

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

ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LOS ESCOLARES
DE NIVEL MEDIO EN EL MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPÉQUEZ

TRABAJO DE TESIS

PRESENTADO POR

LILIAN DELFINA BUCARO PÉREZ

PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ASESORA:

LICENCIADA ARACELLY KRISANDA MERIDA GONZÁLEZ

Guatemala, Noviembre de 2,003.

D.L.
16
T(476)

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

DIRECTOR

Doctor Wangner Díaz Chosco

CONSEJO DIRECTIVO

REPRESENTANTES DOCENTES

Lic. Victor Carillas
Lic. Sergio Morataya

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Marco Julio Ochoa España
Julio Cesar Hernández Pivaral
Walter Mauricio Orozco

REPRESENTANTE DE EGRESADOS

Lic. Marcel Arévalo

SECRETARIO

Lic. M. A. Elpidio Guillén

TRIBUNAL EXAMINADOR

Licda. M. A. Aracelly Mérida (Presidenta, Asesora)
Lic. César Paiz
Licda. M. A. Lesvia Morales
Lic. Nery García
Lic. Donaldo Vásquez
Lic. Mario Tojé (Suplente)



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

Guatemala, 10 de septiembre de 2,002
ECC 869-02

Señorita
Lilian Delfina Búcaro Pérez
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimada señorita:

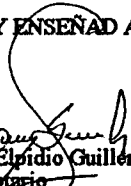
Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 6.4, del Punto SEXTO, del Acta No. 26-02 de sesión celebrada el 02-09-02.

"SEXTO:...

6.4 Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante LILIAN DELFINA BUCARO PEREZ, Carné No. 9711767, el trabajo de tesis: ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACION POR LOS ESCOLARES DE NIVEL MEDIO EN EL MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPEQUEZ, DEPTO. DE GUATEMALA. b) Nombrar como asesora a la Licda. Arcelly Mérida."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Elsidio Guillén
Secretario



EG/lm
cc. Comisión de Tesis

Por una Escuela con luz propia



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

Guatemala, 15 de octubre de 2003
ECC-1164-03

Señor (a)(ita)
Lilian Delfina Búcaro Pérez
Esc. Ciencias de la Comunicación

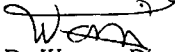
Estimado (a) señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 15.2 del Punto DECIMO QUINTO, del Acta No. 26-03 de sesión celebrada el 13-10-03.

“DECIMO QUINTO:...15.2... El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales Licda. Aracelly Mérida (presidente), Lic. César Paiz, Licda. Lesvia Morales, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **LILIAN DELFINA BUCARO PEREZ**, Carné No. 9711767, cuyo título es: **ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACION POR LOS ESCOLARES DE NIVEL MEDIO EN EL MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPEQUEZ**. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Dr. Wangner Díaz
Director



WD/kdp

Por una Escuela con luz propia



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

DICTAMEN TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 28 de octubre de 2003

Señores
Consejo Directivo
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio

Distinguidos Señores:

Por este medio informamos a ustedes que el (la) estudiante LILIAN DELFINA BUCARO PEREZ carné No. 97 11767

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su trabajo de tesis Acceso a los medios de comunicación de los escolares de nivel medio en el municipio de San Juan Sacatepéquez.

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Miembro Comisión Revisora
Lic. César Paiz


Miembro Comisión Revisora
M.A. Licda. Lesvia Morales


Presidente Comisión Revisora
M.A. Licda. Aracelly Mérida

Por una Escuela con luz propia



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

Guatemala, 05 de noviembre de 2003
ECC-1280-03

Señor (a)(ita)
Lilian Delfina Búcaro Pérez
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a)(ita):


Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 5.6 del Punto QUINTO, del Acta No.29-03 de sesión celebrada el 03-11-03.

“QUINTO:...5.6...

El Consejo Directivo ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: **ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE LOS ESCOLARES DE NIVEL MEDIO EN EL MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPEQUEZ**, presentado por el (la) estudiante **LILIAN DELFINA BUCARO PEREZ**, Carné No. 9711767, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Nery García y Lic. Donaldo Vásquez, (titulares) Lic. Mario Tojé (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Licda. Aracelly Mérida (Presidenta), Lic. César Paiz, Licda. Lesvia Morales, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Lic. Elpidio Guillén
Secretario



EG/kdp

Por una Escuela con luz propia

**PARA EFECTOS LEGALES,
ÚNICAMENTE LA AUTORA
ES RESPONSABLE DEL
CONTENIDO DE ESTE TRABAJO**

AGRADECIMIENTO

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por prepararme como profesional.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por proporcionarme el alimento intelectual como comunicadora social.

A LOS CATEDRÁTICOS DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Porque en mi formación profesional, está la semilla
de cada uno de ellos.

A MI ASESORA DE TESIS

Por su apoyo incondicional para realizar este trabajo.

AL DR. WAGNER DÍAZ, DIRECTOR DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por brindarme su amistad.

AL LIC. ELPIDIO GUILLÉN, SECRETARIO DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por su espontáneo servicio a los estudiantes.

A LAS FAMILIAS VÁSQUEZ MEJÍA Y GONZÁLEZ ANDRINO

Por su apoyo, amistad, cariño, compañía y motivación
para seguir adelante.

INDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCION	3
CAPITULO I	
I. MARCO CONCEPTUAL	5
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Justificación	6
1.3 Delimitación del tema	7
CAPÍTULO II	
II. MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPÉQUEZ	8
2.1 Apuntes históricos	8
2.1.1 Etimología	8
2.1.2 Referencia Histórica	8
2.2 Ubicación, extensión territorial y limites	10
2.3 Integración territorial	11
2.4 Topografía alturas, distancias y vías de comunicación	12
2.5 Hidrografía y Orografía	12
2.6 Lugares de atracción turística	14
2.7 Integración Social	14
2.8 Comida Tipica	15
2.9 Producción	15
2.9.1 Integración Económica	15
2.9.2 Agricultura	17
2.9.3 Industria	17
2.9.4 Tejeduría	17
2.9.5 Cestería	18
2.9.6 Orfarería	18
2.9.7 Cohetería	18
2.10 Fiesta Titular	19
2.11 Idioma	19
2.12 Leyendas, tradiciones y folklore	19
2.12.1 Leyendas	19
2.12.2 Tradiciones	20
2.12.3 Costumbres	20
2.13 Deportes	22
2.14 Trajes típicos	22
2.15 Infraestructura	23
2.16 Centros de importancia	24
2.17 Transportes	25
2.18 Medios de comunicación existentes en el municipio	25
2.19 Población	26
2.20 Características económicas	26
2.21 Grupo étnico	26
2.22 Cultura	27
2.23 Estructura por edad y sexo	28
2.24 Total de población por área urbana, rural y sexo	28

RESUMEN

Nombre: Acceso a los medios de comunicación de los escolares de nivel medio en el municipio de San Juan Sacatepéquez.

Autora: Lilian Delfina Búcaro Pérez.
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Problema investigado: ¿Cuál es el acceso, disponibilidad y tipo de consumo de los medios de comunicación en los escolares de secundaria en el municipio de San Juan Sacatepéquez?

Instrumentos: Fichas bibliográficas, documentos escritos como libros, periódicos, revistas, tesis, conferencias escritas y cuestionario de 35 preguntas.

INTRODUCCIÓN

El contacto con los medios de comunicación es una de las actividades de base fundamental del que hacer humano, por lo que con este trabajo de investigación se realizó un esbozo general del acceso, disponibilidad y tipo de consumo de los medios de comunicación en los escolares de secundaria en el municipio de San Juan Sacatepéquez.

El objetivo principal es dar a conocer el acceso a los medios de comunicación de los escolares de nivel medio en el municipio de San Juan Sacatepéquez.

El estudio de campo se realizó en tres establecimientos, uno estatal y dos privados: Instituto Nacional de Educación Básica "República de Austria", Colegio "La Infancia" y Colegio "Atenas" de San Juan Sacatepéquez.

El trabajo de tesis está integrado por los siguientes capítulos:

Capítulo I

Presenta el marco conceptual: planteamiento del problema, justificación y delimitación del tema.

Capítulo II

Contempla la monografía del municipio de San Juan Sacatepéquez.

MARCO CONCEPTUAL

CAPÍTULO I

I. MARCO CONCEPTUAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este trabajo de investigación buscó establecer la disponibilidad, acceso y consumo que los jóvenes de tercero básico tienen con los medios de comunicación y sus mensajes, para conocer la relación que guardan con dichos medios y el grado de influencia que tienen en ellos al dejarles con sus programaciones una formación educativa o únicamente de entretenimiento, ya que esto influirá en los jóvenes al llegar al nivel diversificado y a la universidad positiva o negativamente formándose como ciudadanos responsables y profesionales activos.

Conocer los medios de comunicación a los que el estudiante de tercero básico tiene acceso y el tipo de consumo, gustos y preferencias.

Por lo expuesto anteriormente se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál es el acceso, disponibilidad y tipo de consumo de los medios de comunicación de los escolares de secundaria en San Juan Sacatepéquez?

1.3 DELIMITACIÓN DEL TEMA

El objeto de estudio es el acceso a los medios de comunicación por los jóvenes estudiantes comprendidos entre las edades de 15 a 18 años cursantes de 3º. Básico en las instituciones educativas públicas y privadas: Instituto Nacional de Educación Básica "República de Austria", (único establecimiento público en el municipio) y Colegio "La Infancia" y Colegio "Atenas" ubicados en el Municipio de San Juan Sacatepéquez del departamento de Guatemala, el estudio se realizó durante los meses de Julio-Septiembre 2002.

**MUNICIPIO DE
SAN JUAN SACATEPÉQUEZ**

CAPÍTULO II

Tras la conquista, los españoles dividieron el territorio en provincias y una de ellas, la 5ª. Se denominó SACATEPÉQUEZ AMATITANES, habiendo sido SAN JUAN SACATEPÉQUEZ la cabecera de esa Alcaldía por algún tiempo, ya que era el más poblado y el de mayor abolengo de los pueblos que la componían.

Según documentos existentes, el título de tierras de San Juan Sacatepéquez, tiene fecha 3 de Febrero de 1752, en el que consta que los indios de la región compraron al Rey de España, cuatrocientos ochenta (480) caballerías y 38 manzanas de tierras que se aplicaron para sus ejidos, pagando 1,200 pesos de la moneda de la época.

Posteriormente fueron segregadas tierras para los municipios vecinos. Según el Diccionario Municipal de Guatemala (2002): "Por Acuerdo Gubernativo del 8 de Marzo de 1923, la cabecera municipal con categoría de pueblo se elevó a VILLA considerando su crecimiento, desarrollo agrícola, comercial, social y cultural". Al decretarse la Constitución Política del Estado de Guatemala, en 11 de Octubre de 1825, se dividió el territorio nacional en 11 distritos y varios circuitos; y en el Distrito 8º.

Y como cabecera de circuito, figura entonces SAN JUAN SACATEPÉQUEZ. En la cabecera municipal nació el 2 de Abril de 1785, el Arzobispo Francisco de Padula García Peláez, autor de las "Memorias para la Historia del Reino de Guatemala", interesante obra escrita en tres tomos.

2.3 INTEGRACIÓN TERRITORIAL

Su jurisdicción municipal comprende: una VILLA, que es la cabecera municipal, denominada San Juan Sacatepéquez; trece aldeas, con varios caseríos, descritas así: Aldea Estancia Grande, con los caseríos: San Francisco Las Lomas, y los Turuy; Aldea Suacité con los caseríos: San Matías, Paraje Patanil, Los Guates, Estancia El Rosario y Los Canales; Aldea Montúfar, con los caseríos: Pachún, San Jerónimo, Los Solís, Los Pirires, Los Cós, Chusec, Los Sabanes, y Los Noj; Aldea Cerro Alto, con los caseríos: Realhuit, Los Ajvix, Pasajoc, Los Patzanes; Aldea Sacsuy, con el caserío Pachalí; Aldea Comunidad de Ruiz (donde está la Escuela Politécnica) con el caserío Los Chivoc; Aldea Cruz Blanca, con los caseríos: San Antonio Las Trojes y Santa Fé Ocaña; Aldea Lo de Ramos, con los caseríos Comunidad Pilar I y El Pilar II; Aldea Loma Alta, con los caseríos Los Pajoques, Los Guamuch y Ascensión; Aldea Sajcavillá, con los caseríos: Cruz Verde, Concepción, Los Encuentros y Buena Vista; Aldea Lo de Mejía, con los caseríos: Lo de Ortega, Los Sanjuaneritos y Lo de Carranza, donde se asientan varias lotificaciones actualmente; Aldea Camino de San Pedro y Aldea Comunidad de Zet, con el caserío Cruz Verde.

Las Fincas principales son: Santa Rosa, Cotzibal, Concuá, La Trinidad, Los Cheley, La Soledad, Las Palmas, Santa Teresa Patzuj, San José Puluc, Estancia del Rosario, San Rafael Chusec, San Francisco Las Animas, Los Quequezque, Lo de Castillo, Finca San

Patzaljá, Ruyalhui, Cotzibal, Satzí, Simajuí, Pixcayá y el Río Motagua que corre en el norte del municipio.

