y revistas multicolores, películas sonoras, monitores de televisión, computadoras, etc., proporcionan vívidas experiencias de fenómenos tan lejanos y diversos, entre ellos se pueden citar

2.3.1 La prensa

“Los periódicos son esencialmente “los que se reproducen a intervalos regulares” . . .”(22:720).

“Son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. Los periódicos también contienen comentarios sobre éstas, defienden diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos se basan en la inserción de publicidad.” (26: Biblioteca de Consulta Microsoft 2005)

Los periódicos son una fuerza fundamental para la comunicación, se encuentran entre los medios masivos de comunicación que permiten transmitir información, entretenimiento y publicidad.

2.3.2 El cine

El lenguaje cinematográfico es una lengua viva y como tal se amplía y modifica constantemente. “Consiste en difundir imágenes en movimiento, de aumentar el tamaño de los objetos acercándolos al espectador o hacer perfectamente visibles los menores detalles”, (5:22,23).

Más la eficacia para pintar la realidad con mayor exactitud, fueron razones inefables para que el cinematógrafo ocupara un lugar predominante en la vanguardia tecnológica mundial.

La invención de la cinematografía surgió en el siglo XIX, y al igual que todos los inventos anteriores, como producto de diversos esfuerzos individuales. El cinematógrafo actual conserva muchas de las características del kinostescopio de Edison, que consistía en presentar al espectador una serie de fotografías animadas a fin de que produjera la ilusión de movimiento; pero su desarrollo es determinante cuando

aparece el cinematógrafo, aparato óptico mecánico de Louis y Augusto Lumiere.

Las primeras películas sonoras aparecieron en 1927, pero su manifestación plena fue hasta 1930 con el film Halleluyah, del director norteamericano King Vidor.

El cine, como muchos otros medios de comunicación masiva, no pudo evitar la voracidad del comercio por transformarlo en objeto de la industria, abusando de sus atributos para vender concepciones maneras de vivir.

El cine es excepcional como espectáculo, como documental científico y de investigación, tiene grandes alcances. “Debido a sus vastos recursos prácticamente inagotables en el orden técnico, ya no es sólo un testigo, sino que además se ha transformado en un poderoso medio didáctico”. (4:23)

2.3.3 La Radio

Según J. Thomas Russell y Ronald Lane la radio “Es un sistema de comunicación mediante ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio”.(18:229)

“Es un medio por sí mismo, que requiere de la mayor imaginación, comprensión y empatía, sus ventajas principales son la selectividad geográfica y demográfica”. (12:148)

La radio tiene como objetivo la transmisión de noticias sobresalientes a un número mayor de individuos. Posteriormente se han incorporado temas de interés social, cultural, deportivo, comentarios y música. En los últimos años, se han aumentado los anuncios comerciales y radionovelas en el área rural. La radio es un instrumento de gran ayuda en los trabajos de capacitación.

La fuerza básica de la radio, es su capacidad para dirigirse a distintos segmentos del público. La cantidad de estaciones permite el medio para programar formatos diversos y eclécticos que llegan a

segmentos muy estrechos del público radioescucha. Puede ser de un medio masivo a un medio selectivo.

En 1899, Guglielmo Marconi de 21 años de edad, logró una comunicación inalámbrica, de costa a costa del canal de la Mancha (50 km) en código Morse. Surge la telegrafía sin hilos o radiotelegrafía. La radiotelegrafía no permitía transmitir la voz humana porque las ondas eléctricas que emitía voces o música.

En 1906, Lee de Forest, inventó las válvulas termoiónica que pueden amplificar (modular las ondas) las señales eléctricas correspondientes a los sonidos, con lo cual se hizo posible la radiodifusión.

El 27 de agosto de 1920, se realizó la primera transmisión radial en la Argentina, desde el teatro Coliseo de Buenos Aires, transmitiendo la obra Parsifal.

Las emisoras de radio pueden transmitir por **AM** (amplitud modulada) o por **FM** (frecuencia Modulada).solo podían lograrse por impulsos y no con la secuencia continua que es necesaria para emitir

En la actualidad, es un valioso medio de información y educación por la rapidez de su difusión, por la economía del servicio y por el alcance de su emisión.

Hubo una época en que la radio fue el principal medio masivo para el público y los anunciantes. Desde 1926, cuando se formó la primera cadena, La Nacional Broadcasting Company, hasta mediados de la década de 1950, la radio fue el medio nacional que gozaba de mayor prestigio. En los años dorados de este medio, la familia se reunía en torno al aparato de radio que estaba en la sala y escuchaba a Jack Benny, Fred Allen Bob Hope para su entretenimiento, en tanto que personalidades del mundo de las noticias, como Edgard R. Murrow le

proporcionaban información. Los anunciantes más importantes de la época eran los que llevaban toda esta programación al público.

No obstante, a partir de finales de la década de 1940, empezó a surgir en el horizonte una serie de factores, muchos de ellos más allá del control de la industria de la radio, que habrían de cambiar este medio radicalmente. El reto fundamental que afrontó la radio fue la televisión. En 1951, el advenimiento de las transmisiones de televisión de costa a costa y la introducción de éxitos inmediatos, marcaron el ocaso de la radio como medio nacional. A pesar de los problemas que enfrenta la radio, sus críticos han subestimado la demanda del público, así como la habilidad administrativa y la creatividad de los ejecutivos de la radio. No es posible descartar los tiempos difíciles que ha vivido la radio en los pasados treinta años, pero el medio definitivamente nos está olvidado.

La radio se usa como medio de publicidad primario o secundario, dependiendo de las necesidades de los anunciantes específicos. La radio es además un medio excelente para llegar a públicos como los adolescentes que no usan mucho otros medios. Además, la rentabilidad de la radio la convierte en el medio perfecto para dirigirse a los públicos que están fuera de casa, tanto en automóviles como en centros de trabajo.

“Sus mensajes tienden a ser bastante repetitivos en su contenido, ya que, tiene la debilidad de ser un medio fugaz. La Radio se aprovecha en la penetración y cobertura para ampliar la difusión masificada de los mensajes”. (18:229 y 230).

Con base en lo anterior, se puede describir a la radio como un medio masivo de comunicación importante y efectivo dentro de una comunidad, encargada de difundir información social, cultural y principalmente educativa a los distintos grupos sociales.

2.3.4 La televisión

“La televisión es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes y sonidos a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable.” (27:De Wikipedia, la enciclopedia libre)

“La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión se refiere, asimismo, a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV.” (27: De Wikipedia, la enciclopedia libre)

En 1926, John Baird, presentó las primeras imágenes televisivas al Royal Institute de Londres. El desarrollo de la televisión comenzó en 1930, tuvo un paréntesis durante la Guerra Mundial porque los científicos se dedicaron al radar y a las comunicaciones militares.

En la década del '70, las emisiones en color comenzaron a imponerse sobre el blanco y negro.

A finales de la II Guerra Mundial la televisión se adueñó de los hogares estadounidenses. El número de emisoras de televisión pasó de 6 en 1946 a 1.362 en 1988. En Gran Bretaña, a finales de la década de 1980, el pasatiempo más popular era ver la televisión, y el 94% de los hogares disponía de una televisión en color. En España, el 98% de los hogares tiene hoy un televisor.

La televisión se ha extendido por todo el mundo; los satélites de comunicaciones permiten transmitir programas de un continente a otro y enviar acontecimientos en vivo a casi cualquier parte del mundo. Los circuitos cerrados de televisión se utilizan, entre otras aplicaciones, en los bancos para identificar cheques, en las compañías aéreas para mostrar información de vuelo y en medicina para estudiar las técnicas a utilizar en el quirófano. La grabación de

vídeo también ha revolucionado la capacidad de almacenamiento, recuperación y transmisión de la información.

Cabe mencionar que la televisión es un medio de difusión y de penetración cultural muy importante. Su influencia en la sociedad actual es evidente y permite a través de ella informar, entretener y sobre todo educar

2.3.5 Internet

“Técnicamente, Internet se define como: La red formada por millones de computadoras interconectadas en varios países alrededor del mundo que utilizan el protocolo de comunicación TCP/PI (Protocolo de Control de Transmisión/Protocolo de internet). Es la red de computadoras más grande del mundo. Por esta razón, recibe diferentes nombres tales como WordNet, The Net, The Web y el siempre popular nombre de supercarreta de la información” (18:23).

“Interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público, que conecta redes informáticas de organismos oficiales, educativos y empresariales. También existen sistemas de redes más pequeños llamados intranets, generalmente para el uso de una única organización, que obedecen a la misma filosofía de interconexión. (26:Biblioteca de Consulta Microsoft 2005)

El Internet es una herramienta muy importante hoy en día, ya que permite tanto a maestros, alumnos, padres de familia como sociedad en general, poder interactuar y recabar información a través de la red, es decir, obtienen información de cualquier parte del mundo.

2.4 Los medios y la educación

“Los efectos de la tecnología tienen una influencia directa en la comunicación. No han pasado en vano los esfuerzos intelectuales ni las transformaciones mecánicas aportadas por el quehacer científico y tecnológico de cada época a lo largo de toda la historia”.(16:78)

Muchos de los aparatos de comunicación al servicio de la distribución comercial han empezado a crear una revolución, pugnando por su desarrollo autónomo para responder a necesidades específicamente educativas. Videocasetes, películas didácticas, televisión educativa, etc., son en la época actual cada vez más comunes en la vida del estudiante.

El creciente interés de los estudiantes por los medios se debe, entre otras razones, a que el llevar al aula experiencias simuladas tan cercanas a la realidad, no sólo vivifican la enseñanza influyendo favorablemente en la motivación, la retención y la comprensión, sino que también, dada su capacidad para vencer las barreras de la comunicación de sucesos que se dan en tiempos y lugares inaccesibles, ahora pueden introducirse elementos nunca antes disponibles en la enseñanza.

Margarita Castañeda Yáñez, nos plantea que “en consecuencia, se ha disminuido la preeminencia del lenguaje verbal; el maestro de hoy puede emplear numerosos lenguajes para transmitir su mensaje al alumno en dimensiones mayores que la palabra oral o impresa”. (5:102-103).

Esto ha dado lugar a que la transferencia del aprendizaje a la vida real implique mayor sentido y provea al alumno de una considerable variedad de experiencias. El maestro utiliza los medios para apoyar una exposición o con el fin de aumentar la motivación al dirigir discusiones de un trabajo. Los medios complementan los esfuerzos del maestro para abarcar a un mayor número de alumnos dentro y fuera del sistema escolar.

2.4.1 La educación informativa

Es el modelo de educación tradicional que se propone simplemente transmitir conocimientos. El mismo que Pablo Freire calificó como

educación bancaria donde el profesor es el que sabe y el alumno el que no sabe. La misión del docente consiste entonces en depositar conocimiento, inculcar nociones en la mente del educando, para que éste las memorice y luego las repita o devuelva.

El autor Carlos Interiano, nos define este modelo que “es la educación vertical, autoritaria o también paternalista que tiende a confundir la educación con la mera instrucción que informa pero no forma, pues solo se logra la domesticación del hombre”. (13:53 y 54). Según el autor, la aplicación de este modelo presenta las siguientes características:

- * Los elementos centrales son el profesor y el texto, ellos son los verdaderos sujetos del proceso educativo, el alumno es simple objeto.

- * Los programas de estudio son elaborados por personas ajenas al alumno (Ministerio). El profesor los acomoda según su criterio y los desarrolla sin tener en cuenta para nada la opinión o la situación de que son muchos alumnos.

- * No se le da importancia al diálogo ni a la participación del alumno. El profesor es el que habla, pone las reglas, sabe, enseñan, etc. El alumno debe escuchar y obedecer.

- * Se privilegia por parte del alumno la memorización de datos, la buena retención de contenidos y se exige la reproducción fiel (preferentemente al pie de la letra). Se censura la elaboración personal del alumno como si fuera un error. La única verdad es la del profesor y no se puede discutir porque él siempre tiene la razón.

Según el autor, con la aplicación de este modelo de educación se obtienen los siguientes resultados:

- * El alumno no desarrolla su capacidad de análisis crítico, de razonamiento y reflexión y se llega a habituar a la pasividad y a la pereza mental, limitándose sólo a cumplir con lo mandado por el profesor. (Ley del menor esfuerzo).

** Se establece una distancia o una cierta diferencia de status entre el profesor y el alumno. Es la barrera que separa al alumno del profesor e impide que lo pueda llamar simplemente por su nombre como se llama al compañero y al amigo. Se le enseña al alumno que debe aprender a “guardar las distancias”, con el profesor y los superiores. El alumno interioriza la superioridad y autoridad del maestro acatando el autoritarismo. Esta actitud mental de sumisión se transferirá luego al plano político y social.

* En conexión con lo anterior este modelo de educación ideológicamente reproduce y favorece el mantenimiento del orden establecido en el que aparece como natural y normal que una minoría poderosa domine sobre una mayoría apática que acepta las cosas así porque “es la voluntad de Dios” o porque “así siempre ha sido y así deben ser”.

* El sistema de evaluación cuantitativo centrado en las notas fomenta el individualismo y la competencia. Se premia y se castiga solo el esfuerzo individual y muy rara vez la solidaridad a los valores sociales.

* Los alumnos educados dentro de este modelo adquieren una mentalidad dogmática y cerrada que les impide comprender y analizar con propiedad otras posiciones y opiniones que no sean las que ellos adquirieron. Siempre defienden aquello de que “todo tiempo pasado fue mejor”.

* Quizás la más lamentable es que el estudiante que pertenece a la clase popular (que son la inmensa mayoría en nuestros países) refuerza el sentimiento de inferioridad, pierde su autoestima, se siente inseguro porque no sabe, no aprende, no vale.

El objetivo primordial de este modelo es que el alumno “aprenda”, que sepa y si el alumno sabe, ha aprendido (aunque no haya asimilado). Es un modelo vertical, está presente también en la educación por radio, pues, debido a las limitaciones del mismo medio

el alumno se halla ausente, “oye” la lección desde su casa convertido en mero receptor silencioso pasivo que repite y se aprende lo que dice el profesor.

2.4.2 La educación conductista

Mario Kaplún, nos define lo siguiente: “este segundo modelo nació en Estados Unidos durante la II guerra Mundial como base del entrenamiento militar. Aparece como un modelo eficiente que logra condicionar al educando para que adopte las conductas y las ideas que se han planificado previamente, pone un énfasis especial en el “hacer” por parte del alumno pero es el educador (o programador) quien determina lo que se debe hacer, cómo se debe hacer y qué se debe pensar. Hoy día también se le llama “educación programada, o enseñanza programada”. Todo se reduce a técnicas de aprendizaje y por esto también se le denomina “Tecnología educativa”. Tal vez el nombre más adecuado será el de “educación manipuladora”. (16:401).

En este modelo se pensaba que para solucionar todos los males era las innovaciones tecnológicas. Utilizando las nuevas técnicas se lograría “persuadir” a los pueblos atrasados para que salieran del subdesarrollo. Ya no se trata aquí solo de informar o impartir conocimientos como en el modelo anterior, sino de persuadir, convencer, manejar y condicionar al alumno para que adopte como propias las nuevas conductas e ideas propuestas.

La base de este modelo es la psicología “conductista” cuyo fundamento es el mecanismo de estímulos y respuestas. El conductivismo atribuye al “hábito” un papel fundamental en la educación, o sea que el objetivo principal de la educación es la formación de hábitos, entendiendo por éstos la relación entre el estímulo y la respuesta que la persona da a este estímulo, respuesta por la cual recibe una recompensa o sea que el hábito

llega a convertirse en una conducta reflexible, automática. Y educar entonces no es razonar sino generar hábitos.

A este modelo se le considera como una forma de resistencia al cambio y por lo tanto se procura evitarlo a toda costa. Este modelo se encuentra presente en la llamada tecnología educativa y lo que se conoce como instrucción programada. Incluye por lo tanto todo un conjunto de técnicas, métodos y aparatos como los más modernos y sofisticados computadores. Es el modelo que prevalece también en la llamada educación a distancia en donde el estudiante prácticamente tiene que estudiar solo, siguiendo los pasos y las evaluaciones previamente fijadas por el profesor de la materia, con la ayuda esporádica de instrumentos como casetes y videos, en los cuales se le ofrece información adicional prefijada por el que diseñó el curso. No se da mucho margen para que el alumno piense, elabore, investigue y las oportunidades de trabajar en grupo son escasas. En este modelo se utilizan las pruebas objetivas que aún están vigentes en muchas instituciones educativas.

Este modelo educativo es el que está presente también en los medios masivos de información, prensa, radio y televisión, que suele valerse de esta misma estrategia para manipular y moldear la conducta del público. Esto es evidente particularmente en las técnicas publicitarias o comerciales que se emplean para persuadir, la presión, la repetición, los mensajes subliminales con tal de lograr su cometido o sea, que el público compren el producto anunciado.

En este modelo, el centro no es el profesor ni el texto, sino la programación o programador que no puede ser el mismo profesor. La enseñanza queda en manos de materiales escritos, audiovisuales o computadoras. La clave del éxito está en el planeamiento de la instrucción y su programación. Aquí el educando se acostumbra a depender de otros para que lo guíen, ya

que los objetivos son programados por otros. Estimula la enseñanza individual, desestima toda actividad solidaria y de cooperación y favorece el espíritu de competencia. Además, se refuerzan los valores del consumismo.

El modelo conductista o persuasivo y manipulador, mirado en su esencia, es el mismo modelo tradicional pero modernizado, sofisticado y que para algunos educadores ya no es el modelo de educación ideal y que algunos maestros progresistas e inquietos, inconcientemente, están reproduciendo este modelo a medida que le dan más importancia a los efectos inmediatos que al proceso educativo.

Este modelo busca que el educando “haga”, pero acríticamente lo que está previsto, lo cual desde el punto de vista sociopolítico convierte a la educación en un proceso de domesticación y de adaptación al orden establecido.

2.4.3 La educación liberadora

Es el modelo educativo que se centra en la persona y pone todo el énfasis en la educación como un proceso. Su principal inspirador ha sido Pablo Freire, se ha llamado educación liberadora o transformadora, se ha gestado en América Latina y tiene una clara orientación sociopolítica y cultural.

Paulo Freire propone “la educación liberadora, en la cual el educador debe dar prevalencia al diálogo con el educando. El educador ya no es sólo el que educa sino aquel que en tanto educa es educado a través del diálogo con el educando, quién al ser educado, también educa. Así ambos se transforman en sujetos del proceso” (16:405)

Este modelo parte del principio de que la educación es un proceso de reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo. Busca no solo informar sino primordialmente formar personas para que sean capaces de transformar la realidad. La educación es

entonces un proceso en el que nadie educa a nadie sino que las personas se educan entre sí en un trabajo comunitario, mediatizados por el mundo. A través de este proceso la persona va descubriendo, elaborando y haciendo suyo el conocimiento. El educador aparece a la vez como educando, como que acompaña al otro y estimula el proceso de análisis y reflexión, mas no como el que enseña y dirige. Este modelo plantea también un cambio de actitudes pero en un sentido completamente diferente: en el sentido de hacer que el hombre pase de ser pasivo y acrítico a ser una persona pensante, reflexiva, crítica; de un hombre conformista y fatalista, individualista y egoísta, a una persona solidaria que participe activamente en las actividades comunitarias.

Lo importante es que el sujeto aprenda a aprender, a razonar por sí mismo, a abandonar la conciencia ingenua que lo hace aceptar las cosas “por que sí”, porque “así deben ser” y que sea capaz de desarrollar su conciencia crítica que lo lleve a relacionar, a pensar y a comprender la realidad. Educar a una persona es entonces no tanto darle información sino instrumentos que le permitan pensar, establecer relaciones entre hechos y luego sacar conclusiones, elaborar explicaciones globales y coherentes para los hechos que lo rodean. Característico de este modelo es el ser autogestionario o sea que se basa en la participación activa de la persona en el proceso educativo.

Lo que se pretende en este modelo es que el educando “piense” para transformar su realidad, por lo que Mario Kaplún plantea los siguientes parámetros:

* No puede ser una educación individual sino grupal y comunitaria. Nadie se educa solo, sino en interacción con los demás, aprendiendo a compartir.

El centro del proceso es el grupo educando. El educador está así también pero para estimular y facilitar el proceso de búsqueda, para

cuestionar, escuchar, ayudar al grupo a que se exprese, aportarle información, coordinar las actividades encaminadas a permitir que el proceso avance. El educador es un facilitador.

La educación es un proceso permanente. No se limita a una hora de clases o a un curso de un semestre o de un año, se hace durante toda la vida e involucra a todos los elementos: información, reflexión, relaciones interpersonales, disciplina, recreación, etc.

* Se emplean también aquí los recursos o medios audiovisuales pero no como meros instrumentos de información, de complementación o para reforzar contenidos sino para problematizar, hacer pensar, generar el diálogo, la discusión y la participación.

Un modelo educativo con un claro compromiso social, comprometida con los procesos de liberación y personalización, su punto de partida es la libertad esencial que todo hombre tiene potencialmente para realizarse plenamente en relación con los demás.

Es por lo tanto, la educación un proceso dinámico, un proceso de acción de parte de los sujetos, no es sólo reflexión sino una actividad orientada a transformarse a través de la acción humana.

En la pedagogía liberadora el educador no es el que transmite la realidad, sino que es el educando el que la descubre por sí mismo.

2.4.4 Los medios y la educación no formal

Los medios de comunicación son un recurso para el aprendizaje de las nuevas generaciones. Se está ante un nuevo mundo, súper comunicado, más accesible, dinámico, apasionado, lleno de posibilidades para el desarrollo personal y social, pero también, lleno de nuevos retos y problemas.

Los canales a través de los cuales las personas pueden acceder a la información y pueden comunicarnos, pilares básicos del aprendizaje, aumentan extraordinariamente.

Mario Kaplún, plantea lo siguiente: “Este conjunto de informaciones dirigido fundamentalmente a la satisfacción inmediata de los gustos de las mayorías modela entonces un tipo de cultura denominado “cultura de masas”. Ser culto en este contexto significa entonces estar informado y ser capaz de hacer síntesis de multitud de cosas que transmiten los medios de masas. La cultura de masas implica, pues, un “saber común” que conduce a la sociedad hacia una uniformidad informativa mediante la cual los individuos son masificados, es decir, se les imprime una misma mentalidad gregaria y manipulada para que sigan las opiniones y adopten los comportamientos “sugeridos” por los medios de masas”. (16:436)

Por otra parte, el individuo sufre un “control” cultural casi total porque no es libre de escoger sus informaciones y en muchos casos tampoco los canales que las transmiten. El influjo de los medios sobre la cultura es tal que se llega a aceptar como normal lo que un juicio sereno y objetivo calificaría ciertamente de anormal e insoportable.

Los medios de información de masas han logrado entonces instrumentalizar la cultura al servicio del orden social vigente creando lo que ha denominado comúnmente la “cultura de masas”.

2.4.5 Los medios y la educación formal

No se pretende decir que los medios de comunicación sean la panacea para resolver todas las vicisitudes que se presentan en el ámbito educativo, pero sí puede ser que el docente, a través de ellos, pueda subsanar algunas de las carencias que en cuestión de recursos y estrategias didácticas tiene. El uso de medios resulta de gran utilidad para enriquecer y renovar la práctica educativa en el aula, y quizás este recurso permita que el docente se dé cuenta de que abordar un contenido por el contenido mismo no tiene sentido

si para el alumno, eso que está intentando aprender, no tiene significado en su cotidianidad.

En relación a este tema, se presenta la siguiente reflexión al respecto: “La moderna tecnología de los medios de comunicación está cuestionando seriamente el sistema escolar tradicional a tal punto que puede llegar más pronto de lo que nos imaginamos a cambiar completamente el sistema y sus relaciones. Muchos educadores ya están comenzando a darse cuenta de que la educación misma es fundamentalmente un proceso de comunicación y que sus métodos y prácticas son incompatibles con los medios de comunicación social”. (16:436)

Es necesario señalar que al incorporar cualquier elemento a la práctica docente, será a partir de las concepciones que el maestro tiene sobre los procesos de enseñanza y de aprendizaje, contruidos a partir de su experiencia, por lo que es básico reconocer que, el hecho de usar recursos tecnológicos como elementos de apoyo para favorecer su práctica cotidiana, implica considerar el proceso de aprendizaje del maestro, en el que a partir del uso de estos recursos, se dé la oportunidad de cuestionar su tarea cotidiana, de tal forma que pueda ser enriquecida y transformada.