La topografía de este municipio es irregular, bastante montañoso y quebrado, presenta pocas planicies, tiene muchas pendientes y hondonadas cubiertas de verde y exuberante vegetación. Tiene regiones muy fértiles que gradualmente van haciendo contacto con partes de terrenos secos, barrocos y hasta arenosos.

El clima es variado, siendo sus condiciones templadas, frías y cálidas. Cuenta con algunos cerros dignos de mencionarse: El Cerro Candelaria, situado al norte de la cabecera se extiende desde el río Raxtunyá, hasta las afueras de la misma, y posee vetas de calcio en sus entrañas.

El Cerro Carnaval, ubicado en la aldea Sajcavillá, el que por su altura y conformación tiene todas las características de un volcán en formación, y cuenta con minas de mármol, que fueron explotados durante el gobierno del General José María Reyna Barrios.

El Cerro Pala Paga, que se encuentra enclavado en la aldea Lo de Mejía. El Cerro Colorado en la Aldea Camino de San Pedro. En la aldea Montúfar, se encuentran el Cerro Chusec, la Campana, Santa Ana. En la aldea Loma Alta: Curup El salvador, Ayapán, Chitay, de los Castellanos y de Los Pajoc.

En la mayoría de las Aldeas y Caseríos existen servicios públicos esenciales: agua potable, energía eléctrica, puestos de salud, canchas deportivas y escuelas de instrucción primaria.

2.8 COMIDA TIPICA

También dentro de sus tradiciones, cuenta San Juan Sacatepéquez con sus comidas típicas, entre éstas EL PINOL, que se compone de maíz tostado y molido, carnes de pollo y res, con un recado especial compuesto de varios ingredientes, cuyo condimento es exquisito. Se hace solo en fechas especiales o alguna celebración como: matrimonio, cumpleaños, fiesta de cofrades, bautismo y otros.

Así mismo el FIAMBRE NEGRO, también llamado "Amor, celos y sentimentos" que consiste en un recado con varias carnes y frijoles negros, que se sirve en escudilla de barro.

2.9 PRODUCCIÓN

2.9.1 Integración Económica

Aunque sus tierras no son generalmente fértiles, se obtiene variada y suficiente producción para el consumo interno, con excedentes para su comercialización; principalmente maíz, café, frijol, legumbres, hortalizas y una gran variedad de frutas, como aguacates, ciruelas, manzanas, peras, membrillos, manzanillas, duraznos, nísperos; mora, fresa, jocotes, naranja, granadillas, limón, zapote, etc.

2.9.2 Agricultura

Dado a la variedad de suelo existente, toda la tierra es productiva, gracias a la diligencia y dedicación de sus moradores al trabajo, la mayoría se dedica al cultivo de maíz, café, frijol, frutas de la región como: ciruelas, duraznos, peras, membrillos, jocotes, perotes, nísperos, anonas, manzanas, manzanillas, bananos, moras, fresas, naranjas, granadillas, limones, etc. Legumbres, hortalizas y como principal fuente económica del municipio: la floricultura, por lo tanto en la cabecera municipal como en aldeas cercanas: Loma Alta, Camino a San Pedro, Sajcavillá y Cruz Blanca se dedican a la jardinería siendo las principales flores: claveles, crisantemo, gladiolo y rosas y en menor escala: el dragón, dalia, clavellina, alhelí, aster, estaticia, ave del paraíso y otros. Es por eso que con mucha satisfacción se le denomina "LA TIERRA DE LAS FLORES".

2.9.3 Industria

La Tapicería es una industria importante en el municipio por la elaboración de sus muebles de finos acabados y diversidad de estilos.

2.9.4 Tejeduría

En la población existen varios telares de estilo antiguo y telares pequeños manuales, los que utilizan las mujeres para elaborar las telas de sus propios trajes típicos que por su colorido son admirados tanto en Guatemala como en los demás países en donde se exhiben.

2.10 FIESTA TITULAR

Se celebra con gran fervor cívico todas las efemérides nacionales y con mucha solemnidad las fiestas religiosas, principalmente la FIESTA TITULAR que ocurre durante los días del 22 al 27 de Junio anualmente, siendo el día principal el 24 de Junio en honor a San Juan Bautista, patrono espiritual de esta Villa, ofreciendo solemnes actos y ceremonias religiosas, así como interesantes eventos sociales y deportivos que despiertan gran entusiasmo popular.

2.11 IDIOMA

Se habla el idioma español y el Kaqchikel.

2.12 LEYENDAS, TRADICIONES Y FOLKLORE

2.12.1 Leyendas

Existen algunas leyendas de los antepasados, entre los más conocidos o populares: La Llorona, Juan Cenís y otros.

⌘ La cofradía:

Es una costumbre de origen colonial en la cual veneran alguna imagen en especial como: San Juan, Jesús, El Rosario, La Cruz, etc. Dentro de estas, están organizadas El Fiscal como autoridad superior, Mayordomos y Texeles y Cofrades. Practican costumbres y trajes típicos de sus antepasados.

⌘ Auxiliaturas:

Forman parte de una autoridad civil-indígena, existen en todo el municipio, en la cabecera municipal tienen una costumbre en la cual veneran a la Santa Cruz en la cual se celebran festividades como procesiones.

⌘ Matrimonios:

Consiste en la realización de las pedidas a la novia y en común acuerdo, se procede a celebrar la información en la municipalidad y por último la fiesta o celebración del mismo, que comprende varias actividades más.

⌘ Música:

La música principal del municipio son los sones, entre los cuales se puede mencionar: La Sanjuanerita, El Chuj y el de matrimonios.

⌘ Danza:

Es tradicional el Baile de los moros, Los Toritos, El Venado, Los Gigantes y otros.

⌘ La falda:

Se compone de dos lienzos de color negro con pequeñas rayas verticales y horizontales, formando cuadros de color blanco. La tela es hecha en telar. La unión de éstos dos lienzos se hace por medio de una costura a mano de colores: amarillo, rojo, blanco, verde, rosado, lila, con un fondo principal de color morado, todos repetidos en orden.

La costura se hace en forma de cruz, quedando así la cruz sobre la cadera, se usa larga.

⌘ La faja:

Es una banda de color amarillo, rojo y morado los largos varían de 50 a 120 pulgadas por 9 de ancho, franjas atravesadas con figuras de pájaros y animales bordados.

Además de éstas prendas principales, existen las siguientes: El Tzute, la servilleta, el tocado, las alhajas y otros más.

2.15 INFRAESTRUCTURA

Carretera:

La Carretera que comunica con la capital esta debidamente asfaltada, las carreteras que conducen hacia las aldeas en su mayoría son de terracería, las únicas aldeas que cuentan con su carretera debidamente asfaltadas son: Camino a San Pedro, Comunidad de Ruíz y otras cuentan con la mitad de su camino asfaltado. Su nomenclatura registra varias calles y avenidas, cuya topografía es irregular.

2.17 TRANSPORTES

Operan varias líneas de autobuses hacia la ciudad capital y puntos intermedios, con servicio diario. Se cuenta con un buen número de autobuses extraurbanos al servicio de la comunidad, satisfaciendo las necesidades de acuerdo al horario pues circulan cada 10 minutos, empezando a funcionar en San Juan Sacatepéquez desde las 4:00 a.m. y en la capital a las 6:00 a.m. y terminan a las 7:00 p.m. en el municipio y a las 8:00 p.m. en la capital.

2.18 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXISTENTES EN EL MUNICIPIO

Se cuenta con la Radio Circuito San Juan, una radio comunitaria que funciona dentro del mercado municipal, así como dos estaciones de radio evangélicas, Radio Stereo Fortaleza ubicada en la cabecera municipal y la Radio Stereo Flor ubicada en la Aldea Cruz Blanca. Se cuenta con dos empresas que prestan servicio de cable. Funciona un cine llamado California, los días sábados y domingos. Vendedores ambulantes venden diariamente los periódicos: Al Día, Siglo Veintiuno, Prensa Libre, Nuestro Diario, El Periódico.

Según el Censo Nacional XI de Población practicado por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2002, este municipio registra un grupo étnico integrado por 99,583 indígenas y 52,730 no indígenas.

2.22 CULTURA

En el aspecto cultural, se dan interesantes manifestaciones artísticas y literarias. Existe una Biblioteca, propiedad municipal denominada "Buenaventura Castellanos" que antes del terremoto de 1976, fuera timbre de orgullo para San Juan por la variedad de su literatura, obras de gran valía literaria de connotados escritores guatemaltecos y extranjeros.

San Juan Sacatepéquez ha sido cuna de hombres ilustres, historiadores, profesionales, escritores, músicos, poetas, médicos y militares. Actualmente funciona activamente la Casa de la Cultura integrada por distinguidas personas que se preocupan por el Desarrollo Cultural del municipio.

2.25 APELLIDOS PREDOMINANTES

Los apellidos predominantes en el municipio de San Juan Sacatepéquez son en los indígenas: Bor, Boror, Chacach, Canteo, Chet, Chitay, Cotzoyay, Curup, García, Equité, Iquité, Jocop, Patzán, Pirir, Rac, Subuyuj, Xiquin, Yoc, Zet. Y en los no indígenas: Búcaro, García, Ortíz .

2.26 CARACTERÍSTICAS EDUCATIVAS

2.26.1 Analfabetismo

En el municipio de San Juan Sacatepéquez se lucha por erradicar el analfabetismo, la cabecera municipal cuenta con una oficina de CONALFA y según el Censo Nacional XI de Población practicado por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2002, este municipio registra una población de 36,029 analfabetas.

2.26.2 Educación

Se cuenta con escuelas nacionales de primera enseñanza en todo el municipio.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO III

III. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Desde los inicios de la humanidad, la comunicación ha sido y seguirá siendo uno de los fundamentos básicos y necesarios para la interacción entre los seres humanos de cualquier organización social. Sin ella la vida social sería imposible, pues constituye una condición de la existencia social y como lo expresa Sherkovin (1979: p. 157) "La comunicación es un medio de formación y funcionamiento de la conciencia individual y social del hombre".

La comunicación tiene dos aspectos fundamentales: por un lado se refiere a su importancia social y por el otro su importancia para el ser humano. La comunicación es el portador real del proceso social, ya que hace posible la adquisición de conocimientos, ideas e información.

Desde el punto de vista psicológico, la comunicación es una red de relaciones que sitúan al ser humano dentro de ciertas estructuras que la condicionan para responder mensajes.

La comunicación es un proceso por el cual un individuo transmitirá estímulos para modificar el comportamiento de otros individuos en sociedad.

Con el transcurso del desarrollo histórico el ser humano del lenguaje articulado (vehículo por excelencia de la comunicación) pasó a crear importantes medios de comunicación hasta llegar, con el avance de la ciencia y la tecnología a la creación de los medios

Los principales mass media son: carteles publicitarios, prensa, cine, radio y televisión. Entre ellos destacan los dos últimos, pues no requieren que el receptor sepa leer, como en el caso de la prensa y los carteles publicitarios.

Además, llegan a mayor número de personas sin necesidad de acudir a un sitio específico, fuera del hogar o del área de trabajo. Para Gabriel Moreno Plaza citado por Claudín & Anabitarte (1986: p. 138 – 139), las funciones sociales de los medios de comunicación son cinco:

1. Proporcionan información, analizan e interpretan la misma.
2. Educan.
3. Persuaden y manipulan.
4. Anuncian las ventas, realizan publicidad.
5. Divierten y entretienen.

De acuerdo a Lucás Marín (1999: p. 128-131) las funciones que los medios cumplen en toda sociedad:

- a) Conferir estatus o prestigio

Los medios tienden a realizar la autoridad de individuos o grupos otorgándoles legitimidad social.

f) Transmisión cultural

Los medios comunican los valores que tradicionalmente se encontraban en la enseñanza formal y en otros medios. La mayoría de ciudadanos reciben su bagaje cultural mediante los medios de comunicación.

g) Entretener

Gran parte del consumo de medios se realiza como diversión y entretenimiento.

h) Refuerzo de actitudes

Los medios tienden a dar consistencia a las actitudes ya poseídas y compartidas por los grupos primarios del propio entorno.

A los medios de comunicación masiva: la prensa escrita, la radio y la televisión se les llama el cuarto poder, porque influyen de manera definitiva en la formación de la opinión pública.

b) Reforzar normas sociales

Los medios suelen informar sobre conductas no conformes con las normas sociales obligando a los individuos e instituciones a tomar partido a favor o en contra de dichas normas. Los no conformistas suelen ser presionados y sancionados en este proceso por las mayorías conformistas.

c) Disfunción Narcotizante

El uso de los medios disminuye el tiempo para la socialización y la acción organizada, así como para decidir y actuar; en su lugar los medios informan e interesan de forma pasiva al receptor.

d) Informar

Los medios proveen a los miembros de la sociedad la suficiente información para que estos sientan y comprendan su papel en ella.

e) Interpretar

Los medios proveen para muchos receptores las claves de comprensión e interpretación de las transformaciones y los fenómenos sociales e individuales.