La integración de los medios de comunicación con el ámbito de la educación formal permite aprovechar los lenguajes audiovisuales para la formación, y abre la posibilidad de dar el paso desde la educación transmitida hacia la educación concebida como proceso comunicativo.

Las aulas se deben acercar a los medios, para integrarse más con el universo de experiencias cotidianas de los estudiantes y para ensanchar la visión del mundo que se puede y debe investigar desde ellas. De este acercamiento es posible obtener diversas ventajas formativas, entre las que resaltan tres: la posibilidad de

enriquecer los contenidos con miradas, metodología y tratamientos diferentes.

2.4.6 Uso de los medios masivos en los procesos educativos

Muchos de los aparatos de comunicación al servicio de la distribución comercial han empezado a crear una revolución, pugnando por su desarrollo autónomo para responder a necesidades específicamente educativas. Videocasetes, películas didácticas, televisión educativa, etc., son en la época actual cada vez más comunes en la vida del estudiante.

El creciente interés de los estudiantes por los medios se debe, entre otras razones, a que al llevar al aula experiencias simuladas tan cercanas a la realidad, no sólo vivifican la enseñanza influyendo favorablemente en la motivación, la retención y la comprensión, sino también, dada su capacidad para vencer las barreras de la comunicación de sucesos que se dan en tiempos y lugares inaccesibles, ahora pueden introducirse elementos nunca antes disponibles en la enseñanza.

En consecuencia, se ha disminuido la preeminencia del lenguaje verbal; el maestro de hoy puede emplear numerosos lenguajes para transmitir su mensaje al alumno en dimensiones mayores que la palabra oral o impresa. Esto ha dado lugar a que la transferencia del aprendizaje a la vida real implique mayor sentido y provea al alumno de una considerable variedad de experiencias.

“El maestro utiliza los medios para apoyar los esfuerzos de una exposición, investigación o laboratorio, pero estos medios utilizados en la educación no deben sustituir al maestro, son auxiliar en el proceso de enseñanza aprendizaje”. (16:103)

2.5 Los medios de comunicación masiva en el desarrollo sociocultural

2.5.1 Comunicación y sociedad

La comunicación ha sido siempre y será, cualesquiera sea el medio que utilice para ser realidad, la relación concientizada del hombre que permite a las generaciones transmitir sus conocimientos, sus bienes, sus conquistas, sus derrotas.

Es importante mencionar lo que Víctor Hugo de León M. en su obra *Los Medios de Comunicación en la Educación Moderna* describe, “Comunicación sugiere la idea de comunión. Es el establecimiento de un campo común de experiencias con otras personas o grupos de personas. Comunicación es compartir ideas, sentimientos, informaciones, estímulos, en fin, que llevan como objetivo a corto, mediano y largo plazo, la modificación de la conducta humana”. (6:450).

La palabra es el instrumento elocuente por naturaleza de comunión. He aquí el encuentro de una relación íntima entre comunicación y sociedad.

Sea cual fuere el sistema social donde los individuos produzcan sus bienes materiales y espirituales, necesitan de los instrumentos necesarios para poder establecer las relaciones de producción. Para ello, el hombre desarrolló la capacidad de poder comunicarse. La comunicación es pues, el elemento esencial para hacer posible el flujo de mensajes entre los individuos y el aparato productivo de la sociedad; es decir, que cumple el papel predominante de hacer caminar, avanzar o retroceder, el proceso social.

2.5.2 Funciones

El proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al

entorno; c) transmisión del legado social. En general, cabe encontrar equivalentes biológicos en las asociaciones humanas y animales, y en la economía de un organismo individual.

En la sociedad, el proceso de comunicación revela características especiales cuando el elemento dirigente teme al ambiente interior, así como al exterior. Al calibrar la eficacia de la comunicación en cualquier contexto dado, es necesario tener en cuenta los valores en juego, así como la identidad del grupo cuya posición se está examinando. En las sociedades democráticas, las opciones racionales dependen del conocimiento, el cual, a su vez, depende de la comunicación y, muy en especial, de la equivalencia de observación entre dirigentes, expertos y profanos.

Dentro de un conglomerado social, en la actualidad la comunicación cumple funciones generales. Una sociedad debe estar informada de hechos sociales, ambientales, culturales y recreativos. Su función la cumple directamente el uso de la palabra, medio directo de interrelacionarse mutuamente.

2.5.3 Lenguaje y comunicación social

“El lenguaje es el gran instrumento de comunicación de que dispone la humanidad, íntimamente ligado a la civilización, hasta tal punto, que se ha llegado a discutir si fue el lenguaje el que nació de la sociedad, o fue la sociedad la que nació del lenguaje”.(13:9)

No todas las personas poseen el mismo caudal lingüístico, pero no cabe duda que las ventajas estarán de parte de aquellas en que ese caudal sea más preciso. Todo el mundo sabe que el que consigue hacerse entender mejor, el que expresa con mayor claridad y precisión, es dueño de recursos poderosos para abrirse camino en el trato con sus semejantes. El arte de hablar o de escribir es el arte de persuadir.

Los pensamientos y los estados de ánimo son siempre algo vago e inconcreto si no se traducen en palabras y si no se habla mentalmente. La mayoría de lo que pensamos es íntimo monólogo y el pensar, más que manejar ideas, manejamos las etiquetas de esas ideas que son las palabras.

Pero el uso del lenguaje en una sociedad del que todos tenemos un conocimiento práctico, es un fenómeno complejo, no es tan fácil como se cree el hablar o escribir correctamente.

2.5.4 La publicidad y el consumo

La publicidad, como medio de comunicación, es una actividad cuidadosamente planeada y ejecutada que conlleva la transmisión de un mensaje y con ello se espera que de un estímulo se obtenga una respuesta de parte del receptor, sea positiva o negativa, para lo cual se propone un producto creativo, incluyéndose los medios de pauta de dicho producto, para darlo a conocer a fin de alcanzar los objetivos por un anunciante. Los productos creativos, son formados de acuerdo al perfil existente entre la oferta y la demanda.

La comunicación hace uso de la persuasión para influir en varios aspectos de la personalidad del consumidor. Cuando un ser humano comunica algo busca que el receptor tenga un cambio de actitud, en su opinión o en su comportamiento o bien, en el consumo de determinado producto. Así, la acción de compra de un bien de consumo, se verifica por ejemplo, cuando una persona adquiere ese bien, adquiere el hábito de compra del bien. Y si a ese hábito se agrega algunos otros elementos colaterales de la compra, como puede ser, el tiempo, la forma, la cantidad, etc., se estará hablando de comportamiento de consumo.

Dentro de la publicidad se pueden citar varios tipos de acuerdo al medio de pauta, publicidad masiva para televisión, radio, impresa y exterior. Publicidad no masiva, publicidad de respuesta directa,

punto de venta y en productos. De acuerdo al alcance del medio de pauta, local, nacional, regional y global y de acuerdo al mensaje publicitario, de producto, de imagen promocional e institucional. (27:wikipedia, la enciclopedia libre)

2.6 Medios de comunicación masiva en el municipio de Sololá

En el municipio de Sololá, los medios de comunicación social son muy pocos. Entre ellos se pueden citar, radios, televisión por cable y periódicamente un medio escrito que se refiere a las actividades sociales de la comunidad.

Entre los medios de comunicación más conocidos, vistos y escuchados en la comunidad, se pueden mencionar:

2.6.1 Radios locales (Stéreo Retro, Xocomil Stereo, Stéreo Máxima, Dulce, Oro, Quicotén.

2.6.2 Radios comunitarias son las que corresponden a la Asociación de Medios de Comunicación Comunitaria (AMECO).

2.6.3 Televisión local, en relación a la televisión, a parte de tener televisión nacional, se aprecia la transmisión por cable. Entre estos medios locales se registran, Natavisión que a su vez integra en su red el canal 10 que informa actividades locales y Cable Visión que a su vez también cuenta con información local por medio del canal 5. (Fuentes de entrevistas)

2.7 DATOS MONOGRÁFICOS DE SOLOLA

2.7.1 Origen del Nombre

Sololá, se deriva del vocablo Tz'olohjá o Tz'oloyjá, que en Kiché, Kaqchikel y Tz'ujil, significa "agua de sauce", (ha' o Yá significa agua y Tz'oloh que significa sauco o sauce). De acuerdo a otra interpretación, el nombre provendría de las voces en idioma kaqchikel "tzol" que significa volver o retornar, "o"

partícula de continuación, y “Ya” que significa agua, o sea retornar o volver al agua.

2.7.2 Breves Datos Históricos

Por Decreto 63 de la Asamblea Constituyente del Estado el 29 de octubre de 1825 se otorgó al pueblo la categoría de Villa, y por Acuerdo Gubernativo del 30 de octubre de 1924 se elevó a la categoría de ciudad. La actual ciudad fue fundada por el Lic. Juan Rogel, Oidor de la Audiencia de los Confines, el 30 de octubre de 1547.

2.7.3 Ubicación Geográfica

La cabecera municipal está situada a orillas de una meseta formada al Este y Oeste por profundos barrancos por donde corren los ríos Panajachel e Iboyá. Dista de la ciudad capital aproximadamente 140 kilómetros.

Tiene una extensión de 94 kilómetros cuadrados. Tiene una altura de 2,550 metros sobre el nivel del mar y su clima es frío.

Limita al Norte con Totonicapán (Totonicapán) y Chichicastenango (Quiché), al Este con los municipios de Concepción y Panajachel, al sur con el lago de Atitlán, al Oeste con Santa Cruz la Laguna, San José Chacayá y Nahualá, municipios del departamento de Sololá.

2.7.4 División Político-Administrativa

El municipio de Sololá cuenta con un casco urbano con la categoría de ciudad, 3 centros poblados ubicados en la periferia urbana, y en el área rural 4 aldeas y 9 cantones. Estos a su vez se subdividen en caseríos. En total 69 centros poblados en el municipio, siendo el más poblado el casco urbano, con aproximadamente más de diez mil vecinos, el

menos el caserío los Chopen, con solamente un centenar de habitantes.

Cuenta actualmente con 63,973 habitantes. Su idioma maya predominante es el Kaqchikel y su producción agrícola es el maíz, frijol y diversas hortalizas entre la que tiene fama la cebolla.

En su producción artesanal se cuenta con tejidos de algodón y de lana, muebles de madera, escobas, cestería, productos de cuero, teja, ladrillo de barro y máscaras.

2.7.5 Servicios Públicos

Cuenta con energía eléctrica, agua potable, correos, teléfonos, centros docentes de educación pre primaria, primaria, diversificado y superior, una escuela Tipo Federación, edificios de mercado, almacenes, servicios de buses extra-urbanos y urbanos, un hospital nacional y un privado, centro de salud, delegación del IGSS, hoteles y pensiones, así como agencias bancarias, iglesia catedral e iglesias evangélicas.

2.7.6 Fiesta Titular

La fiesta titular se celebra el 15 de agosto dedicada a la Asunción de la Virgen María. Durante esta fiesta se celebra lo que llaman Nim Akij Sololá que en kaqchikel significa grande día, o sea día grande de Sololá.

Existen dos municipalidades, una ladina (hoy gobernada por indígenas electos por el pueblo) y otra indígena, cada una con sus propias autoridades y funciones. (17:67)

(Información obtenida del Plan de Desarrollo Integral, Municipio de Sololá y del Diccionario Municipal de Guatemala)(23.219)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Objetivos

3.1.1 General

Contribuir con el mejoramiento en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio en el municipio de Sololá.

3.1.2 Objetivos Específicos:

3.1.2.1 Detectar el efecto educativo de los medios de comunicación masiva en los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá.

3.1.2.2 Identificar la influencia social de los medios de comunicación masiva en la relación de los estudiantes del nivel medio.