Funciones de la televisión

Para Guinther (1970) la televisión es fundamentalmente un medio de comunicación social que realiza distintas funciones:

- Función de entretenimiento:

La función de entretenimiento que se le asigna a la televisión consiste en ofrecer al público una gran variedad de producciones en donde existen elementos de atracción para diversos auditorios.

Es aquí donde los anunciantes se interesan en patrocinar programas, ya que incitan al público televidente a la compra de productos y servicios. El divertirse viendo televisión significa por ejemplo olvidar las penas de un día de trabajo, es decir que la pantalla va a regalarnos algo que a todos por igual nos proporciona sonrisas, atractivos y encantos.

“La diversión que proporciona la televisión tiene su contraparte dialéctica; es buscada por quienes desean sustraerse al trabajo mecanizado, rutinario, agotante, por quienes buscan nuevas fuerzas con que afrontar la insatisfacción cotidiana de la cual ya forma parte ese emisor” .

3.1 LA TELEVISIÓN

La televisión constituye un flujo unilateral de comunicaciones para los receptores y llega incluso a eliminar la capacidad de reacción crítica de quienes la perciben.

La televisión ocupa un lugar dentro del hogar, ya que cuando el niño o el adolescente no llena sus necesidades básicas dentro del ambiente familiar recurre a la televisión, volcando sus intereses y atención hacia ella.

En el caso de los adolescentes, la televisión funciona como medio accesible en el tiempo libre que poseen, siendo aceptada por su comodidad y atractivo, ya que está a su alcance y no necesita de mayor esfuerzo para percibir su contenido, contrario a lo que sucede con la lectura de un libro por ejemplo, contribuyendo así que se fomenten hábitos como la pasividad, falta de creatividad e imaginación.

La influencia de la televisión sobre la vida familiar es bastante compleja, ya que mantiene a la familia reunida pero incomunicada, suprimiendo actividades deportivas, medioambientales y solidarias en familia.

Por otro lado, su influencia se extiende a los aspectos volitivos, social, afectivo y biológico. En el aspecto volitivo produce una generación de gente pasiva, en lo social y afectivo aparta al receptor de toda comunicación con las personas que lo rodean y en cuanto a lo biológico afecta el cerebro, ojos y músculos.

El fin que persigue la publicidad no es informar sobre los productos anunciados sino venderlos, llegando así al público por la emoción, por el sentimiento, por la afectividad, por la compensación, por la sensación de integrarse a un grupo adquiriendo prestigio y satisfacción.

Los anunciantes compran emisiones acordes para vender su producto por ejemplo telenovelas para vender jabones y detergentes; caricaturas para juguetes y dulces; series de ficción para licores; programas deportivos para cigarrillos y cervezas.

- Función informativa

La función informativa se realiza a través de la difusión de noticias, comentarios, reportajes, opiniones y mensajes necesarios para atender situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales, las cuales están interesadas en encauzar las creencias existentes y en proporcionar información.

Con la función de entretenimiento “la televisión parece haber contribuido mucho a fomentar la permanencia en casa, ya que anteriormente la mayoría de las diversiones del individuo tenían lugar en el ambiente familiar”

- Función publicitaria

Esta función no sólo comprende la inserción de anuncios comerciales sino los condicionamientos que eso impone y las derivaciones consiguientes.

Esta función descansa sobre el principio de la sociedad, es un intercambio de relaciones orientadas hacia la producción, distribución y consumo de artículos y productos.

Los productos son quienes planifican nuestras necesidades, en base a las de ellos. Los anuncios televisivos responden a la exigencia industrial y comercial, es decir que la publicidad es parte integrante del sistema por medio del cual persuade los deseos de la gente.

LA TELEVISIÓN EN GUATEMALA

Según Palencia Prado (2001: p. 23-28) la evolución de la televisión guatemalteca muestra un proceso comunicativo más concentrador que el resto de medios masivos. Los cuatro canales comerciales que funcionan en la banda Very High Frecuency (VHF), y que concentran la mayor audiencia nacional, pertenecen a una empresa de capital mexicano cuyo propietario es Angel Remigio González, personaje conocido por sus inversiones en la televisión latinoamericana.

Los cuatro canales son: Televisión Guatemala, S.A. (Canal 3), Televisiete, S.A. (Canal 7), Teleonce, S.A. (Canal 11) y Trecevisión, S.A. (Canal 13). Este monopolio, avalado legalmente debido a que el Estado ha hecho concesiones de usufructo hasta por 25 años, ha provocado distorsiones de diversa índole.

Una de esas distorsiones, de gran impacto y actualidad, es la manipulación política.

Otra distorsión del monopolio es la creciente pérdida de aprovechamiento de este recurso de comunicación de masas, caracterizado por su enorme capacidad de persuasión y generación de opinión pública, para fomentar la difusión de programas que permitan construir cohesión nacional y contribuyan a una construcción democrática de la sociedad. Varias tesis de licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala coinciden en señalar que

Las informaciones por televisión insisten, frecuentemente, en la objetividad al mostrar algunas de sus informaciones en forma filmada, grabada o difundida en vivo.

En el aspecto informativo no cabe duda que la televisión es el medio que al unir la imagen a la palabra puede dar el más exacto testimonio de los acontecimientos.

- **Función educativa**

La función educativa de la televisión cuenta con una gran potencialidad debido a su carácter audiovisual. A la forma de enseñanza o aprendizaje que se realiza a través de la televisión se le llama educación informal, ya que no es más que información que no se puede organizar de acuerdo a los programas de enseñanza establecidos en los centros escolares.

Esta función consiste en transmitir conocimientos que contribuyen al desarrollo, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida.

Se calcula que en promedio los y las menores de edad dedican cuatro horas diarias a la televisión y aproximadamente seis horas los fines de semana. Entre los programas de mayor audiencia se encuentran las telenovelas. Tanto las telenovelas como la programación televisada en general carece de controles de calidad y de sentido.

La televisión comercial de VHF ha perdido, por otra parte, su original tradición educativa. En 1962, en el contexto de la Alianza para el Progreso Canal 3 inició la primera experiencia de televisión educativa para secundaria.

Difundió gratuitamente durante tres años entre 30 y 45 minutos para presentar el programa Teleaula mediante la colocación de varios monitores en la capital, Quetzaltenango, Huehuetenango, Totonicapán, Chimaltenango, San Marcos, Chiquimula, Cobán, Jalapa y Antigua Guatemala. Canal 3 también inauguró en esa década otro programa educativo, de alfabetización castellana, llamada Teleemos.

Sin embargo, por el proceso de comercialización del medio y los cambios en las políticas educativas tales programaciones fueron suspendidas, así como otras de entretenimiento hechas por directores y productores guatemaltecos.

esta franja de canales comerciales guatemaltecos incorporan un 80% promedio de programas llamados "enlatados" o importados, especialmente de Estados Unidos, México, Venezuela, Colombia, Argentina y España, y un 20% de programas realizados en el país.

Debido al costo oneroso de producción de programas nacionales es la presencia de dichos programas.

En estos canales de televisión se transmiten tres telenoticieros: **Cuestión de Minutos**, el más antiguo, por Canal 3; **Telediario** por los Canales 3 y 13; y **Notisiete** por el Canal 7, siendo estos dos últimos los de mayor audiencia. Notisiete y Telediario son generadores de noticias de impacto nacional, constructores de figuras políticas y recién comienzan a incursionar en el reportaje investigativo.

Sin embargo, muestran la misma tendencia que los medios masivos impresos con relación a conceder muy poca atención a temáticas claves para la democratización, como el tema de la paz, la interculturalidad, y temas relacionados con la ruralidad del país, ocupando buena parte de sus noticias nacionales para mostrar asuntos policíacos, como accidentes o hechos delincuenciales.

La familia guatemalteca concede crecientemente mucho más tiempo a la televisión. Por estimaciones empíricas se calcula que la juventud y la niñez guatemalteca dedican en un año cerca de 800 horas en total para la escuela y cerca de 1200 horas para ver televisión.

A finales del mes de mayo de 2002 el presidente de la República anunció por los medios impresos que se estaba considerando la posibilidad de entregar la administración del Canal 5 a la Iglesia Católica para que lo abriera a disposición de la sociedad civil.

La Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) negoció en VHF la frecuencia del Canal 9 de televisión, sin embargo, todavía no se ha autorizado su utilización. La única frecuencia autorizada para la USAC es en Ultra High Frequency (UHF), Canal 33, la cual inició sus operaciones de prueba en abril de 2001.

El Canal 33 ha sido definido por Extensión Universitaria de la USAC como sin fines de lucro, sin actividad partidista, laico y dispuesto a contribuir y velar por la difusión del conocimiento tecnológico y humanista, la cultura y preservación de la identidad nacional.

La USAC ha convocado a sus primeras actividades de capacitación técnica para asegurar un funcionamiento profesional del medio. Entre estas acciones destaca el inicio, en diciembre de 2002, de un diplomado en técnicas televisivas, así como la creación de convenios con entidades de México, y España para calificar el proceso de planificación y el acceso a programación por vía de satélite.

En los últimos 17 años se han abierto más frecuencias de televisión por la banda de UHF. Actualmente están funcionando los canales 21 y 27, de instituciones evangélicas; y el canal 31, que transmite videos musicales y vende tiempo para programación católica.

No fue sino hasta 1979 cuando se abrió una nueva posibilidad de televisión educativa al instalar también en VHF el Canal 5, llamado TV-CE Televisión Cultural y Educativa, bajo la responsabilidad del Ministerio de la Defensa.

Sin embargo, este canal no creó ningún sistema de programación educativa. Inició sus programaciones con caricaturas extranjeras, un programa de guitarristas sobre Japón y una serie sobre "Bibliografías de Hitler".

Mientras funcionó su programación principal fue de entretenimiento y uno de los aspectos novedosos en tal sentido fue que por su medio se difundieron varias telenovelas hechas en el país.

En 1998, en cumplimiento de varios compromisos de paz, el Ministerio de Educación, mediante el Acuerdo Ministerial No. 39, inauguró un sistema de educación a distancia con el Programa de Ciclo Básico Telesecundaria, que termina en el 2003.

Este programa es irregular y desconocido por la mayoría de la población. Actualmente el Canal 5 no está funcionando.

De acuerdo con los compromisos de paz este canal debe dejar de ser administrado por el Ministerio de la Defensa y cedido a una administración civil para difundir programación de alto interés social y al servicio de la sociedad civil guatemalteca.

Además de Guatemala, que cuenta con 57 empresas, los departamentos con mayor número de ofertas de cable son: Jutiapa (16), Quetzaltenango (13), Escuintla y El Quiché (con 13) y Zacapa (12). Las empresas con mayor número de usuarios en Guatemala son: Telglob (Maya cable, Comtech) con 16 mil, Cybercable de Centroamérica, S.A. con 3,394 y Operadora de Cable de Villa Nueva con 3,312. En los departamentos el rango de usuarios por empresa oscila entre 50 y 2,000.

3.2 LA RADIO

Según Benito (1991), el término "radio" es un apócope de radiodifusión y de radiofonía. Por radiodifusión entendemos la transmisión pública de imágenes y sonidos a distancia mediante ondas electromagnéticas. Según la Convención Internacional de Atlantic City, celebrada en 1947, la radiodifusión comprende tanto la radiotelefonía (transmisión de sonidos) como la televisión (transmisión de imágenes y sonidos). En un sentido más restringido, tanto el término "radio" como "radiodifusión" equivalen a "radiofonía".

Desde los orígenes de la radio, en los años veinte, hasta casi el comienzo de la segunda guerra mundial, se conoció también a este medio de comunicación de masas con el nombre de "telegrafía sin hilos" (TSH) a los radioaficionados se les llamaba "sinhilistas", "radiotelefonía", y en los países latinos se hizo popular también el término anglosajón de broadcasting.

Según la SIT, existen también dos canales en UHF en San Marcos y hay otros 6 en espera de autorización.

Pero la innovación mayor ha sido la introducción a Guatemala de la televisión por cable, la cual tampoco está sujeta a controles y leyes de calidad. No obstante, la introducción del cable ha facilitado de modo extraordinario un intercambio de comunicación por televisión a nivel departamental y también municipal que nunca antes se había visto en la historia de Guatemala.

El cable departamental o municipal es una empresa de interés público, local departamental o regional. Actualmente existen varias experiencias de transmisión vía cable de telenoticieros departamentales, programas educativos, y revistas culturales que incorporan temas relacionados con los derechos de los pueblos indígenas, la situación de recursos naturales o entrevistas con profesionales de la salud, del derecho, etc.

Según la Unidad de Control y Supervisión de Televisión por Cable del Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas, al mes de mayo de 2002, existían 232 empresas de cable legalmente inscritas en toda la República.

Características del medio radiofónico

De los medios de comunicación de masas existentes en la actualidad (cartel, prensa, cine, radio y televisión), quizá sea "la radio el medio más eficaz en la comunicación, el de más fácil utilización y también, considerando su grado de impacto en las audiencias, el más barato".

Entre sus características más importantes destacaríamos las siguientes:

- La rapidez

La radio puede estar o está allí donde se produce un suceso y puede transmitir instantáneamente la noticia. No está sujeta a un proceso complejo de confección, impresión y distribución, como el periódico, o de edición y difusión, como la televisión. La radio, tanto en su programación habitual como en flash o en "boletines informativos", sigue de una forma casi instantánea la realidad y la actualidad.

En sus comienzos, la radio surgió como un “sistema” de comunicación, aunque en poco tiempo se convirtió en un medio de comunicación de masas caracterizado, fundamentalmente, por la flexibilidad y la instantaneidad de la difusión de los mensajes.

El sociólogo canadiense, Marshall McLuhan destacó este carácter de medio rápido, que permitía dar a conocer un suceso, casi de forma inmediata, en cualquier lugar del mundo, convirtiendo el globo terráqueo en una “aldea global”, donde la radio era el “tantán de la tribu”.

La radio adquirió su mayoría de edad en la década de los treinta, siendo un gran medio de entretenimiento – junto con el cine – y de información – junto con la prensa-, hasta que sufrió el impacto del desarrollo de la televisión después de la segunda guerra mundial.

La recuperación vino en el decenio de los sesenta, cuando se abrió un proceso de revitalización de sus formas y de modernización de sus contenidos, llegando a alcanzar unos niveles de calidad y de audiencia superiores a los de etapas anteriores.

La aparición de las emisoras de frecuencia modulada y las nuevas tecnologías han abaratado los precios de los equipos, siendo decisivas en este resurgimiento al posibilitar su acercamiento a sectores de la población que hasta entonces tenían vedado el acceso.

- Popular

Por una parte, la radio es el medio que usa un lenguaje más directo, menos elaborado, más cercano a un sistema normal de comunicación oral interpersonal. Incluso en las radios locales nos encontramos con una variedad extraordinaria de lenguas vernáculas (hablas regionales, dialectos, etc.).

Y, por otra, es el único medio en el que el público participa activamente, sobre todo a través del teléfono: da su opinión, solicita música, participa en concursos, etc.

En la prensa el público escribe cartas al director, y en la televisión acude a los estudios; pero siempre es una presencia mediatizada y sin la espontaneidad y asiduidad que tiene en la radio; el único medio, por tanto, que permite el feed-back, la respuesta del oyente, la comunicación entre el emisor y el receptor.

- Adaptable a las necesidades de la audiencia

La posibilidad de orientar la radio hacia una audiencia fragmentada ha permitido crear un número extraordinario de radios (sobre todo en modulación de frecuencia FM) que cubren un sinnúmero de necesidades de la audiencia: radio informativa, deportiva, educativa, variedad de radios musicales, etc.

- Fácil acceso al público

La radio no está sujeta a un proceso complicado de distribución.

Sus mensajes los llevan las ondas a las grandes ciudades y a los pequeños pueblos de una nación o, atravesando las fronteras, a países lejanos y desconocidos. Además, en períodos de guerra, es el único medio capaz de cruzar las trincheras y llevar los mensajes de unas retaguardias a otras.

- La económica

El medio radiofónico es barato en muchos sentidos. En primer lugar, la captación de un programa radiofónico sólo requiere un pequeño desembolso inicial para la compra de un receptor, que se puede encontrar en el mercado por unos cientos de quetzales.

En segundo lugar, la infraestructura de transmisión es barata y los estudios se pueden instalar en un espacio reducido. Y, por último, la continuidad de una radio se puede lograr con escasos gastos de funcionamiento y de personal.

y los desajustes horarios que crea, mientras que en un periódico sólo necesita incluir más páginas o dedicar más espacio en las habituales.

En los últimos años las estaciones de radio han desarrollado con agilidad los programas extraordinarios para cubrir las noticias especiales, rompiendo la programación habitual, pero siempre con la perspectiva de conservar la "rejilla horaria". Benito (1991: p. 1206)

LA RADIO EN GUATEMALA

Según Palencia Prado (2001: p. 18-22) los medios de comunicación radial constituyen el medio informativo por excelencia de la población guatemalteca y casi el único entre las personas con bajos ingresos y analfabetas.

Se estima que de cada mil guatemaltecos, ochocientos tienen acceso a la radio. Uno de los rasgos de los medios de comunicación radial que los diferencian del resto de medios masivos es que mantienen con la población usuaria una relación más horizontal: la persona oyente puede comunicarse directamente a la radio y la radio puede llevar a la persona oyente un suceso noticioso en su plena actualidad.

- Efímera

El mensaje radiofónico es fugaz, transitorio y efímero. En contraposición con el aforismo latino, "littera scripta manet", la palabra radiada se la lleva el aire; no se puede volver sobre ella, como se vuelve sobre una página de periódico.

Aunque la programación radiofónica se puede grabar en un magnetófono (desde su invención en los años cuarenta), rara vez se hace; y hasta en las emisoras de radio existen problemas de conservación de las cintas, por el volumen tan extraordinario que supone el registro de una programación que es continua en muchas estaciones las veinticuatro horas del día.

- Ligera

Desde luego, la idiosincrasia del propio medio hace que la radio sea más ligera que, por ejemplo, la prensa. Un informativo de media hora puede equivaler en palabras a las contenidas en una página de periódico, y un boletín horario a poco más de una columna.

En ningún caso, por tanto, la intensidad del discurso radiofónico, podrá equipararse con el de la prensa, máxime cuando es difícil romper la estructura de la programación de una radio por los hábitos de la audiencia

Haciendo una recopilación de diversos estudios universitarios se puede afirmar que la radio comercial cuenta con menor porcentaje de programas de debate, informativos y educativos, frente a un promedio aproximado del 80% de tiempo dedicado a programas musicales, deportivos y revistas sociales con música y saludos.

Sin embargo, a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta la radio comercial no sólo ha ampliado su cobertura, sino también ha aumentado el tiempo dedicado a la divulgación de noticias y a la generación de opinión y debate.

Por otra parte, el sistema de radiodifusión nacional viene cargando una antigua inequidad: las radios comerciales y religiosas concentran la mayoría de las frecuencias en AM o FM de la nación.

La Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT), hasta mayo de 2000, había subastado 600 frecuencias de radio. En esa fecha el total nacional de frecuencias era de 646 (120 en AM y 526 en FM), correspondiendo a las radios comerciales 498 frecuencias; 42 a radios culturales; 41 a radios evangélicas; 35 a radios católicas y 28 a radios estatales.

A pesar de estos datos, especialistas en este tema afirman que existe una virtual anarquía en el dial guatemalteco, que no se sabe con exactitud quién tiene posesión legal y real de las frecuencias y que las interferencias por ese desorden representan un serio problema.

Otro rasgo de naturaleza histórico social de la radio guatemalteca, que la diferencia es que tiende a ofrecer una revista mediática más abierta y menos politizada, en tanto que su poder de incidencia ha estado dirigido "hacia abajo", hacia la gente.

Por su poder de incidencia "hacia abajo" la radio también ha tenido un impacto político e ideológico de primer orden en la evolución cultural guatemalteca, en la generación de opiniones, conductas y actitudes sociales cotidianas.

La evangelización, católica o evangélica, ha sido en la época moderna realizada con gran impacto y cobertura a través de la radio. En la transformación o simbiosis de la población indígena guatemalteca, donde uno de los signos es la imposición del idioma español, también ha jugado un papel decisivo la radio.

Y la radio ha tenido un rol de primer orden en la difusión de una cultura musical masificada, especialmente porque su programación es casi sólo de música extranjera, en particular de la comercial mexicana y de la comercial estadounidense.

La música nacional, así como otras variedades musicales de diversas épocas y países, suele ser escasa o está concentrada en radios de cobertura urbana.

3.3 EL PERIÓDICO

Según Martínez de Sousa (1992: p. 373) , periódico se considera a algo que guarda período determinado. (Del latín *periodicus* y éste del género *periodikós*). En general, significa todo impreso o escrito que aparece a intervalos regulares de menos de un año y continúa por un período indefinido; especialmente dicese de los diarios.

“Periódico es un mensaje diario. Como tal medio expresivo -de “algo”- y comunicativo -para “alguien”; el periódico es un “generador” de técnicas y maneras características, generativas a su vez de ciertas técnicas y maneras lingüísticas y estilísticas”. (Vivaldi, 1987:23)

EL PERIÓDICO EN GUATEMALA

Según Palencia Prado (2001: p. 11-17) en Guatemala son dos las empresas de medios impresos que predominan en el mercado: Aldea Global (de capital nacional), que publica Prensa Libre y Nuestro Diario y Corporación de Noticias (integrada con capital costarricense), que publica Siglo Veintiuno y Al Día, los cuatro con circulación nacional.

También existe una empresa familiar heredera del periodista Clemente Marroquín Rojas, que continúa publicando en la capital y doce departamentos el vespertino La Hora y el semanario Extra, el cual circula en la capital y muy pocos departamentos.

Los nombres de las principales empresas o instituciones propietarias no estatales, según datos de la SIT de marzo de 2002, serían en su orden: Central de Radio, S.A. con 57 estaciones; la Diócesis de la Iglesia Católica y el Vicariato de Petén, con 24 estaciones; la Iglesia El Shaddai, con 22 estaciones; Emisoras Unidas de Guatemala, S.A. con 21 emisoras; The Central American Benevolent, con 20 estaciones; Adonías Jetze García, con 15 estaciones; Inversiones Also S.A., con 13; Organización Alius, con 12 estaciones; Operaciones y Negocios S.A., con 12 estaciones y Promotora Radial Arcaso, con 12 estaciones.

Entre las radios estatales, la única de naturaleza cultural y educativa es la de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en su carácter de institución autónoma descentralizada.

Radio Universidad (92.1 FM) cuenta con programación que promueve el conocimiento de las relaciones entre los géneros, aborda temas relacionados con la literatura y la música de autores nacionales, y tiene programas instructivos en ciencias naturales y ciencias sociales.

Es decir, la noticia sensacionalista es la publicidad del medio; así, el producto que "se vende" alimenta juicios y condenas contra las opciones no heterosexuales de las personas, contra las mujeres que se salen de los cánones establecidos; además de ofrecer imágenes de mujeres como objetos sexuales y noticias que fomentan el festejo y el morbo frente a hechos en los cuales el hombre ejerce su propia "justicia" o "venganza" contra las mujeres.

La Asociación para el Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales (DOSES), en un estudio sobre El Impacto de los Medios de Comunicación en la Formación de Conductas y Actitudes Sociales, descubrió que los medios impresos preferenciaron temas conflictivos con la institucionalidad pública y transmitieron una visión de democracia que se reduce a mecánicas electoralistas.

Los medios impresos que fueron estudiados son: Prensa Libre, Siglo Veintiuno, El Periódico, Nuestro Diario, Al Día y El Quetzalteco, para los primeros cinco del 1 de febrero al 23 de marzo de 2002. Si bien el problema de la corrupción en el Estado ocupó la mayor atención, este estudio señala que estos periódicos no informaron ni analizaron la cobertura legal existente y recién aprobada para combatir la corrupción.

A nivel fundamentalmente capitalino también circula El Periódico, integrado por más de 200 pequeños socios y un socio mayoritario que es la Fundación Soros. En Quetzaltenango circula dos veces a la semana El Quetzalteco y ha virtualmente desaparecido El Regional que por varios años circuló por diferentes lugares del Occidente de la República.

Tanto Aldea Global, como la Hora y Corporación de Noticias manejan estrategias empresariales que coinciden en la creación de dos tipos de mercados: uno, más informativo y dirigido a consumidores de opinión y de noticias de profundidad, es decir, para estratos socioeconómicos superiores a la media; y otro, más gráfico, menos denso en información y dirigido a sectores populares, incluso de baja instrucción escolar.

Prensa Libre, Siglo Veintiuno y La Hora, estarían en el primer grupo; mientras que en el segundo se ubicarían Nuestro Diario, Al Día y el semanario Extra.

El Periódico se localizaría también en el primer grupo. Junto con Prensa Libre, los medios del segundo grupo son los que tienen el mayor promedio diario de circulación nacional. El semanario Extra, por otra parte, convierte en publicidad de portada no sólo imágenes necrófilas que muestran la más cruda violencia cotidiana, sino noticias y fotografías que refuerzan una cultura patriarcal.

Más tarde designó el oficio de los que se dedicaban a registrar esas imágenes – los que hacían cine- y, finalmente, sirvió para expresar el conjunto de películas llevadas a cabo en los distintos años y en los distintos países, y a la vez recibió la consideración de arte, siendo popularmente conocido como séptimo arte.