3.1.2.3 Investigar la repercusión cultural de los medios de comunicación masiva en la comunidad educativa.

3.1.2.4 Aportar una guía temática que abarque contenidos de la familia, las tradiciones y costumbres de Sololá y el medio ambiente para programas de los comunicadores sociales.

3.2 Variables de estudio

Incidencia de los medios de comunicación masiva. Desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio”.

3.3 Definición Conceptual de las variables

Los medios de comunicación masiva en el desarrollo educativo del nivel medio, son los que influyen con mensajes, ideas e información que de manera visual, auditiva e impresa, son dirigidos hacia los estudiantes del nivel medio y que repercuten en el desarrollo educativo, social y cultural de los estudiantes.

Para efecto de la investigación realizada, se entiende por incidencia todo lo que causa un efecto sobre una cosa con otra, en este caso, lo que influye en los estudiantes y qué está relacionado con ellos en su educación y formación.

Se entiende como desarrollo educativo de los estudiantes de educación media, al proceso de cambio que un individuo experimenta como una cualidad adquirida y que consiste en la adaptación de los modales externos a determinados usos en las formas de la convivencia social.

3.4 Definición Operativa

Cuadro No.1

Concepto	Indicador	Sub indicadores	Instrumentos	Número de Preguntas
Incidencia de los Medios de comunicación masiva	<ul style="list-style-type: none"> • Social • Cultural • Utilitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Familia • Tradiciones • Tareas escolares • Aprendizaje 	<p>Cuestionario para entrevista. Cuestionario de escala de 3 opciones de respuesta y 2 cuestionamientos de orden de importancia.</p>	<p>Pregunta No.8</p> <p>Pregunta No.9</p> <p>Preguntas No.5, 6 y 10</p>
Desarrollo Educativo de los estudiantes del nivel medio	<ul style="list-style-type: none"> • Educativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formativo • Informativo 	<p>Cuestionario para entrevista. Cuestionario de Escala de 3 opciones de respuesta y 2 cuestionamientos de orden de importancia.</p>	<p>Preguntas No. 1 y 2</p> <p>Preguntas No 3, 4 y 7</p>

3.5 Población y Muestra

3.5.1 **Población:** el universo lo constituyó un total de 1,219 estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá, que corresponde al ciclo básico y diversificado. También se tomó en cuenta como población a los 85 catedráticos del mismo nivel y a 12 gerentes de los medios de comunicación locales.

3.5.2 **Muestra:** se incluyó intencionalmente en el estudio, a los estudiantes que cursaban el tercer grado básico y al último grado de diversificado de los centros educativos privados y públicos, tanto del sexo femenino como masculino, así como de las etnias jurisdiccionales, por ser los alumnos con mayor experiencia de tres y seis años en su respectivo nivel de estudio.

3.6 Instrumentos

Para estudiantes, cuestionario con escala de tres opciones de respuesta y dos preguntas en la misma encuesta, de ordenamiento por utilidad o importancia.

Para los catedráticos, escala de tres opciones de respuesta y dos preguntas en el mismo cuestionario, de ordenamiento por utilidad o importancia para el desarrollo de su labor educativa y formativa hacia los estudiantes..

Para los gerentes propietarios de los medios locales, se utilizó un cuestionario de entrevista con preguntas directas sobre temas que interesan a los estudiantes, los recursos para la difusión de sus programas y el tipo de medio de comunicación que es su responsabilidad de administrar.

3.7 Análisis Estadístico

Los resultados se presentan de manera porcentual, obtenidos de los instrumentos dirigidos a los estudiantes, catedráticos y gerentes de los medios de comunicación. Se tabularon y procesaron para presentar los datos en cuadros con valores absolutos y relativos con su respectiva interpretación.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Datos generales de la muestra de estudiantes y catedráticos encuestados del Nivel Medio

Datos generales de estudiantes encuestados del Ciclo Básico

Cuadro No. 2

Total Encuestados	Sexo		Etnia				Edad en años									
	M	F	Kaq-chikel	K'i-ché	Tz'u-tujil	Ladina	12	13	14	15	16	17	18	19	20	más de 20
628	372	256	449	70	11	98	24	71	168	152	99	70	26	14	01	03

Fuente: investigación de campo.

Datos generales de la muestra de estudiantes encuestados del Ciclo Diversificado

Cuadro No. 3

Total Encuestados	Sexo		Etnia				Edad en años									
	M	F	Kaq-chikel	K'i-ché	Tz'u-tujil	Ladina	12	13	14	15	16	17	18	19	20	más de 20
469	239	230	241	87	28	113	--	--	--	13	60	121	152	66	35	22

Fuente: investigación de campo.

Datos generales de la muestra de catedráticos encuestados del Nivel Medio

Cuadro No. 4

BÁSICO							DIVERSIFICADO						
Total Encuestados	Sexo		Etnia				Total Encuestados	Sexo		Etnia			
	M	F	Kaq-chikel	K'i-Ché	Tz'u-tujil	Ladina		M	F	Kaq-chiquel	K'i-ché	Tz'u-tujil	Ladina
46	26	20	22	--	--	24	39	23	16	12	12	01	26

Fuente: investigación de campo.

4.2 Lista de establecimientos del ciclo básico del nivel medio del municipio de Sololá, donde se aplicó la encuesta

CICLO BÁSICO

Cuadro No. 5

No.	Ciclo	Sector	Nombre del Establecimiento	Dirección	Inscritos	Muestra	Docentes
1	Básico	Oficial	Instituto Abraham Lincoln	Sololá	107	81	5
2	Básico	Oficial	Instituto Básico Nocturno	Sololá	32	28	3
3	Básico	Oficial	Esc. de Formación Agrícola	Sololá	40	36	3
4	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Aldea Pixabaj	30	28	2
5	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Cantón Xajaxac	28	24	2
6	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Los Encuentros	26	24	2
7	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Aldea Argueta	25	24	2
8	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Chuacruz Pujujil	14	14	1
9	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Chaquij Yá	32	28	2
10	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Sta. María El Tablón	25	24	2
11	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Caserío La Fé	22	19	1
12	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Las Trampas	20	19	1
13	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Paraiso	15	14	1
14	Básico	Cooperativa	Instituto de Educación Básica	Mirador	18	14	1
15	Básico	Privado	Colegio Integral Sololateco	Sololá	30	28	4
16	Básico	Privado	Liceo Mixto Sololá	Sololá	26	26	2
17	Básico	Privado	Colegio Atilán	Sololá	20	19	2
18	Básico	Privado	Esc. Normal Privada Sololá	Sololá	40	36	3
19	Básico	Privado	Instituto Privado Urbano	Sololá	36	32	1
20	Básico	Privado	Instituto Maya Tzoloj Yá	El Tablón Sololá	35	32	2
21	Básico	Privado	Instituto Cristiano Montesino	Sololá	25	24	1
21	Básico	Privado	Colegio Bilingüe A. C.	Sololá	8	8	1
23	Básico	Privado	Escuela Cristiana Josué 1.9	Sololá	22	22	1
24	Básico	Privado	Instituto de Tele secundaria	Vasconcelos	25	24	1
T O T A L					701	628	46

Fuente: Dirección Departamental de Educación e investigación de campo.

4.3 Lista de establecimientos del ciclo diversificado Nivel Medio del municipio de Sololá, donde se aplicó la encuesta

CICLO DIVERSIFICADO

Cuadro No. 6

No.	Ciclo	Sector	Nombre del Establecimiento	Dirección	Inscritos	Muestra	Docentes
1	Diversificado	Oficial	Escuela de Ciencias Comerciales	Sololá	105	80	6
2	Diversificado	Oficial	Escuela de Formación Agrícola	Sololá	40	36	4
3	Diversificado	Oficial	Escuela de Educación Física	Sololá	34	34	3
4	Diversificado	Privado	Universidad del Valle de Guate.	El Tablón Sololá	38	32	5
5	Diversificado	Privado	Escuela Normal Privada Sololá	Sololá	50	44	4
6	Diversificado	Privado	Colegio Integral Sololateco	Sololá	50	44	4
7	Diversificado	Privado	Colegio Montesino	Sololá	23	23	1
8	Diversificado	Privado	Ciencias de la Computación	Sololá	19	19	1
9	Diversificado	Privado	Colegio Atitlán	Sololá	23	23	1
10	Diversificado	Privado	Liceo Mixto Sololá	Sololá	23	23	1
11	Diversificado	Privado	Maya Tzoloj Yá	El Tablón Sololá	30	28	3
12	Diversificado	Privado	Bilingüe Intercultural	El Tablón Sololá	19	19	2
13	Diversificado	Privado	Ciencias Comerciales Nocturna	Sololá	16	16	2
14	Diversificado	Privado	Centro Educativo de Form. Tec.	Sololá	12	12	1
15	Diversificado	Privado	Ciencias Comerciales	Argueta Sololá	36	36	1
TOTAL					518	469	39

Fuente: Dirección Departamental de Educación e Investigación de Campo.

4.4 Resultados del cuestionario aplicado a estudiantes del ciclo básico del nivel medio del municipio de Sololá

Cuadro No. 7

N o	Preguntas	Absoluto				Relativo			
		Alternativas de respuesta			Total	Alternativas de respuesta			Total
1	Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿incluyen Programas educativos?	Mucho 136	Poco 420	Ninguno 72	628	Mucho 21.7	Poco 66.9	Ninguno 11.4	100
2	¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayudan en su formación estudiantil?	Mucho 201	Poco 338	Nada 89	628	Mucho 32.0	Poco 53.8	Nada 14.2	100
3	¿En los medios de comunicación locales obtiene información respecto a los Derechos Humanos?	Mucho 182	Poco 326	Nada 120	628	Mucho 29	Poco 51.9	Nada 19.1	100
4	¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente?	Mucho 210	Poco 343	Nada 75	628	Mucho 33.4	Poco 54.6	Nada 12	100
6	Los medios de comunicación local ¿Le permiten participar en alguno (s) de los programas?	Mucho 124	Poco 317	Nada 187	628	Mucho 19.7	Poco 50.5	Nada 29.8	100
7	¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?	Mucho 155	Poco 356	Nada 117	628	Mucho 24.7	Poco 56.7	Nada 18.6	100
8	¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto a la familia?	Mucho 153	Poco 362	Nada 113	628	Mucho 24.4	Poco 57.6	Nada 18	100
9	¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá?	Mucho 258	Poco 298	Nada 72	628	Mucho 41.1	Poco 47.4	Nada 11.5	100

Fuente: investigación de campo.

4.5 Resultados del cuestionario aplicado a estudiantes del ciclo diversificado del nivel medio del municipio de Sololá

Cuadro No. 8

N O	Preguntas	Absoluto				Relativo			
		Alternativas de respuesta			Total	Alternativas de respuesta			Total
1	Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿Incluyen Programas educativos?	Mucho 48	Poco 325	Ninguno 96	469	Mucho 10.2	Poco 69.3	Ninguno 20.5	100 %
2	¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayudan en su formación estudiantil?	Mucho 104	Poco 274	Nada 91	469	Mucho 22.2	Poco 58.4	Nada 19.4	100 %
3	¿En los medios de comunicación locales obtiene información respecto a los Derechos Humanos?	Mucho 56	Poco 281	Nada 132	469	Mucho 11.9	Poco 60	Nada 28.1	100 %
4	¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente?	Mucho 104	Poco 301	Nada 64	469	Mucho 22.2	Poco 64.2	Nada 13.6	100 %
6	Los medios de comunicación local ¿Le permiten participar en alguno (s) de los programas?	Mucho 62	Poco 235	Nada 172	469	Mucho 13.2	Poco 50.1	Nada 36.7	100 %
7	¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?	Mucho 74	Poco 276	Nada 119	469	Mucho 15.8	Poco 58.8	Nada 25.4	100 %
8	¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto a la familia?	Mucho 68	Poco 292	Nada 109	469	Mucho 14.5	Poco 62.3	Nada 23.2	100 %
9	¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá?	Mucho 123	Poco 265	Nada 81	469	Mucho 26.2	Poco 56.5	Nada 17.3	100 %

Fuente: investigación de campo.

4.5.1 Interpretación de las encuestas de los estudiantes del nivel medio

Pregunta No.1 Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿incluyen programas educativos?

Interpretación: los resultados obtenidos en la encuesta, indican que los medios de comunicación masiva en el municipio de Sololá, contribuyen poco con la educación de los estudiantes. Los diversos medios de comunicación como la radio, la televisión por cable, televisión nacional, cine, por ejemplo, contiene pocos programas educativos que contribuyan a la educación de los estudiantes. Su difusión abarca programas recreativos, musicales, comerciales y noticiosos especialmente.

Pregunta No.2 ¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayuda en su formación estudiantil?

Interpretación: las respuestas reflejan que la programación de los medios de comunicación masiva, motivo del estudio, aportan muy poco en la formación de los estudiantes. Los pocos programas que la radio local, nacional, la televisión por cable y nacional, a los que los estudiantes tienen acceso, no contribuyen de manera significativa en la formación de los estudiantes. El contenido de los programas de los medios de comunicación al alcance de los estudiantes, se enfoca a programas recreativos de películas, deportes, música, información y de publicidad.

Pregunta No.3 ¿En los medios de comunicación locales obtiene información respecto a los Derechos Humanos?

Interpretación: Esto da a entender que los medios de comunicación local, tales como la radio, la televisión por cable y la televisión local, únicos medios al alcance de toda la población, es muy poca la programación con contenidos sobre los Derechos Humanos. No hay programaciones específicas sobre este contenido, lo incluyen como avances, informaciones o anuncios que por razones publicitarias les requieran.

Pregunta No. 4. ¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente?

Interpretación: por los resultados porcentuales que se obtuvieron en las encuestas realizadas, indican que los medios de comunicación local, poca es la información respecto a la protección y conservación del medio ambiente. Esto pone de manifiesto que no hay programas de los medios por los cuales se incluyan temas de esta naturaleza en este campo, para coadyuvar a la información de la población y los estudiantes.

Pregunta No.6. Los medios de comunicación local ¿le permite participar en alguno(s) de los programas?

Interpretación: conocidos los resultados de las respuestas que expresaron los estudiantes, nos indica que es muy poca la participación que ellos tienen en los programas que se difunden a diario o en fin de semana. En las radios locales y en la televisión por cable, canal específico, son los medios en donde se les da algún tipo de participación en algunas ocasiones, tales como en eventos culturales o actividades por la feria titular.

Pregunta No.7. ¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?

Interpretación: Por los resultados de la encuesta, esto determina que son muy pocos los medios de comunicación que tienen programas que se transmitan en idiomas mayas. Especialmente estas transmisiones se pueden escuchar por medio de las radios comunitarias que se encuentran y transmiten en los aldeas y caseríos del municipio.

Pregunta No.8. ¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto al tema de la familia?

Interpretación: en relación a la familia, la mayoría de estudiantes expresan que es poco lo que los medios de comunicación locales incluyen en los programas sobre esta institución, lo que pone de manifiesto que no hay divulgación o programas específicos sobre este tema tan importante para la comunidad.

Pregunta No.9. ¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende a apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá?

Interpretación: en los resultados obtenidos de la encuesta, la mayoría de los estudiantes expresan que es muy limitada, la

información o conocimiento sobre las tradiciones y costumbres de Sololá. Esto da a entender que los medios de comunicación local no transmiten programas con contenidos sobre las tradiciones y costumbres en la cultura sololteca. Lo poco que se puede aprender se escucha u observa en transmisiones directas o en repetición, cuando hay eventos artísticos o actividades especiales religiosas de la comunidad.

Se presentó un listado de medios de comunicación que funcionan en el municipio para que el o la estudiante le concediera numéricamente orden de importancia, los resultados son:

Pregunta No. 5

A continuación se le presenta un listado de medios de comunicación masiva que existen o funcionan en el municipio, para que usted en orden de importancia (del 1 al 6) le asigne un número a cada uno por la utilidad que le brindan en la ejecución de sus tareas escolares.

Cuadro No. 9

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Radio	268	42.7
2	Programas de televisión canales locales	61	9.7
3	Programas de televisión de canales nacionales o extranjeros	35	5.6
4	Periódico	46	7.3
5	Cine	29	4.6
6	Internet	189	30.1
7	Otro	00	00.0
TOTAL		628	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: al realizar el análisis correspondiente de la pregunta encuestada, la mayoría de los estudiantes estiman que la radio es un medio de comunicación social que le brinda utilidad en la ejecución de sus tareas escolares. Es un medio de comunicación al que toda la

población tiene acceso y es económico, no hay inversión o pago alguno para poder escuchar los programas. Su cobertura de difusión por sus frecuencias no tiene límites y puede escucharse en la casa, de viaje y hasta en los más pequeños aparatos de la tecnología moderna. Se puede observar que el Internet es otro medio de comunicación que por su importancia y por estar incluido en las asignaturas de estudio, el estudiante tienen que utilizarlo, a parte que es una forma moderna para la investigación e información.

Pregunta No.10

Asigne en orden de importancia un número (del 1 al 5) según el beneficio que obtiene de los medios de comunicación locales para el proceso de la enseñanza aprendizaje.

Cuadro No. 10

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Información	372	59.2
2	Formación	46	7.3
3	Recreación	60	9.5
4	Orientación	75	12.0
5	Publicidad	75	12.0
TOTAL		628	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: los estudiantes encuestados manifiestan que los medios de comunicación locales lo único que les dan es solo información. La importancia de la publicidad se basa en la forma económica para el consumidor, orientación, recreación y formación es muy escasa. Esto manifiesta que lo que se recibe por los medios, en todos los casos, es información

Proceso de información de estudiantes de diversificado

Pregunta No.5

A continuación se le presenta un listado de medios de comunicación masiva que existen o funcionan en el municipio para que usted en orden de importancia (del 1 al 6) le asigne un número a cada uno por la utilidad que le brindan en la ejecución de sus tareas escolares.

Cuadro No. 11

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Radio	147	31.3
2	Programas de Televisión canales locales	27	5.7
3	Programas de televisión de canales nacionales o extranjeros	36	7.7
4	Periódico	38	8.1
5	Cine	35	7.5
6	Internet	186	39.7
7	Otro	00	00.0
TOTAL		469	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: la población de alumnos encuestados del ciclo diversificado expresa en los datos, que le es de mayor utilidad para la realización de sus tareas, el Internet. La radio representa para un regular grupo, otro medio que le ofrece importancia para su actividad escolar. Esto manifiesta que para el ciclo diversificado es la Internet la que le ofrece mayor utilidad en sus estudios.

Pregunta No.10

Asigne en orden de importancia un número (del 1 al 5) según el beneficio que obtiene de los medios de comunicación locales para el proceso de la enseñanza aprendizaje.

Cuadro No. 12

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Información	207	44.1
2	Formación	56	11.9
3	Recreación	50	10.7
4	Orientación	55	11.7
5	Publicidad	101	21.5
TOTAL		469	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: en la encuesta realizada a los estudiantes del ciclo diversificado, en relación a esta pregunta, se manifestaron en su mayoría, que los medios de comunicación local, el beneficio que reciben es principalmente información. Un regular grupo considera que es más publicidad la que recibe. Es evidente que los estudiantes del ciclo diversificado reciben mayor información a través de los diversos medios de comunicación local.

4.6 Resultados del cuestionario aplicado a catedráticos del ciclo básico del nivel medio del municipio de Sololá

Cuadro No. 13

N O	Preguntas	Absoluto				Relativo			
		Alternativas de respuesta			Total	Alternativas de respuesta			Total
1	Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿Incluyen Programas educativos para los estudiantes?	Mucho 02	Poco 28	Ninguno 16	46	Mucho 4.3	Poco 60.9	Ninguno 34.8	100 %
2	¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayudan en la formación de los estudiantes?	Mucho 08	Poco 26	Nada 12	46	Mucho 17.4	Poco 56.5	Nada 26.1	100 %
3	¿En los medios de comunicación locales obtiene información respecto a los Derechos Humanos que le ayudan en la educación de los estudiantes?	Mucho 00	Poco 32	Nada 14	46	Mucho 00	Poco 69.6	Nada 30.4	100 %
4	¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente que le ayudan en el proceso de la enseñanza a los estudiantes?	Mucho 03	Poco 33	Nada 10	46	Mucho 6.5	Poco 71.8	Nada 21.7	100 %
6	¿Los medios de comunicación local, Le permiten participar en alguno (s) de los programas?	Mucho 04	Poco 25	Nada 17	46	Mucho 8.7	Poco 54.3	Nada 37	100 %
7	¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?	Mucho 05	Poco 25	Nada 16	46	Mucho 10.9	Poco 54.3	Nada 34.8	100 %
8	¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto a la familia?	Mucho 02	Poco 33	Nada 11	46	Mucho 4.4	Poco 71.7	Nada 23.9	100 %
9	¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá a los educandos?	Mucho 03	Poco 35	Nada 08	46	Mucho 6.5	Poco 76.1	Nada 17.4	100 %

Fuente: trabajo de campo.

4.7 Resultados del cuestionario aplicado a catedráticos del ciclo diversificado del nivel medio del municipio de Sololá

Cuadro No. 14

N O	Preguntas	Absoluto				Relativo			
		Alternativas de respuesta			Total	Alternativas de respuesta			Total
1	Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿Incluyen Programas educativos para los estudiantes?	Mucho 00	Poco 21	Ninguno 18	39	Mucho 00	Poco 53.8	Ninguno 46.2	100 %
2	¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayudan en la formación de los estudiantes?	Mucho 10	Poco 22	Nada 007	39	Mucho 25.6	Poco 56.4	Nada 18	100 %
3	¿En los medios de comunicación locales obtiene información respecto a los Derechos Humanos que le ayudan en la educación de los estudiantes?	Mucho 01	Poco 16	Nada 22	39	Mucho 2.6	Poco 41.0	Nada 56.4	100 %
4	¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente que le ayudan en el proceso de la enseñanza a los estudiantes?	Mucho 04	Poco 22	Nada 13	39	Mucho 10.3	Poco 56.4	Nada 33.3	100 %
6	¿Los medios de comunicación local ¿Le permiten participar en alguno (s) de los programas?	Mucho 04	Poco 20	Nada 15	39	Mucho 10.3	Poco 51.3	Nada 38.4	100 %
7	¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?	Mucho 05	Poco 22	Nada 12	39	Mucho 12.8	Poco 56.4	Nada 30.8	100 %
8	¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto a la familia?	Mucho 03	Poco 19	Nada 17	39	Mucho 7.7	Poco 48.7	Nada 43.6	100 %
9	¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá a los educandos?	Mucho 03	Poco 23	Nada 13	39	Mucho 7.7	Poco 59	Nada 33.3	100 %

Fuente: trabajo de campo.

4.7.1 Interpretación de las encuestas realizadas a los catedráticos del nivel medio

Pregunta No.1 Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿incluyen programas educativos para los estudiantes?

Interpretación: es evidente que se puede apreciar que los catedráticos del nivel medio, expresan que es poco lo que los medios de comunicación local transmiten en relación a programas

educativos. Se nota claramente que éstos no incluyen temas educativos que los catedráticos puedan utilizar en el proceso de enseñanza aprendizaje y que les pueda ser de apoyo en la educación y formación de los estudiantes

Pregunta No.2 ¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayuda en la formación de los estudiantes?

Interpretación: la mayoría de catedráticos del nivel medio, consideran que los medios de comunicación contribuyen poco en la formación de los estudiantes. Esto evidencia que la programación que los diferentes medios de comunicación tienen, no transmiten suficientes programas que pueda utilizar como un recurso de apoyo en la formación de los estudiantes que tiene a su cargo.

Pregunta No.3 ¿En los medios de comunicación locales obtiene información de los Derechos Humanos que le ayudan en la educación de los estudiantes?

Interpretación: habiéndose obtenido los resultados del cuestionario a catedráticos, se puede evidenciar que su mayoría expresan que es poco lo que los medios de comunicación informan sobre los Derechos Humanos, lo que pone de manifiesto que no hay información básica sobre este tema y que los catedráticos puedan utilizar como recursos didáctico y por lo tanto, les limita para que el estudiante utilice este valioso medio, para ampliar sus conocimientos en el curso afín a este aspecto de la vida social, familiar y cultural.

Pregunta No. 4. ¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente que les ayudan en el proceso de enseñanza a los estudiantes?