La equivocidad de la palabra dificulta en cierto modo su estudio; pero conviene precisar desde el principio que es de su última acepción, la más amplia, de la que nos ocuparemos aquí, tratando de seguir los pasos que permitieron que un invento científico “sin porvenir comercial alguno”- según sus inventores, los hermanos Louis y Auguste Lumière- acabara por convertirse a la vez en el arte más característico del siglo XX y en un testimonio irremplazable de los acontecimientos surgidos desde su nacimiento.

EL CINE EN GUATEMALA

Según el reportaje Nuestro Nuevo Espejo ¿Cine en Guatemala? Revista Magna Terra (2002: p. 22-38) El cine es el reflejo del inconsciente colectivo de la humanidad, de sus momentos históricos, de las particularidades de sus distintos pueblos. Es un espejo, una muestra de identidad.

Sin embargo, Guatemala no tiene cine propio, signo inequívoco de una identidad confusa. Y no sólo de eso; tal parece que la cinematografía requiere de elementos que aquí apenas se gestan.

Tampoco se dio cobertura informativa o analítica al contenido de otras leyes aprobadas en ese período, como las relativas a la descentralización y funcionamiento municipal o la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

3.4 EL CINE

Según Benito (1991: p. 161) Unos cuarenta siglos antes de Jesucristo se fechan las primeras apariciones comprobadas de sombras chinescas, el más remoto intento del hombre por reproducir el movimiento. Es igualmente el más lejano precedente que se conoce del cine.

Resulta difícil encontrar una definición del vocablo cine; pero quizá haya que empezar por recordar que es el equivalente – y en un determinado momento, abreviatura – de cinematógrafo, nombre que dieron los hermanos Lumière a un aparato que servía para dos cosas: era un aparato de registro de imágenes y a la vez permitía la restitución de ese movimiento sobre una pantalla.

La palabra cine, además de designar el local donde se proyectaban las películas, por extensión vino a designar al cabo del tiempo el procedimiento de registro y proyección de imágenes en movimiento.

Sus comedias mudas fueron La Ciudad muerta, Dinero sangriento, Niñero por 24 horas y Don Chelo Jolmes. Alberto Serra realizó la película Los domingos pasarán y La alegría de vivir. Salvador Abularach produjo Caribeña y Cuando vuelvas a mí.

Rafael Lanuza se convierte en un productor prolífico. Durante la década de los 70 produce cine al estilo del cine mexicano, con una visión comercial. En 1971, produjo Superzán, y El niño del espacio; en 1972, el Cristo de los milagros; en 1974, el triunfo de los campeones justicieros; en 1975, la mansión de las siete momias; en 1976, el terremoto en Guatemala; y en 1977, Candelaria.

Poco antes de su muerte, en 1987, Lanuza vería frustrado el estreno de El sexo, ra, ra, ra. Esto debido a que no fue del agrado de un funcionario del gobierno, quién le negó la licencia.

Así mismo puede mencionarse a Adán Guillén quién filmó la muerte también cabalga y el Tuerto angustias. Herminio Muñoz Robledo filmó Dios existe y el Hermano Pedro, además de varios documentales. También hizo La princesa Ixquic a finales de los 80.

El esbozo de una tradición fílmica con estructura de escuela se inicia solamente hacia 1986, cuando la Universidad de San Carlos de Guatemala crea talleres de realización cinematográfica a cargo de Sergio Valdés Pedroni, Guillermo Escalón y Justo Chang, entre otros, que culminarían en 1991.

El cine nacional inició en 1905, hecho por cineastas que, luego de la foto fija, utilizaron las cámaras para la imagen en movimiento. Entre 1912 y 1915 se realizaron las películas *El hijo del patrón* y *El agente secreto*, ambas en cine mudo.

En los años 30 el general Jorge Ubico hacía filmar sus giras por el país con el equipo cinematográfico de la Tipografía Nacional. El cine fue utilizado como el elemento forjador de la comunidad imaginaria, para destacar la figura del caudillo, loa del dictador. Así, los filmes de esta época tuvieron la tarea de divulgar la imagen de Ubico, como personaje estereotipado, propio de las películas de propaganda.

El 90% de los nitratos que se encuentran en la cinemateca son las filmaciones de las giras y de las celebraciones de Ubico, como las del Día de la Independencia, o el día de su cumpleaños.

En 1948, Eduardo Fleischmann filmó la primera película musical de Guatemala: *Ritmo y danza*. En 1950, se filmó *Náscara*, que contiene un episodio de la revolución de Octubre. En esa misma época se filma *El Sombrerón*, por Fleischmann y Guillermo Andreu Corzo. Por otro lado, Marcel Reichembach realizó diversos filmes documentales y algunas comedias. Dos de estos documentales *Angeles con hambre* y *El Síndrome de Pluricarencia Infantil*, obtuvieron el Gran Premio Cannes a la mejor película científica en 1957 y 1959, respectivamente.

Entre los nuevos proyectos está *Días mejores*, parte de un díptico que produce Luis Urrutia; cuya secuela será *Domingo Familiar*. Ambas historias están relacionadas en la temática, más no en su trama. Urrutia pretende exponer aspectos crudos de la sociedad guatemalteca usando un formato tele novelesco, donde los personajes están caricaturizados.

Por su parte, Mario Monteforte Toledo llevará a la pantalla su novela *Donde acaban los caminos*. Como productor y co-guionista y busca hacer del lago de Atitlán un personaje. El hilo central de la historia es un médico que se sumerge en la vida de los tzutujiles.

Además, la productora Casa Comal, liderada por Rafael Rosal y Elías Jiménez, se prepara para rodar *LA CASA DE ENFREENTE*, su primer largometraje. Rosal fungirá como productor, mientras que Jiménez será el director y co-guionista de este thriller. La historia es el símil entre un prostíbulo y la Guatemala de posguerra. Ray Figueroa, puertorriqueño, será el co-guionista de la película.

No con un documental ficcionado, sin con una ficción documentalizada, Sergio Valdés Pedroni prepara *Discurso contra el olvido*. Su intención es reivindicar el papel de la izquierda guatemalteca.

A raíz de estos talleres se realizaron tres películas, con apoyo de la Escuela de Cine de la Habana: El soplo del brujo, Al cabo del tiempo y Carrito que no se terminó.

La fotografía de estos filmes estuvo a cargo de Luis González Palma y de Daniel Hernández, quienes actualmente son fotógrafos reconocidos. Fue en esos años, también con apoyo de la USAC, que se abrió el flujo de guatemaltecos que fueron a estudiar a la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba.

En 1994 aparece El silencio de Neto, realizado por Luis Argueta, con Justo Chang como guionista y Ramón Suárez como fotógrafo; este largometraje es el primero hecho en Guatemala desde 1977. La película recrea la Guatemala de 1954 a través de la mirada de un niño.

Hay dos películas filmadas en Guatemala, que cuentan con la participación de actores nacionales, aunque la producción ha sido extranjera: una película sueco-danesa de Ulf Hultberg, La hija del puma; e Ixcán, una producción italiana, del director brasileño Henrique Goldman.

Estas coproducciones son quizá el antecedente del resurgimiento del cine guatemalteco; pocos años después de su distribución, cinco películas comienzan a rodarse.

La explicación que suelen dar los mismos niños para justificar esta elección: “una revista se lee más ligero que un libro”, “se la puede abandonar en cualquier momento y retomarla sin problemas”, “es más barata que un libro”. Leguizamón (1984).

Las revistas forman parte de los medios impresos destinados especialmente al entretenimiento.

Una revista debe tener los ingredientes fundamentales como ilustraciones de actualidad y atracción, no importando sobre que clases de sucesos nacionales e internacionales sean. La revista debe de tener también reportajes, sobre temas de interés social.

Las revistas generales son las que contienen información de diverso tipo, son un reflejo de la vida nacional, pudiendo manifestarse en la vida social de los pueblos, deportes, maneras de pensar, salud e higiene personal y puntos de interés global.

También estas las revistas especializadas, que son las que se dirigen a un público lector selecto en donde sus integrantes poseen características comunes entre sí; en cuanto a la manera de pensar y de creer, generalmente son personas con un nivel académico aceptable, en este contexto a manera de ejemplo pueden citarse las revistas de temas científicos de medicina, de gerencia, mercadeo, jurídicas, etc.

Atendiendo a su grado de periodicidad, hay revistas semanales, quincenales, mensuales, bimensuales, trimestrales, etc.

La cinematografía es un arte caro. Las producciones llegan a costar millones de dólares. En un país pobre como Guatemala, la cuestión monetaria no sólo es vital; si no también se convierte en un reto complicado. Quienes se aventuran en el cine deben conseguir fondos para sus proyectos, aun si éstos son de un presupuesto muy bajo.

Actualmente en Guatemala, las salas de cine del Circuito Alba ubicadas en varios centros comerciales transmiten películas "enlatadas" o importadas de otros países.

3.5 REVISTAS

Las revistas constituyen el más permanente de los medios de comunicación de masas, debido a que se tienen durante varios meses y muchos lectores conservan sus revistas favoritas durante semanas o meses enteros, y por lo mismo están expuestos, en varias ocasiones, a un mismo mensaje.

En lo que respecta a las revistas de historietas, curiosamente, la gran mayoría de los niños se sienten atraídos por estas revistas, aun cuando sean consecuentes lectores de libros. Lugares: la casa, la escuela, el club, el transporte. Solamente se necesita disponer de un fragmento de tiempo libre para ello.

MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO IV

LAS REVISTAS EN GUATEMALA

Según el trabajo investigativo Panorama de las Revistas en Guatemala: Presente y futuro, de la Revista Marca (1998: p. 10-24) los guatemaltecos no leemos lo suficiente y no sabemos a dónde ir a comprar las revistas, no sólo el índice de lectura es bajísimo, sino que el poder adquisitivo es escaso, y el mercado muy pequeño.

En Guatemala se han publicado revistas como Gente Saludable, Revista Proceso, Revista Crónica, Revista Moneda, Revista Gerencia, revistas que tratan temas como: el ejercicio y la salud, temas analíticos del quehacer nacional y que por medio de artículos, entrevistas, reportajes y comentarios, se proyecta como revistas creativas, dinámicas, de amplitud de criterios y de puntos de vista sobre temas económicos, financieros, gerenciales y tecnológicos, entre otros.

La empresa de la Riva distribuye Selecciones, National Geographic en español, Vanidades, Ideas, Cosmopolitan, etc.

Las revistas para jóvenes, se encuentran de venta en los Supermercados Paíz, HiperPaíz, De la Riva, las más compradas por ellos son TV Novelas, TEEN, MEN'S HILLS, que son revistas con formato mexicano, que contienen información sobre ejercicios, dietas, consejos de salud, belleza y chismes de personajes famosos. La empresa Aldea Global: Prensa Libre, publica la revista AMIGA mensualmente, la revista CHICOS los días sábados y la revista AULA 2000 mensualmente, esta última se caracteriza por publicar eventos deportivos y culturales de Colegios.

IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1 OBJETIVOS

4.1.1 Objetivo General

- ∞ Determinar cual es el acceso, disponibilidad y tipo de consumo de los medios de comunicación de los escolares de secundaria en San Juan Sacatepéquez.

4.1.2 Objetivos Específicos

- ∞ Obtener información cuantitativa acerca de la presencia de los medios de comunicación, televisión, radio, periódicos, cine y revistas entre los escolares de secundaria del municipio de San Juan Sacatepéquez.
- ∞ Conocer la disponibilidad de cada medio, el acceso que tiene y el tipo de consumo. La disponibilidad entendida como posesión de aparatos de televisión y radio, periódicos, revistas. El acceso en relación a la mayor o menor posibilidad de elegir el consumo de ciertos mensajes.

El consumo se plantea en términos de frecuencia, preferencias y gustos.

4.3 DISEÑO Y FASES

Las fases de la investigación correspondientes a la preparación y ejecución e interpretación de la encuesta fueron las siguientes:

4.3.1 Universo

La población universo fue integrada por estudiantes de tercero básico.

4.3.2 Muestra

La muestra censal es de 224 jóvenes, hombres y mujeres de tercero básico. La clasificación se realizó de acuerdo al tipo de centro educativo particular y estatal. Instituto Nacional de Educación Básica República de Austria, único establecimiento estatal en el municipio, jornada matutina, Colegio La Infancia, establecimiento particular, jornada matutina y Colegio Atenas, establecimiento particular, jornada vespertina.

4.3.2 Técnica

La técnica utilizada fue la encuesta.

- ∞ Investigar acerca de la incidencia que el sexo, la edad, el nivel socioeconómico y el tipo de colegio o instituto, además del tipo de familia y origen del padre, tiene en la disponibilidad de acceso y consumo de los medios masivos mencionados.
- ∞ Determinar los hábitos de consumo.
- ∞ Establecer las relaciones entre los diferentes medios de comunicación, en cuanto a disponibilidad, el acceso y el consumo.
- ∞ Determinar el modo en que discriminan los hechos más importantes que ocurren en la realidad y que relación guarda esta actitud y valoración con los medios masivos de comunicación.