Interpretación: por los resultados porcentuales que se obtuvieron, la mayoría de catedráticos expresan que es poco lo que los medios de comunicación contribuyen y ayudan en la educación de los

estudiantes, y que le pueda ser de utilidad para el proceso de la enseñanza. Esto refleja que los diferentes medios de comunicación local, no aportan ayuda alguna para poder ampliar los conocimientos científicos de debe transmitir en su labor docente.

Pregunta No.6. Los medios de comunicación local ¿les permiten participar en alguno(s) programas?

Interpretación: conocidos los resultados de las respuestas que los catedráticos expresaron, nos indican que es poca la participación que los medios de comunicación le permiten en los programas que tienen a diario. Esto nos evidencia que el tener los catedráticos poca participación, no se logra un desarrollo en la interrelación con los estudiantes en actividad de enseñanza.

Pregunta No.7. ¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?

Interpretación: en cuanto a la información obtenida en las respuestas expresadas por los catedráticos, estiman que es poco lo que se observa o escucha en idiomas mayas a través de los medios de comunicación y que le permita hacer un mejor trabajo educativo dado a los diferentes idiomas mayas de la región. Esto evidencia que éstos no transmiten programas en lenguas maternas del municipio, salvo en algunas áreas en donde las radios comunicatorias, específicamente, sí lo hacen y es la única fuente aprovechable por los catedráticos.

Pregunta No.8. ¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto al tema de la familia?

Interpretación: al hacer el análisis correspondiente de las respuestas, la mayoría de catedráticos manifiestan que son pocos los medios de comunicación que proporcionan datos importantes

relacionados a este tema y que le puedan ser de mucha utilidad en su proyección educativa, la formación social y cultural de los estudiantes. Esto da a entender que los medios de comunicación no difunden programas de información sobre la importancia de la familia.

Pregunta No.9. ¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende a apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá a los educandos?

Interpretación: en los resultados obtenidos de los cuestionarios, la mayoría de catedráticos expresan que es poca la información o conocimiento que los medios transmiten sobre este tema. Lo que nos manifiesta que los medios de comunicación que se observan, leen o escuchan en el municipio de Sololá, no transmiten programas sobre este aspecto cultural sololateco. Lo poco que se puede apreciar es cuando se celebran actividades en las fiestas patronales de la comunidad, pero programas específicos no hay.

Proceso de información de catedráticos del ciclo básico

Pregunta No.5

A continuación se le presenta un listado de medios de comunicación masiva que existen o funcionan en el municipio para que usted en orden de importancia (del 1 al 6) le asigne un número a cada uno por la utilidad que le brindan en la ejecución de sus tareas escolares:

Cuadro No. 15

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Radio	20	43.5
2	Programas de Televisión canales locales	01	2.2
3	Programas de televisión de canales nacionales o extranjeros	06	13.0
4	Periódico	05	10.8
5	Cine	01	2.2
6	Internet	13	28.3
7	Otro	00	00.0
TOTAL		46	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: respecto a esta pregunta, en la encuesta a los catedráticos, en su mayoría se manifestaron que es la radio local la que le brinda mayor utilidad para realizar su labor docente. En un pequeño grupo opinan que es la Internet otro medio para beneficiarle en su trabajo pedagógico. Esto indica que es por medio de la radio y la Internet en donde reciben mayor información de utilidad para el proceso de enseñanza.

Pregunta No.10

Asigne en orden de importancia un número (del 1 al 5) según el beneficio que obtiene de los medios de comunicación locales para el proceso de la enseñanza aprendizaje.

Cuadro No. 16

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Información	18	39.1
2	Formación	04	8.7
3	Recreación	09	19.6
4	Orientación	02	4.3
5	Publicidad	13	28.3
TOTAL		46	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: la mayoría de catedráticos encuestados opinan que el beneficio que reciben de los medios de comunicación local para su labor educativa, es más información y publicidad. Es evidente que los medios locales únicamente transmiten información general y desde luego, lo más importante para ellos, la publicidad que es la fuente de ingresos para su empresa.

Proceso de información de catedráticos de diversificado

Pregunta No.5

A continuación se le presenta un listado de medios de comunicación masiva que existen o funcionan en el municipio para que usted en orden de importancia (del 1 al 6) le asigne un número a cada uno por la utilidad que le brindan en la ejecución de sus tareas escolares:

Cuadro No. 17

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Radio	17	43.6
2	Programas de Televisión canales locales	03	7.6
3	Programas de televisión de canales nacionales o extranjeros	04	10.3
4	Periódico	01	2.6
5	Cine	04	10.3
6	Internet	10	25.6
7	Otro	00	00.0
		39	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: como es notorio, por los datos recabados en la encuesta realizada a catedráticos de diversificado, es la radio e Internet, los medios que le ofrecen utilidad para el desarrollo de su trabajo educativo. Las otras elecciones: televisión local, nacional, extranjera, periódicos y cine, no representan mayor importancia para su actividad escolar. Esto evidencia que es la radio el medio más útil que le sirve de apoyo para la enseñanza aprendizaje y la Internet como medio de comunicación moderno, es aplicable directamente como asignatura en los centros educativos del nivel medio. Esto le permite al catedrático hacer una labor efectiva en la educación.

Pregunta No.10

Asigne en orden de importancia un número (del 1 al 5) según el beneficio que obtiene de los medios de comunicación locales para el proceso de la enseñanza aprendizaje.

Cuadro No. 18

No.	Elecciones	Absoluto	Relativo
1	Información	17	43.6
2	Formación	06	15.4
3	Recreación	06	15.4
4	Orientación	00	00.0
5	Publicidad	10	25.6
TOTAL		39	100 %

Fuente: investigación de campo.

Interpretación: la mayoría de catedráticos encuestados opinan que el beneficio que reciben de los medios de comunicación local es más información y publicidad. Las otras elecciones: recreación, formación y orientación no le ofrecen mayor importancia para la ejecución del proceso enseñanza aprendizaje lo que pone de manifiesto que es la información la que recibe por los diversos medios de comunicación.

CONCLUSIONES

1. La investigación realizada indica que es muy escasa la incidencia que los medios de comunicación masiva tienen en el desarrollo educativo de los estudiantes del nivel medio en el municipio de Sololá, según lo reflejado en los resultados de las encuestas.
2. En la mayoría de los centros educativos encuestados, los estudiantes y catedráticos, respondieron que es poca la influencia que los medios de comunicación ejercen en la formación de los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá. Son muy pocos los medios que incluyen programas de esta naturaleza para coadyuvar en la educación de los estudiantes.
3. Los medios de comunicación social del municipio de Sololá, según lo reflejan las respuestas de las encuestas, los estudiantes y catedráticos manifiestan que la influencia social en los estudiantes y la comunidad, es poco perceptible, que no hay programas específicos que los medios de comunicación local tengan en su diaria difusión y que de forma directa contribuyan al fortalecimiento en los diversos valores.
4. En la investigación, según las respuestas de los encuestados, refleja que los medios de comunicación masiva del municipio, tienen escasa repercusión cultural en los estudiantes. No hay programas que directamente transmitan temas relacionados a la cultura sololteca y contribuyan al acervo cultural de los estudiantes del nivel medio.
5. Se aporta una guía temática para medios de comunicación masiva en el municipio de Sololá, para que pueda ser utilizada por los medios de comunicación, catedráticos, estudiantes y grupos de la comunidad.

RECOMENDACIONES

1. A las autoridades: Director Departamental de Educación, coordinadores técnicos administrativos y directores de centros educativos del municipio de Sololá, se les sugiere que a los medios de comunicación masiva, se les requiera que incluyan en su programación, temas educativos, sociales y culturales que contribuyan y que incidan en el desarrollo y aprendizaje educativo de los estudiantes del nivel medio.
2. A los gerentes y responsables de los medios de comunicación radial, televisiva y escrito del municipio de Sololá, que promuevan programas educativos que contribuyan a mejorar la educación de los estudiantes del nivel medio, rural y urbano del municipio de Sololá.
3. A los medios de comunicación social, que incluyan programas con actividades de formación social, para incrementar el bienestar de la familia, fomentar y afianzar los diversos valores de la sociedad.
4. Que los medios de comunicación, catedráticos, grupos de estudiantes y grupos sociales, organicen actividades para fortalecer y conocer los valores culturales de la comunidad.
5. A los directores, directoras, catedráticos, estudiantes, medios de comunicación y grupos sociales del municipio de Sololá, que apliquen la Guía Temática que se les presenta y sistematicen la inclusión de objetivos y contenidos relacionados al estudio.

BIBLIOGRAFÍA

1. ALDANA MENDOZA, Carlos.. **Ciencias de la Comunicación**, Guatemala. Editorial Tecniarte USAC Guatemala. (s f).
2. ÁLVAREZ H., Benjamín. **Educación Ciencia y Tecnología**, Bogotá, Colombia. Editorial Biblioteca del Educador. (s. f).
3. BELTETÓN CARRILLO DE GÁLVEZ, Nidia Zulema, **Internet Como Nuevo Medio de Comunicación**. Guatemala, USAC. 1997
4. CAMPOS TRIGUENÑO, Mario Enrique. **Mercado, Técnica y Comunicación**, Guatemala. Tesis USAC Escuela de las Ciencias de la Educación. (s.f).
5. CASTAÑEDA YÁNEZ, Margarita. Cuarta Edición. **Los Medios de la Comunicación y la Tecnología Educativa**, México. Editorial Trillas 1984.
6. DE LEÓN M., Víctor Hugo. **Los Medios de Comunicación en la Educación Moderna**. Guatemala. Editorial José de Pineda Ibarra. 1986.
7. DÍAZ MALDONADO, Julio César, **Compendio de Pedagogía Tecnológica**, Guatemala. Facultad de Humanidades, USAC. (s. f).
8. GARCÍA HOZ, V. **Diccionario Pedagógico**, Barcelona, España. Editorial Labor, S. A. 1974.
9. DIEUZEIDE, H. **Comunicación y Educación**, Editorial Perspectivas, 1980.
10. EMERY, Edwin. **Las Comunicaciones en el Mundo Actual**, Colombia. Editorial Norma. (s.f).
11. GONZALEZ CASTRO, V. **Medios de Enseñanza**, Editorial de Libros para la Educación, 1999.
12. GUZMÁN Y GUZMÁN, **Prontuario de Comunicación**, Guatemala. (s.e).1986.
13. INTERIANO, Carlos. Séptima Edición. **Semiología y Comunicación**, Séptima Edición. (s. e.). 2001.
14. KAPLÚN, Mario. **Educación y Comunicación**.

15. LÓPEZ FORERO, Luis. **Introducción a los Medios de Comunicación**, Bogotá Colombia. Editorial Universidad Santo Tomás. USTA. (s.f).
16. Morales Berges, Vinicio Ascensión, **La Comunicación Educativa, Área Sur de I Reserva Biosfera Maya, Petén, Guatemala**. USAC. 1997.
17. Plan de Desarrollo Integral Municipio de Sololá
18. RUSSEL, J. Thomas y LANE, W. Ronald. **Kleppner Publicidad**, México. Vigésimo cuarta Edición. Editorial Pearson Educación. 2001.
19. SORIA, Jorge. **Ciencias de la Comunicación**, Guatemala. Tecniarte USAC, (s.f).
20. TRILLA BERNAL, Jaime. **Educación Fuera de la Escuela**, Barcelona, España. Editorial Ariel, S. A. (s.f.).
21. VELÁSQUEZ, Carlos Augusto. **Comunicación, Semiología del Mensaje Ambiguo**, Guatemala, Editorial Talleres Gráficos Isura, 1997.
22. Diccionario Enciclopédico Océano.
23. Diccionario Municipal de Guatemala, Litografía Arte y Color de Guatemala, 2002.

Leyes

24. Constitución Política de la República de Guatemala.

Fuentes

25. Gerentes propietarios de Medios de Comunicación.
26. Biblioteca de Consulta Microsoft 2005.
27. Wikipedia, la Enciclopedia Libre.

APÉNDICE

EJEMPLO DE BOLETA DE ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Humanidades

Apreciable estudiante:

De manera atenta solicito su colaboración para que responda el siguiente cuestionario, que forma parte de un trabajo de investigación relacionado a la incidencia de los medios de comunicación masiva en los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá. Agradezco su valioso aporte.