4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptiva de los resultados obtenidos, a través de porcentajes en cada pregunta tomando en cuenta las variables de sexo, edad, estrato socioeconómico, tipo de institución educativa, tipo de familia y origen de los padres.

**PRESENTACIÓN DE DATOS Y
ANÁLISIS DE RESULTADOS**

CAPÍTULO V

4.3.3 Instrumento

Un cuestionario compuesto de 28 preguntas cerradas y 7 abiertas. Su margen de error fue del 2.5%.

4.4 PROCEDIMIENTO

La aplicación del cuestionario estuvo a cargo de la estudiante investigadora y se realizó en los meses de agosto y septiembre del año 2002. El procesamiento de los datos se realizó en los meses de octubre y noviembre del 2002.

- a. Crítica
- b. Codificación
- c. Procesamiento estadístico descriptivo utilizando MsExcel con gráfica de columnas.
- d. Interpretación de los resultados

Los centros educativos en los cuales se aplicó la encuesta fueron los siguientes: Instituto Nacional de Educación Básica República de Austria, establecimiento estatal, jornada matutina, Colegio La Infancia, establecimiento particular, jornada matutina y Colegio Atenas, establecimiento particular, jornada vespertina.

V. PRESENTACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIANTES QUE FUERON ENCUESTADOS Y QUE ASISTEN A TERCERO DE SECUNDARIA EN EL MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPÉQUEZ

La aplicación de la encuesta y los datos generales que fueron solicitados a los estudiantes permitieron alcanzar un perfil general acerca de algunas de sus características.

5.1 VARIABLES UTILIZADAS

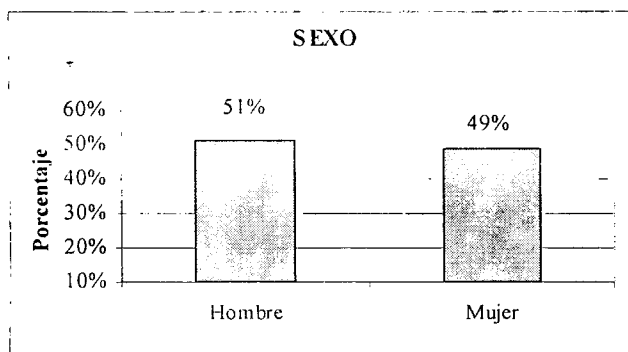
La encuesta fue estructurada a partir de las variables de edad, sexo, tipo de institución educativa, tipo de familia y origen de los padres.

5.2 EDAD

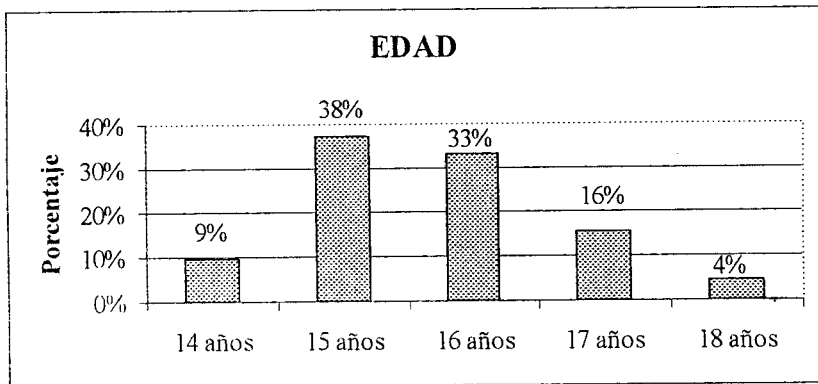
EDAD	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
14 años	11	10	21	9%
15 años	68	16	84	38%
16 años	62	12	74	33%
17 años	22	13	35	16%
18 años	7	3	10	4%
TOTAL	170	54	224	100%

5.3 SEXO

SEXO	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Hombre	87	28	115	51%
Mujer	83	26	109	49%
Total	170	54	224	100%



Del total de alumnos encuestados 115 son hombres (51%) y 109 son mujeres (49%). Según el estudio de Poitevin los jóvenes guatemaltecos a finales del siglo XX (2000) los hombres acuden y poseen mejores niveles educativos que las mujeres, aspecto mucho más extremo en zonas rurales. Sin embargo, en esta tabla el resultado es casi similar en porcentaje (51-49%). Esto comunica o refleja que las mujeres jóvenes de San Juan Sacatepéquez, actualmente tienen mayor acceso a la educación.

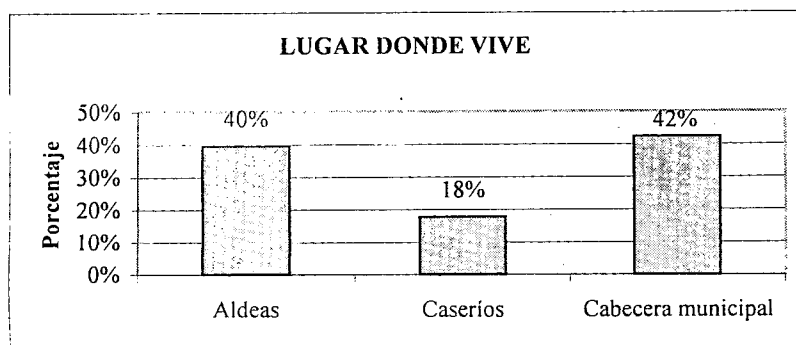


La edad de los encuestados oscila entre los 14 y 18 años, distribuidos de la siguiente manera: 14 años (9%), 15 años (38%), 16 años (33%), 17 años (16%) y de 18 años (4%) respectivamente.

El 38 % y el 33% de los encuestados tiene 15 y 16 años de edad y estudian en el establecimiento público.

5.5 TIPO DE FAMILIA Y ORIGEN DE LOS PADRES

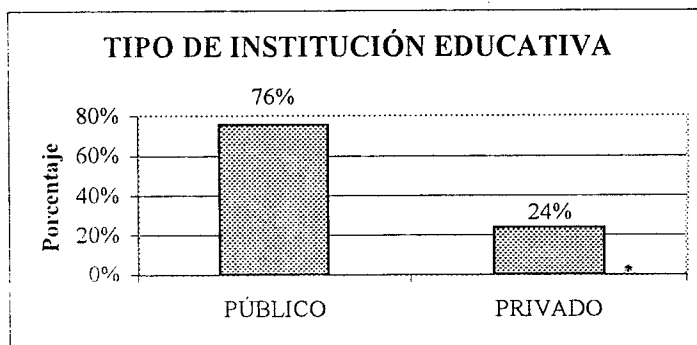
LUGAR DONDE VIVE	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Aldeas	68	21	89	40%
Caseríos	23	17	40	18%
Cabecera municipal	79	16	95	42%
Total	170	54	224	100%



Los encuestados viven en la cabecera municipal el 42%, en las aldeas el 40% y en los caseríos el 18%.

5.4 TIPO DE INSTITUCIÓN EDUCATIVA

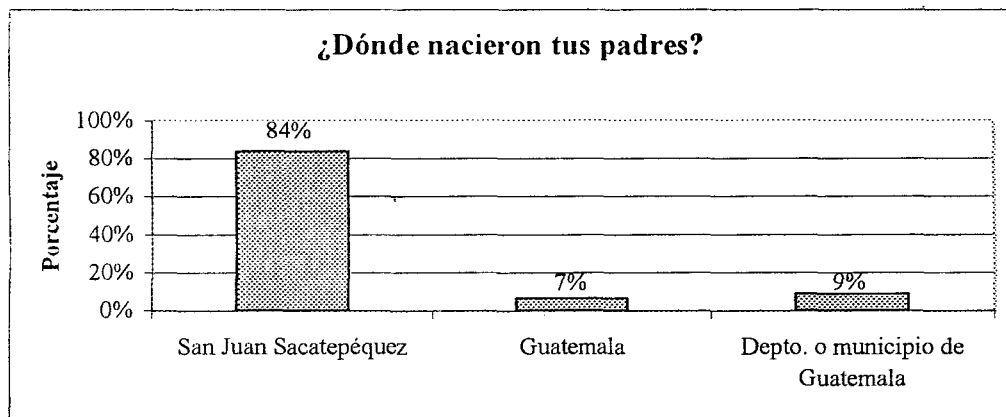
INSTITUCIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
PÚBLICO	170	76%
PRIVADO	54	24%
TOTAL	224	100%



La encuesta se aplicó en el municipio de San Juan Sacatepéquez, específicamente en tres establecimientos educativos: Instituto Nacional de Educación Básica República de Austria (76%) y en los establecimientos privados: Colegio Atenas y Colegio La Infancia (24%). A pesar de que sólo existe un establecimiento público, es allí donde se concentra la mayoría de la población joven de San Juan Sacatepéquez. Esta situación se da debido al nivel socioeconómico de los padres ya que en el establecimiento público cancelan solamente la cuota de inscripción porque no tienen los medios para pagar una cuota mensual en los establecimientos privados.

El origen del padre y de la madre constituyó otra de las preguntas, considerando que está guarda relación con disposiciones, gustos, preferencias e identificaciones distintas con los mensajes de los medios.

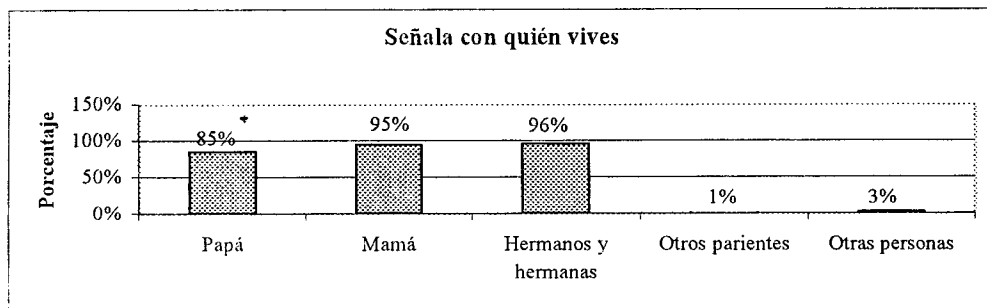
ORIGEN	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
San Juan Sacatepéquez	149	39	188	84%
Guatemala	10	5	15	7%
Depto. o municipio de Guatemala	11	9	20	9%
En el extranjero	0	1	1	0%
Total	170	54	224	100%



La información obtenida acerca del origen de cada uno arroja lo siguiente: los padres son en un 84 % del municipio de San Juan Sacatepéquez, un 7% de la ciudad de Guatemala y un 9% de algún departamento o municipio de Guatemala.

Por alumno

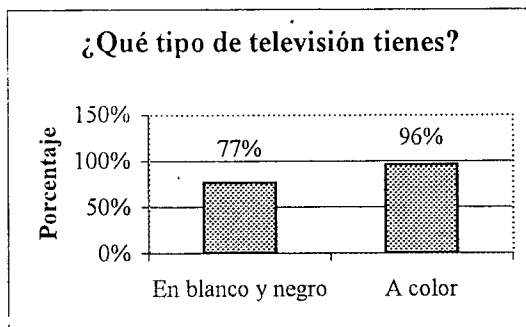
PERSONAS CON LAS QUE VIVEN	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Papá	150	40	190	85%
Mamá	166	47	213	95%
Hermanos y hermanas	164	50	214	96%
Otros parientes	0	2	2	1%
Otras personas	4	2	6	3%



Según los resultados, el municipio está conformado por familias completas con papá, mamá y hermanos (as), debido a que los encuestados contestaron que viven con mamá 95%, con papá 85%, tienen hermanos (as) 96% en cuanto a los hermanos (as) tienen de 2 a 6, lo que indica que son familias numerosas, únicamente el 3% vive con otras personas y el 1% con otros parientes. El 85% de los encuestados viven con papá y el 95% viven con mamá, esta situación se da por separación de los padres o fallecimiento de uno de ellos.

Televisores en blanco y negro y a color por alumno

TV por alumno	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
En blanco y negro	156	16	172	77%
A color	166	50	216	96%



Poseen televisión en blanco y negro un 77% de los alumnos encuestados y a color un 96%. Es notorio el número importante de familias que tiene por lo menos un televisor en blanco y negro y otro a color.

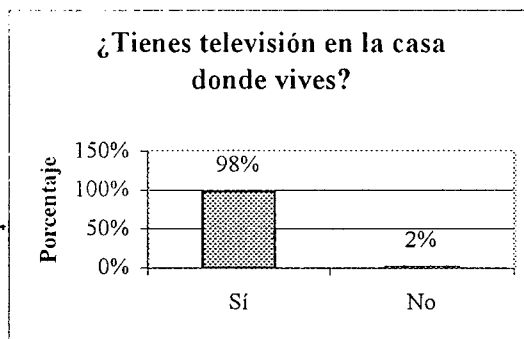
5.6 MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN, DISPONIBILIDAD, ACCESO Y CONSUMO

5.6.1 TELEVISIÓN

En cuanto a medios masivos de comunicación: disponibilidad, acceso y consumo, la televisión es un medio de gran difusión. La encuesta la ha privilegiado debido a su alcance, nivel de difusión y credibilidad, razones por las cuales es mayor la información a los escolares sobre la televisión.