Parte informativa

Ciclo en que estudia: Básico: Diversificado:
Sexo: M: F: Edad: _____ años
Etnia: Kaqchikel: K'iche': Tz'utujil: Ladina:

Instrucciones: Para responder las preguntas, se presentan tres opciones de respuesta, marque una X en la casilla que considere conveniente.

1. Los medios de comunicación que existen en el municipio de Sololá ¿incluyen programas educativos?
Mucho Poco Ninguno
2. ¿La programación de los medios de comunicación masiva le ayudan en su formación estudiantil?
Mucho Poco Nada
3. ¿En los medios de comunicación locales obtiene información respecto a los Derechos Humanos?
Mucho Poco Nada
4. ¿En los programas que escucha u observa obtiene información respecto a la protección y conservación del ambiente?
Mucho Poco Nada
5. A continuación se le presenta un listado de medios de comunicación masiva que existen o funcionan en el municipio para que usted en orden de

importancia (del 1 al 6) le asigne un número a cada uno por la utilidad que le brindan en la ejecución de sus tareas escolares:

- Radio _____
- Programas de televisión de canales locales _____
- Programas de televisión de canales nacionales o extranjeros _____
- Periódico _____
- Cine _____
- Internet _____
- Otro:
- Especifique: _____

6. Los medios de comunicación local ¿le permite participar en alguno(s) de los programas?

Mucho Poco Nada

7. ¿En los medios locales observa o escucha programas en idiomas mayas?

Mucho Poco Nada

8. ¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto al tema de la familia?

Mucho Poco Nada

9. ¿A través de los medios de comunicación se informa y aprende a apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá?

Mucho Poco Nada

10.. Asigne en orden de importancia un número (del 1 al 5) según el beneficio que obtiene de los medios locales:

- Información _____
- Formación _____
- Recreación _____
- Orientación _____
- Publicidad _____

- Radio _____
- Programas de televisión de canales locales _____
- Programas de televisión de canales nacionales y extranjeros _____
- Periódicos _____
- Cine _____
- Internet _____
- Otro

Especifique: _____

6. Los medios de comunicación local ¿Le permiten participar en alguno (s) programas?

- Mucho Poco Nada

7. ¿En los medios de comunicación local observa o escucha programas en idiomas mayas?

- Mucho Poco Nada

8. ¿Obtiene datos importantes en los medios locales respecto al tema de la familia?

- Mucho Poco Nada

9. ¿A través de los medios de comunicación se informa y enseña a apreciar las tradiciones y costumbres de Sololá a los educandos?

- Mucho Poco Nada

10. Asigne en orden de importancia un número (del 1 al 5) según el beneficio que obtiene de los medios de comunicación locales para el proceso de la enseñanza-aprendizaje.

- Información _____
- Formación _____
- Recreación _____
- Orientación _____
- Publicidad _____

EJEMPLO DE GUÍA DE ENTREVISTA

GUÍA DE ENTREVISTA

1. DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre: _____ Cargo

que desempeña: _____

Nombre de la Institución que representa: _____

Tiempo que realiza en su actividad: _____

Medio o medios de comunicación al que pertenece: _____

II. INFORMACIÓN REQUERIDA

01) ¿Qué es para usted un medio de comunicación masiva? _____

02) ¿Cuáles son los medios de comunicación masiva existentes en el municipio de Sololá? _____

03) ¿Qué medios de comunicación masiva son de mayor importancia para el municipio de Sololá? _____

04) ¿A qué medio de comunicación dedica su labor? _____

05) ¿Cómo califica usted a los diversos medios de comunicación en el municipio de Sololá? _____

06) ¿Qué función cree usted que realizan los medios de comunicación en la comunidad sololteca? _____

07) ¿En qué contribuyen los medios de comunicación en el municipio de Sololá? _____

08) ¿Qué otra información puede usted proporcionar a esta entrevista? _____

Fecha de la entrevista: _____

Nombre del Entrevistador: _____

RESULTADO DE ENTREVISTA REALIZADA A GERENTES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL MUNICIPIO DE SOLOLÁ

01) ¿Qué es para usted un medio de comunicación masiva?

Interpretación: la mayoría de los entrevistados respondieron que es la comunicación que va dirigida a toda la población en general, esto evidencia que se tiene un amplio conocimiento sobre esos medios de comunicación.

02) ¿Cuáles son los medios de comunicación masiva existentes en el municipio de Sololá?

Interpretación: todos los entrevistados respondieron que es la radio la de mayor cobertura y muy poco la televisión por cable. Esto evidencia que el medio más conocido en el municipio es la radio.

03) ¿Qué medios de comunicación masiva son de mayor importancia para el municipio de Sololá?

Interpretación: la mayoría de entrevistados confirman que es la radio ya que es el medio de comunicación más común y al que tiene acceso la comunidad. Esto refleja que es la radio la que tiene mayor importancia en el municipio.

04) ¿A qué medio de comunicación dedica su labor?

Interpretación: los responsables de los distintos medios de comunicación manifiestan que se dedican más a la radio. Esto indica que hay mayor número de comunicadores sociales que se dedican a la locución por radio.

05) ¿Cómo califica usted a los diversos medios de comunicación en el municipio de Sololá?

Interpretación: en la entrevista realizada a los responsables de los medios de comunicación, expresan que son un medio de información y de entretenimiento a la población. Es evidente que los medios de comunicación local se dedican a la publicidad y recreación.

06) ¿Qué función cree usted que realizan los medios de comunicación en la comunidad sololteca?

Interpretación: como es notorio, por los datos recabados en la encuesta realizada, la mayoría opinan que los medios locales su función es la de entretenimiento y en algunos caso o acontecimientos de información. Esto

manifiesta que la única función que los medios tienen en el municipio es de información y entretenimiento.

07) ¿En qué contribuyen los medios de comunicación en el municipio de Sololá?

Interpretación: la mayoría de entrevistados opinan que los medios de comunicación locales únicamente contribuyen a la recreación e información, lo que evidencia que los medios de comunicación que se encuentran en el municipio de Sololá, son un medio de información.

08) ¿Qué otra información puede usted proporcionar a esta entrevista?

Interpretación: respecto a esta pregunta, en la entrevista realizada a los gerentes de los medios de comunicación, la mayoría de ellos manifiestan que pueden utilizarse estos medios para otro tipo de programación, siempre y cuando se tengan los recursos necesarios. Esto evidencia que hay buenas intenciones de mejorar la programación para llevar o trasladar un mensaje más positivo y provechoso a la población.

FACULTAD DE HUMANIDADES

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Guía Temática para Medios de Comunicación Masiva en el Municipio de Sololá

José Napoleón Mogollón Archila

Guatemala, marzo de 2009

ÍNDICE

	Página
1. Presentación	1
2. Justificación	2
3. Objetivos	3
4. Forma de utilización de la Guía Temática	4
5. Lineamientos que deben tomarse por los comunicadores sociales	5
6. Como hablar en público	5
7. Uso del micrófono	6
8. Transmisiones por televisión	7
9. Como escribir un texto	8
10. Recursos	8
11. Evaluación	9
12. Guía Temática (contenidos)	9
➤ La Familia	9
➤ Tradiciones y Costumbres de Sololá	11
➤ Medio Ambiente	11
➤ Derechos Humanos	12
➤ Bibliografía	13

PRESENTACIÓN

La presente guía temática para medios de comunicación masiva en el municipio de Sololá, ha sido diseñada con la intención de proporcionar una herramienta sencilla a las personas que con buena voluntad y dedicación, informan, recrean y transmiten mensajes escritos, orales o por imágenes a la sociedad. Se presentan temas de interés general y que de una u otra manera, son de importancia para la familia, los estudiantes y para los habitantes en general.

Este material tiene el propósito de facilitar a los comunicadores sociales, los instrumentos didácticos para contribuir a la formación y al desarrollo educativo. Porque los medios de comunicación no deben sólo cumplir con informar, sino también contribuir a tener una sociedad, educada y bien orientada.

En su estructura se encuentra la justificación de la guía, el objetivo general y específicos, indicaciones para su utilización, algunos lineamientos que el comunicador social debe tomar a consideración para que los mensajes lleguen a la audiencia en forma clara, correcta y concisa, así como, una guía temática para poder ser utilizada en diferentes medios de comunicación en beneficio principalmente de los estudiantes.

José Napoleón Mogollón Archila

JUSTIFICACIÓN

Esta guía ha sido creada especialmente para los comunicadores sociales, que día a día se interrelacionan con los diferentes grupos sociales de la población. El fin primordial es que se tenga una herramienta básica, una guía para que se puedan presentar programas educativos radiales y por televisión, para que ayuden a los estudiantes del nivel medio del municipio de Sololá, a desarrollar todas sus facultades y conocimientos en el área social, cultural y científica

Es importante saber en este momento, que la tecnología ha ido en un vertiginoso desarrollo. Los medios de comunicación no escapan a esos grandes cambios y por consiguiente, tienen mucha influencia en los seres humanos y juegan un papel fundamental, por lo que deben ser aprovechados para que dentro de su programación ordinaria, incluyan temas que ayuden al desarrollo educativo de la población y principalmente de los jóvenes.

Si los medios de comunicación masiva local, toman conciencia que es necesario desarrollar programas educativos, aprovechando los elementos que esta guía proporciona, se tendrán logros positivos, y al final, habrá una sociedad más consolidada y educada.

OBJETIVOS

➤ **General**

- * Contribuir al conocimiento de algunos temas de utilidad para estudiantes y la comunidad, que puedan ser difundidos en programas educativos en los medios de comunicación masiva, así como, que contribuyan al fortalecimiento de la familia, aprecie su entorno, respete a sus semejantes y valore las costumbres que identifican a la comunicad sololteca.

➤ **Específicos**

1. Proporcionar a los comunicadores sociales, una herramienta básica de apoyo para el buen desempeño de su función social, a través de los distintos medios de comunicación local.
2. Contribuir a que las y los jóvenes, que desempeñan una labor de comunicación social en los diferentes medios, utilicen y proporcionen al máximo, su potencialidad en forma técnica y eficaz. en el desarrollo integral del comportamiento, formación y educación de los estudiantes, en el marco del respeto a los derechos humanos y apegados a las leyes que la rigen.
3. Proporcionar una guía de consulta e información que contiene elementos fundamentales para el fortalecimiento y estabilidad familiar de la sociedad.
4. Facilitar temas que coadyuven a la educación social y cultural de la población escolar y del municipio de Sololá.
5. Brindar información sobre factores y elementos que contribuyen a proteger y conservar el medio ambiente del municipio de Sololá y que pueden ser utilizados en el proceso de enseñanza aprendizaje.
6. Orientar en el marco del respeto a los derechos humanos y apegados a las leyes que los rigen.

FORMA DE UTILIZACIÓN DE LA GUÍA

El contenido de esta guía, por su temática de interés educativo, social y cultural, puede ser utilizada por:

- a) Grupos sociales
- b) Directivas de docentes
- c) Docentes de materias afines
- d) Estudiantes
- e) Padres de Familia
- f) Organizaciones estudiantiles
- g) Instituciones que se preocupan por la educación de la población

En la aplicación de esta guía temática para medios de comunicación masiva, se presentan algunas consideraciones que se deben tomar muy en cuenta:

1. Identificar el alcance y extensión que el medio de comunicación, con el que interactúa, tiene en la población.
2. Establecer diálogos con los diversos grupos sociales para conocer su opinión sobre temas culturales o sociales.
3. Promover encuestas de opinión con la audiencia sobre temas de interés social.
4. Desarrollar programas en vivo en horarios que ayuden a los jóvenes y a la sociedad en general a participar activamente.
5. Contemplar en la programación diaria entrevistas de opinión de la audiencia con la participación de los estudiantes.
6. Cuidar que las palabras, imágenes o escritos en los diversos programas sean de utilidad educativa para la audiencia.
7. Procurar la participación de los jóvenes en programas de reportajes que sean de su interés.
8. Establecer en su programación musical o recreativa, cuñas que motiven a los jóvenes y a la audiencia en general, a mejorar o preservar su entorno.