5.6.1.1 Disponibilidad de la Televisión

DISPONIBILIDAD	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	167	53	220	98%
No	3	1	4	2%
Total	170	54	224	100%

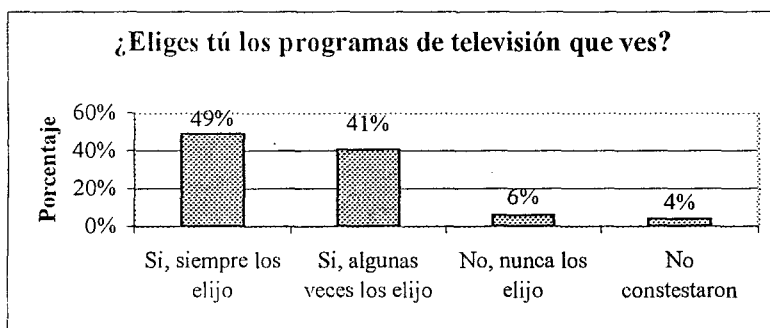


Indudablemente la disponibilidad de la televisión es muy alta: el 98% de los escolares encuestados dispone de un aparato de televisión. No obstante, en el caso más extremo, sólo un 2% de los escolares no posee televisor y pertenecen al centro educativo nacional. Se puede afirmar por lo tanto que se trata de un bien cuya disponibilidad se encuentra ampliamente generalizada dentro de las familias del municipio.

5.6.1.2 Acceso a la Televisión

El acceso a la televisión se relaciona con la mayor o menor libertad de encender el aparato y elegir los programas y los horarios correspondientes, tiene que ver con una serie de factores que miden de modo diferenciado en cada caso: número de televisión y su ubicación en espacios colectivos y/o privados, tamaño de la familia y jerarquías en la elección, uso del televisor como mecanismo de premio y/o castigo, organización del tiempo libre de los escolares.

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Si, siempre los elijo	87	23	110	49%
Si, algunas veces los elijo	69	22	91	41%
No, nunca los elijo	7	7	14	6%
No contestaron	7	2	9	4%
Total	170	54	224	100%

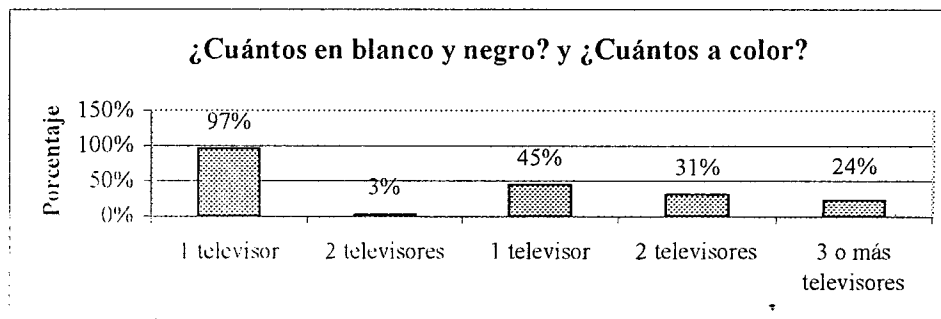


A pesar que el 49% de los encuestados contestó que sí, siempre eligen los programas que ven, un 41% contestó que algunas veces los eligen lo que significa que los padres o hermanos mayores si ejercen control de los programas que ven los jóvenes encuestados. Sin embargo es significativa su participación en la elección de los programas.

Distribución porcentual de los alumnos de 3o. Básico según número de televisión en blanco y negro y a color

	PÚBLICO por alumno	PRIVADO por alumno	TOTAL	PORCENTAJE
TV Blanco y negro				
1 televisor	150	16	166	97%
2 televisores	6	0	6	3%
Total	156	16	172	100%

	PÚBLICO por alumno	PRIVADO por alumno	TOTAL	PORCENTAJE
TV Color				
1 televisor	75	22	97	45%
2 televisores	50	18	68	31%
3 o más televisores	41	10	51	24%
Total	166	50	216	100%



El promedio de televisores en cada hogar es de tres, uno en blanco y negro y dos a color. El 25% de los hogares posee 3 o más televisores. Sin embargo el 97% posee solo un televisor en blanco y negro eso significa que su poder adquisitivo es limitado y aún en el siglo XXI poseen televisor en blanco y negro.

5.6.1.3 Consumo de la Televisión

Por otra parte se ha buscado establecer relaciones entre la cantidad de horas que se ve televisión, que puedan proporcionar indicios acerca de las rutinas diarias de los escolares.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA

Días	Horarios			
	0 - 2 horas	2 - 4 horas	4 - 6 horas	6 - 8 horas
Lunes a Viernes	109 alumnos	90 alumnos	88 alumnos	65 alumnos
Sábado	82 alumnos	52 alumnos	48 alumnos	42 alumnos
Domingo	26 alumnos	16 alumnos	8 alumnos	4 alumnos

INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA

Días	Horarios			
	0 - 2 horas	2 - 4 horas	4 - 6 horas	6 - 8 horas
Lunes a Viernes	54 alumnos	52 alumnos	49 alumnos	44 alumnos
Sábado	21 alumnos	18 alumnos	17 alumnos	15 alumnos
Domingo	13 alumnos	9 alumnos	5 alumnos	2 alumnos

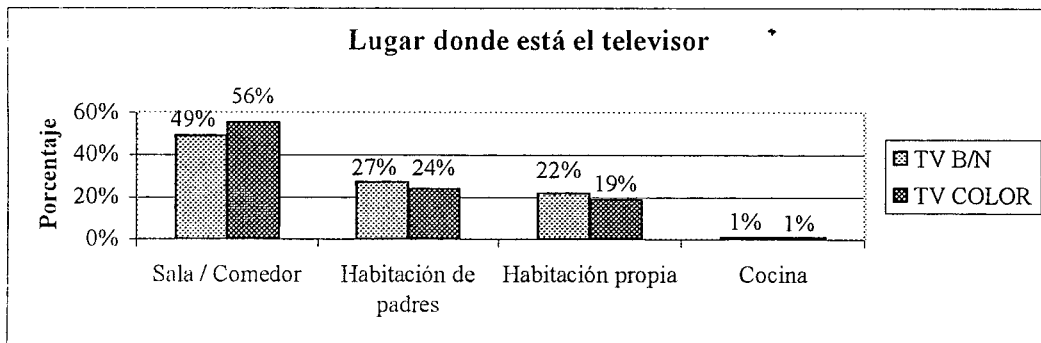
Los encuestados contestaron que ven televisión de 14:00 horas a 24:00 horas, el horario en el que más ven televisión es de 18:00 horas a 20:00 horas. Ven televisión más de cuatro horas al día. Los días sábados los encuestados ven más televisión que los días domingos, porque realizan otras actividades tales como: actividades familiares o asistir a la iglesia.

Ubicación del aparato de televisión

Al preguntársele a los escolares acerca de la ubicación del televisor en blanco y negro y a color, se tomo en consideración los siguientes lugares:

	TV b/n	PORCENTAJE	TV color	PORCENTAJE
Sala / Comedor	85	49%	120	56%
Habitación de padres	47	27%	52	24%
Habitación propia	38	22%	41	19%
Cocina	2	1%	3	1%
Total	172	100%	216	100%

Se agrupo la sala y el comedor en un solo espacio; por la función que la sala / comedor cumple en la mayor parte de los casos.



Los resultados totales arrojan que en el caso del televisor en blanco y negro, este se encuentra en la sala / comedor 49%, en segundo lugar en la habitación de los padres 27% y en tercer lugar en la habitación propia 22%. En el caso del televisor a color, en primer lugar en la sala / comedor el 56%, en segundo lugar en la habitación de los padres 24% y en tercer lugar en la habitación propia 19%.

Géneros preferidos por sexo

GÉNERO	HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL
Telenovelas	11	10%	25	23%	36
Series	12	10%	8	7%	20
Películas	46	40%	31	28%	77
Dibujos Animados	2	2%	3	3%	5
Noticieros	0	0%	3	3%	3
Programas Políticos	2	2%	2	2%	4
Programas Musicales	15	13%	9	8%	24
Programas Cómicos	18	16%	16	15%	34
Programas de Concurso	2	2%	2	2%	4
Programas Deportivos	3	3%	3	3%	6
Programas Culturales	4	3%	7	6%	11
Total	115	100%	109	100%	224

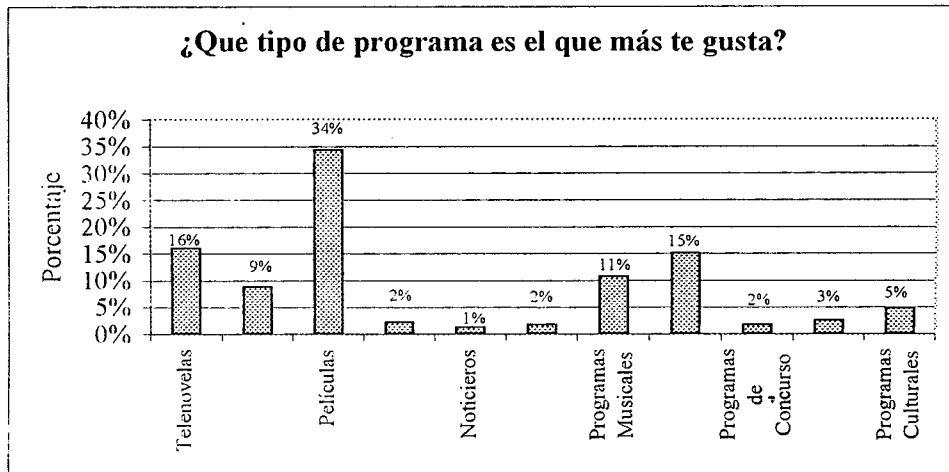
5.6.1.3.1 Tipo de Consumo

Se considera la preferencia por géneros, programa preferido, personajes de series, dibujos animados y personajes de los programas nacionales.

- Géneros Preferidos

Géneros preferidos por centro educativo

GÉNERO	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Telenovelas	33	3	36	16%
Series	12	8	20	9%
Películas	61	16	77	34%
Dibujos Animados	3	2	5	2%
Noticieros	2	1	3	1%
Programas Políticos	3	1	4	2%
Programas Musicales	14	10	24	11%
Programas Cómicos	24	10	34	15%
Programas de Concurso	4	0	4	2%
Programas Deportivos	5	1	6	3%
Programas Culturales	9	2	11	5%
Total	170	54	224	100%



Para conocer la preferencia por programas de televisión se diferencié el gusto por tipo de programas. El orden general de preferencia es el siguiente: Películas 34%, Telenovelas 16%, Programas Cómicos 15%, Programas musicales 11% y Series 9%.

- Programa Preferido

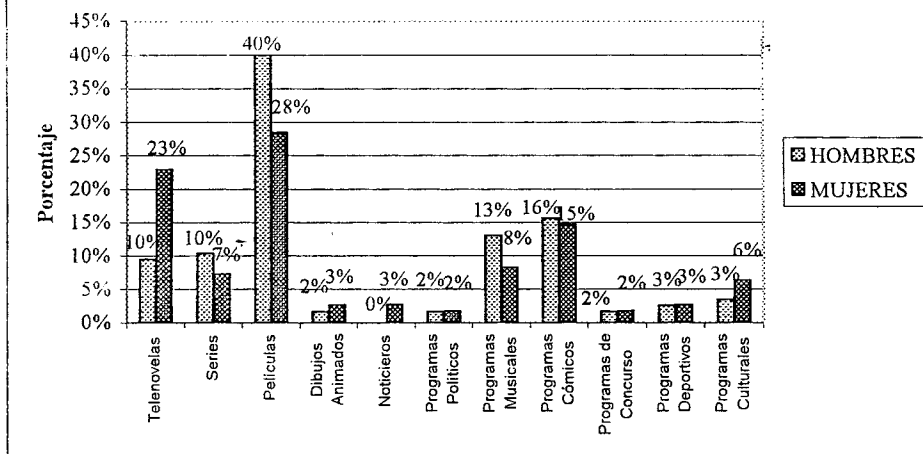
Se les solicitó a los escolares encuestados que indicarán su programa preferido, la variable de tipo de institución escolar y sexo fueron útiles para interpretar las tendencias en la preferencia.