LINEAMIENTOS QUE DEBEN TOMARSE EN CUENTA POR LOS COMUNICADORES SOCIALES

1. Cómo hablar en público

1.1. Dicción: más allá de la vocalización, la dicción se refiere a la forma global de expresión del idioma. En términos generales, a su locución. Para tener una buena dicción, lea diariamente, en voz alta, párrafos de artículos selectos, poesías, fragmentos de narraciones, etc. Hágalo sin prisa. La prisa es mala consejera en la locución.

Cuando lea, hágalo de pie y levante el texto a la altura de su rostro, no incline la cabeza, así respirará mejor.

Piense siempre que está locutando ante un micrófono. Convéncase que es un buen locutor.

Lea un párrafo de unas cuatro líneas y léalo sin los signos de puntuación, luego, vuelva a decirlo pero poniéndole mentalmente los signos.

Improvisar una charla de dos minutos sobre cualquier tema, y, grabe esa improvisación. Escúchela y analice en qué tropezó. Siempre que deba improvisar, trace mentalmente un cuadro sinóptico de los cinco puntos básicos, poniendo énfasis en el primero y el último. Exponga sus ideas en orden y sin precipitaciones, no hable de prisa ya que se le agotará el tema pronto, no exagere la lentitud de exposición, improvise con un ritmo natural y voz convencida. Con eso demostrará conocimiento, serenidad, firmeza y le dará confianza en usted mismo. Hay que recordar que entre los oradores, los mejores oradores con los que jamás improvisan.

De vez en cuando, trate de imitar a buenos locutores.

1.2 Entonación: la entonación es la afectación que se le da al tono fundamental de la voz. Manejamos todos los tonos posibles que

puedan utilizar nuestra voz (bajar, subir, planear, espaciar y saltar) o inflexiones.

Como ejercicio para la entonación, lea el periódico usando diferentes tonos en las palabras.

- 1.3 Vocalización:** error común en algunos locutores es la supresión o la alteración de letras y sílabas en las palabras. Esto obedece a una mala vocalización o articulación de los sonidos. Suelen justificarse de mil maneras: leí muy rápido, está oscuro el texto o estoy nervioso, etc.

Algunos ejercicios prácticos como: abrir y cerrar la boca (todo lo que pueda), repitiéndolos cinco veces por la mañana y la noche, durante cinco días, ayudará a mejorar la vocalización.

Luego, dedíquese unos 30 días a las vocales, los diptongos y triptongos. Esfuércese por una pronunciación clara, precisa y sonora. Que cada letra suene limpia. Ejercite las veces que pueda. (7:1/11)

1.4 Uso del Micrófono

A la hora de estar frente al micrófono es necesario tener en cuenta varias condiciones para que la locución salga perfecta. Aquí algunos puntos a considerar:

- 1.4.1 "Posición: siéntese bien, en el caso de que así lo requiera, descansado, desahogado.
- 1.4.2 Distancia: depende de la calidad del micrófono. Se considera prudente a unos 20 centímetros.
- 1.4.3 Prueba de nivel: no tocar, no soplar.
- 1.4.4 Plano de voz: se logran acercándose o retirándose del micrófono.
También con leve movimiento de cabeza.
- 1.4.5 Ritmo: no quiera decir muchas cosas en poco tiempo.
- 1.4.6 Respire correctamente: por la nariz, suave y silenciosamente.

1.4.7 Íntimo: se habla a una persona, a un amigo. No a una multitud. Además, debe atender las siguientes consideraciones: Evite los carraspeos, toser y estornudar. Hable en voz baja. Respire correctamente. Hable al micrófono y con el micrófono. Coloque bien su voz. Mantenga una sonrisa en los labios. Evite los ruidos del papel, las manos, la boca, la respiración, etc. Y Articule claramente". (6:1/12)

2. Transmisiones por Televisión

2.1 Posición corporal: frente a la cámara o el micrófono, hay que emplear todo el cuerpo. Porque los seres humanos hablamos no solamente con la lengua. Utilizamos los brazos, las manos, los ojos, para expresarnos mejor.

Obviamente, si no se tiene convicción, de nada sirve la gesticulación. No cruces los brazos ni los escondas detrás. Hay que aprovechar todos los músculos, especialmente los de la cara, para darle fuerza a tus palabras. Hay que mover todo el cuerpo, pero manteniendo la cabeza en dirección al micrófono o la cámara, pero no salirse del plano. Al buen locutor de televisión se le conoce por sus gestos, por las muecas de su cara, el brillo de sus ojos, su posición dinámica. (8)

3.2 Forma de sentarse y de vestir para transmitir en televisión..

La forma de sentarse depende del tipo de programa que se esté transmitiendo y de la tele audiencia. Es necesario que quienes desempeñan labores de comunicadores sociales en imágenes, mantengan una postura respetuosa al público, honesta y digna. Se deben tomar muy en cuenta los diversos valores éticos y morales.

La ropa depende del lugar a donde asistan. Si se concurre a un lugar de trabajo, como la televisión, se debe vestir eligiendo la ropa y los colores en relación con las ocasiones o el programa que realiza y el tipo de audiencia que el canal de comunicación desarrolle. (8:1)

3. Cómo escribir un texto

3.1 Escoger el caso que se va a escribir.

Los criterios para escoger un caso son en primer lugar personales: a uno le interesa el tema, le produce curiosidad averiguar algo sobre ello, tiene total acceso a la información de todas las partes involucradas, cree que puede ser muy útil para comunicarlo.

3.2 Hacer la investigación

Se trata de ampliar la recopilación de los recortes de prensa, las publicaciones de revistas, las tesis de estudiantes, los estudios, documentos internos, etc., que tengan relación con el caso desde las más variadas perspectivas.

3.3 Escribir el caso

Al igual que en otros géneros, antes de escribir un caso, es útil tener un esquema o plan de los temas que se van a desarrollar y que serán comunicados. La redacción de un caso debe hacerse con el uso de localismos que dan fuerza y riqueza a una frase, pero los casos deben entenderse sin dificultad por todos los grupos sociales. (8:1/12)

3.4 Cuidar la ortografía

Uso de tildes, letras equívocas, mayúsculas y signos de puntuación.

RECURSOS

- Invitación a especialistas en las diferentes áreas.
- Representantes de diferentes instituciones locales, nacionales e internacionales.
- Presentación en páginas de Internet, Web.
- Diferentes medios de comunicación social: Radio emisoras comunitarias, radios locales, televisión por cable.
- Organizaciones juveniles, padres de familia, docentes, etc.

EVALUACIÓN

De acuerdo a las diversas normas de la evaluación, para el logro de los objetivos de la guía, se sugieren las siguientes:

1. Objetiva

- Encuestas de opinión
- Entrevistas en línea
- Participación directa en programas

2. Subjetiva

- * Responsabilidad
- * Actitudes y Conducta
- * Práctica de valores
- Aceptación social

Guía Temática (contenidos)

1. La Familia

OBJETIVO	TEMA	ACTIVIDADES SUGERIDAS
1. Valorar el papel de la familia en la sociedad para comprender la vida de interrelación social.	1. El papel de la familia en la sociedad. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Origen de la familia. ➤ Desarrollo de la fuerza del carácter ➤ ¡Por qué los padres pierden su autoridad. (2:27) 	1. Cuñas radiales 2. Entrevistas 3. Noticias radiofónicas 4. Mesa redonda 5. Foro
2. Considerar los enfoques básicos de cómo entender a los hijos en una edad difícil para fortalecer los vínculos familiares.	2. Como entender a los hijos en una edad difícil <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rasgos del adolescente ➤ El adolescente frente a sus padres ➤ La parte de los padres. (2:187) 	1. Diálogos 2. Debates dirigidos 3. Debates públicos 4. Mesa redonda

2. Tradiciones y Costumbres de Sololá

OBJETIVO	TEMA	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>1. Comprender la situación social, cultural y religiosa del municipio y genera espacios de análisis en la comunidad a fin de desarrollar relaciones sociales de respeto, tolerancia, diálogo e interculturalidad.</p>	<p>1. Fiestas populares.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Feria titular. ➤ Semana santa ➤ Día de los santos ➤ La cruz ➤ Navidad ➤ Año nuevo ➤ Corpus ➤ Bailes de disfraces ➤ Cofradías <p>(6:7/27)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuñas radiales 2. Entrevistas 3. Reportajes 4. Transmisiones en vivo

3. Medio Ambiente

OBJETIVO	TEMA	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>1. Identificar y definir el valor e importancia que para el ser vivo representa el planeta tierra para protegerlo y preservarlo.</p>	<p>1. Conservación de medio ambiente.</p> <p>Conceptos básicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La Conservación y el ecodesarrollo sostenido ➤ Calidad de vida. <p>1-2 Alternativas de solución a la problemática</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuñas radiales 2. Entrevistas 3. Mesa redonda 4. Spot 5. Foro 6. Reportajes

<p>2. Manejar procedimientos para el descubrimiento de los elementos del entorno natural en forma creativa y colaborativa en su sostenibilidad.</p>	<p>ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Contaminación <p>Estrategias culturales, educativas y legislativas para la conservación y el desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Relación entre el ser humano y el medio ambiente ➤ La educación ambiental ➤ Participación ciudadana <p>(1:66)</p> <p>2. El Medio ambiente en Sololá.</p> <p>2.1 El Medio ambiente y La población humana.</p> <p>2.2 El Suelo</p> <p>2.3 Agua pura</p> <p>2.4 Aire puro</p> <p>2.5 Las plantas</p> <p>2.6 Los animales salvajes</p> <p>2.7 Basura y depósitos seguros. (3:66)</p>	<p>1. Cuñas radiales</p> <p>2. Diálogos</p> <p>3. Entrevistas</p> <p>4. Transmisiones en vivo</p>
---	---	---

4. Derechos Humanos

OBJETIVO	TEMA	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>1. Identificar los principales momentos de los Derechos Humanos, reconocer los beneficios del desarrollo de la persona humana.</p> <p>2. Explicar las implicaciones sociales, económicas y culturales de los convenios y acuerdos nacionales e internacionales suscritos por el gobierno de Guatemala para el desarrollo del país.</p>	<p>1. ¿Qué son los derechos humanos?</p> <p>2. Cumplimiento de los acuerdos de paz. Acuerdos sobre Identidad de los pueblos indígenas. Acuerdos sobre aspectos socioeconómicos y situaciones agrarias Acuerdo global sobre derechos Humanos. Convenios internacionales. Derechos de los pueblos indígenas.</p> <p>3. Convenios sobre los derechos del niño y la niña.</p> <p>1. Legislación contra la discriminación.</p> <p>2. Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.</p> <p>3. Prevenir e irradiar la violencia intra familiar. (4:7/129)</p>	<p>1. Diálogos</p> <p>2. Entrevistas</p> <p>3. Noticias radiofónicas</p> <p>4. Radio revista</p> <p>5. Debates dirigidos</p> <p>6. Debates públicos</p> <p>7. Guión radiofónico</p> <p>8. Mesa redonda</p> <p>9. Spot</p> <p>1. Radio revista</p> <p>2. Debates dirigidos</p> <p>4. Debates públicos</p> <p>4. Foro</p> <p>5. Reportajes</p>

BIBLIOGRAFÍA

1. ANTILLÓN M. Ricardo. **Manual de Capacitación Ambiental**. Guatemala. Consejo Nacional de Capacitación ambiental.
2. COLLINS, Sergio V. **Problemas de la Vida Familiar y su Solución**. México D. F. Ediciones Interamericanas. (s.f.)
3. **El Medio Ambiente Hoy y Mañana**. CONAMA. 1991.
4. **Los Derechos Humanos y sus Leyes**. Magna Terra Biblioteca Presidencial para la Paz. 2002.
5. QUINTANA, Epaminondas. **Sololá de mis Recuerdos**. Guatemala. Editorial Guate-Grafic. 1982.
6. ESQUIU, Mariela. **La Técnica del Micrófono**. <http://www.mundoweblog.com>. 2006.
7. **Hablar con el Cuerpo**. <http://radialistas.net>. 2002
8. **Taller Radio**. <http://www.geocities.com>. 2007.

ANEXOS



MUNICIPIO DE SOLOLÁ