Programa preferido por centro educativo

PROGRAMA	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Alo que tal América	13	4	17	8%
Pedro El Escamoso	18	5	23	10%
Chespirito	15	4	19	8%
El Chavo	10	3	13	6%
Dragonball Z	16	10	26	12%
Vivan los niños	14	4	18	8%
MTV	18	3	21	9%
Mujer casos de la vida real	30	8	38	17%
Los magníficos	16	4	20	9%
El juego de la vida	12	5	17	8%
Otro rollo	8	4	12	5%
Total	170	54	224	100%

La dispersión en el gusto es muestra de la variedad y cantidad de programas que actualmente ofrecen los canales de televisión. El gusto por un programa se concentra en los colegios particulares y es mucho más disperso en el centro educativo nacional. El orden de preferencia es: Mujer casos de la vida real 17 % Dragonball Z 12% Pedro El Escamoso 10 %

¿Qué tipo de programa es el que más te gusta?



La preferencia por programas de televisión por sexo se reflejó de la siguiente manera:

Los jóvenes encuestados hombres tienen preferencia en primer lugar por películas 40%, en segundo lugar programas cómicos 16% y en tercer lugar programas musicales 13%. Las mujeres en primer lugar por películas 28%, en segundo lugar por telenovelas 23% y en tercer lugar, programas cómicos 15%. Aunque algunos hombres ven telenovelas son las mujeres las que predominan en el gusto por los mismos. En el caso de las películas son preferidas por los hombres aunque las mujeres también tienen preferencia (28%) por ellas. Los programas cómicos tienen preferencia casi en igual porcentaje hombres (16%) y mujeres (15%). Los jóvenes buscan en la televisión una forma de entretenerse al elegir sus programas de este medio.

Personaje por centro educativo

PERSONAJE	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Luisa & Clarck	22	6	28	13%
Friends	5	13	18	8%
Sabrina	32	11	43	19%
Buffy, la caza vampiros	6	10	16	7%
Hércules	29	8	37	17%
Xena	15	15	30	13%
No contestaron	48	4	52	23%
Total	157	67	224	100%

El 23% de los encuestados no contestaron por lo que no se identifican con ningún personaje de las series mencionadas, un 19% se identificó con Sabrina, un 17% con Hércules y un 13% con Luisa & Clarck y Xena, personajes de series con los que se identificaron los alumnos encuestados tanto de centro educativo público como privado.

Personaje por sexo

PERSONAJE	HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL
Luisa & Clarck	21	18%	7	6%	28
Friends	17	15%	1	1%	18
Sabrina	0	0%	43	39%	43
Buffy, la caza vampiros	0	0%	16	15%	16
Hércules	37	32%	0	0%	37
Xena	0	0%	30	28%	30
No contestaron	40	35%	12	11%	52
Total	115	100%	109	100%	224

Las mujeres son las que se identificaron más con los personajes de Sabrina (39%), Xena (28%) Buffy (15%) y los hombres con Hércules (32%), sin embargo el 46% no contestaron lo que quiere decir que no simpatizan con ningún personaje de estas series.

Programa preferido por sexo

PROGRAMA	HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL
Alo que tal América	10	9%	7	6%	17
Pedro El Escamoso	5	4%	18	17%	23
Chespirito	9	8%	10	9%	19
El Chavo	8	7%	5	5%	13
Dragonball Z	21	18%	5	5%	26
Vivan los niños	3	3%	15	14%	18
MTV	16	14%	5	5%	21
Mujer casos de la vida real	8	7%	30	28%	38
Los magníficos	19	17%	1	1%	20
El juego de la vida	6	5%	11	10%	17
Otro rollo	10	9%	2	2%	12
Total	115	100%	109	100%	224

Los hombres se inclinan por los siguientes programas de televisión:

Dragonball Z 18%, dibujos animados.

Los magníficos 17 %, película.

MTV 14 %, programa musical.

Las mujeres prefirieron los siguientes programas:

Mujer casos de la vida real 28%

Pedro El escamoso 17%, telenovela.

Vivan los niños 14 %, telenovela.

Los demás programas de televisión reflejados en el cuadro fueron en porcentaje de menor aceptación.

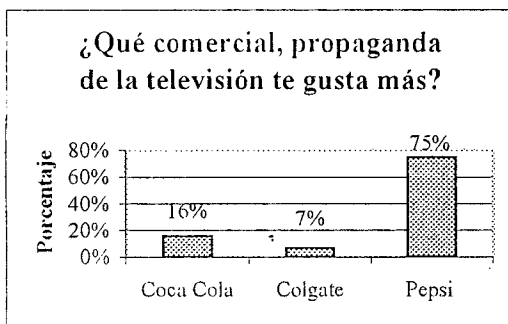
Los resultados reflejan la diferencia de sexos en la preferencia:

- Un programa formativo-orientador (Mujer casos de la vida real) preferido por el sexo femenino.
- Cinco programas de entretenimiento, incluso uno de ellos "Los magníficos", programa que promueve a un héroe / personaje que no es de la realidad. Todos son programas "enlatados" producidos por los mexicanos y norteamericanos.
- Personajes de Series

- Comerciales Preferidos

Se les pidió a los escolares que anotarán en la encuesta el comercial que prefieren. De acuerdo a las respuestas y considerando la cantidad de comerciales se tomó en cuenta solamente aquellos que fueron mencionados con una mayor frecuencia.

COMERCIAL	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Coca Cola	24	12	36	16%
Colgate	16	0	16	7%
Pepsi	130	38	168	75%
Total	170	50	220	98%



De acuerdo a los resultados, el orden de preferencia es el siguiente:

Pepsi 75%, Coca Cola 16 % y Colgate 7%. La publicidad actual, comercial o social, responde a criterios de clara segmentación de las audiencias. La preferencia por los comerciales de Pepsi se debe a que en ellos aparecen cantantes, artistas y deportistas famosos.

- Personajes de dibujos animados

Personaje por centro educativo

PERSONAJE	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Pokemón	56	8	64	29%
Dragonball Z	42	24	66	29%
Spiderman	39	16	55	25%
Burbuja /chicas superpoderosas	33	6	39	17%
Total	170	54	224	100%

Según las respuestas, se identifican con los personajes de dibujos animados como Dragonball Z y Pokemón un 29 % y con Spiderman un 25%, y con la burbuja de las chicas superpoderosas un 17%.

Personaje por sexo

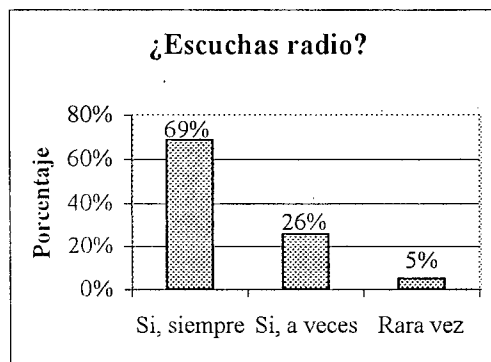
PERSONAJE	HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL
Pokemón	37	32%	27	25%	64
Dragonball Z	38	33%	28	26%	66
Spiderman	39	34%	16	15%	55
Burbuja /chicas superpoderosas	1	1%	38	35%	39
Total	115	100%	109	100%	224

Los hombres se identifican un 34 % con Spiderman, un 33% con Dragonball Z y un 32% con Pokemón. Las mujeres se identifican con la burbuja de las chicas superpoderosas 35 % y comparten el gusto con los hombres por DragonballZ 26%, Pokemón 25% y Spiderman 15%

5.6.2.2 Acceso a la radio

Acceso a la radio por institución educativa

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Sí, siempre	108	46	154	69%
Sí, a veces	51	7	58	26%
Rara vez	11	1	12	5%
Total	170	54	224	100%



Solo un 5% de los escolares accede rara vez a la radio, es decir que el 95% lo hace siempre o a veces, lo que muestra un continuo contacto con ella. Los hombres (74%) tienen más contacto con la radio que las mujeres (63%) entre los que casi siempre escuchan radio.

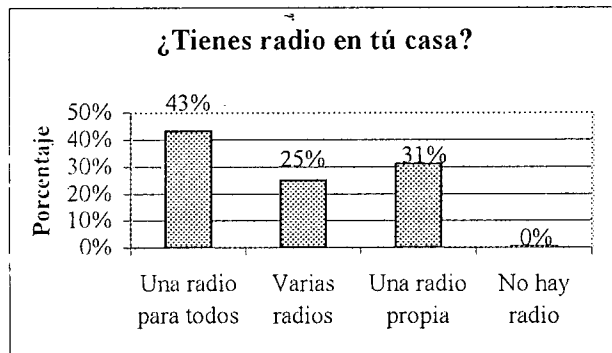
5.6.2 Radio

La radio es un medio que alcanza presencia muy importante como forma de comunicación entre los escolares por ser de fácil acceso y disponibilidad en relación a otros medios mantiene una vinculación más cercana con los oyentes debido a que mientras realizan sus tareas, escuchan radio.

5.6.2.1 Disponibilidad de la radio

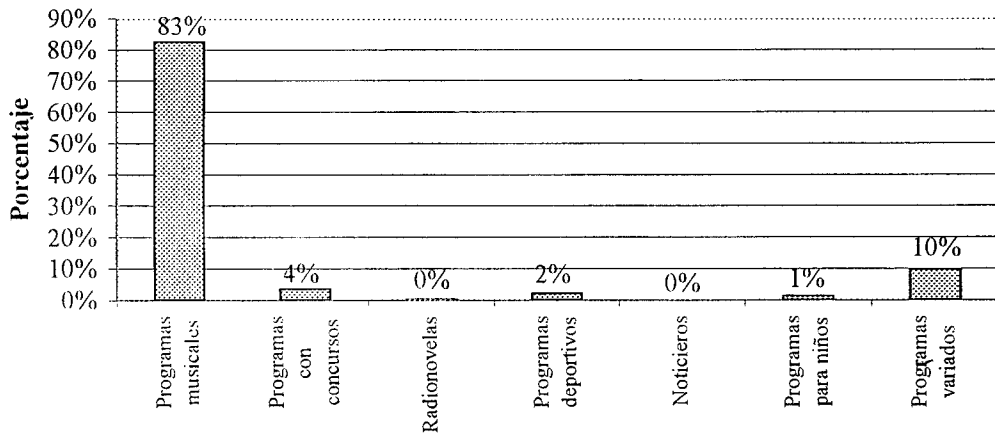
La disponibilidad de aparatos de radio es sumamente alta, incluso superior a la televisión. Se trata de un medio de comunicación de baja tecnología y de tamaño pequeño, lo que permite disponer en muchos casos de radios personales. La disponibilidad de distintos tipos de radio acompañada de casetera, cd, mini componentes y otros guarda relación con las posibilidades económicas de los familiares de los escolares.

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	* PORCENTAJE
Una radio para todos	79	18	97	43%
Varias radios	40	16	56	25%
Una radio propia	50	20	70	31%
No hay radio	1	0	1	0%
Total	170	54	224	100%



La disponibilidad de este medio demuestra el grado de difusión que posee y los ingresos familiares. Solo 1 escolar de los encuestados no posee una radio, es decir que todos los escolares encuestados poseen por lo menos una radio.

¿Qué tipo de programa es el que más te gusta oír por la radio?



Tipo de programa preferido por institución educativa Dentro de los programas que la radio ofrece destacan los programas musicales, allí se encuentra el 83% de la preferencia de los escolares, y por supuesto esto es coherente con la oferta radial.

Tipo de programa preferido por sexo

	HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL
Programas musicales	89	77%	96	88%	185
Programas con concursos	2	2%	6	6%	8
Radionovelas	0	0%	1	1%	1
Programas deportivos	5	4%	0	0%	5
Noticieros	0	0%	0	0%	0
Programas para niños	0	0%	3	3%	3
Programas variados	19	17%	3	3%	22
Total	115	100%	109	100%	224

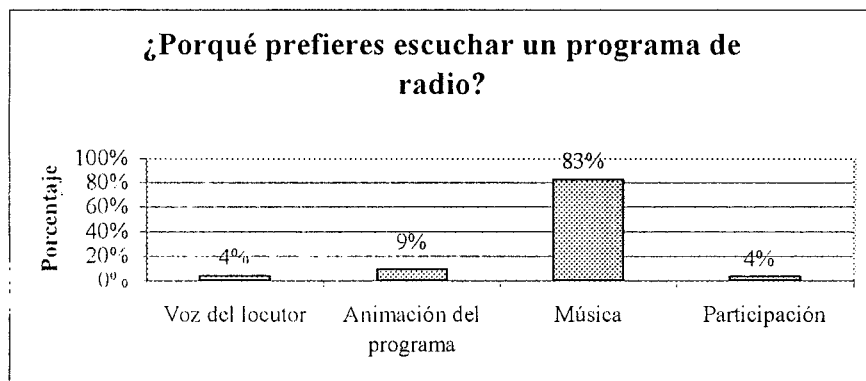
Indudablemente los programas musicales son los que prefieren tanto hombres (77%) como mujeres (88%). Los hombres escuchan música pop y las mujeres música romántica.

- Elementos más gustados de la radio

Se buscó precisar cuáles eran los elementos preferidos por los escolares tomándose en consideración la voz del locutor, la animación, la música.

Elementos más gustados de la radio por institución educativa

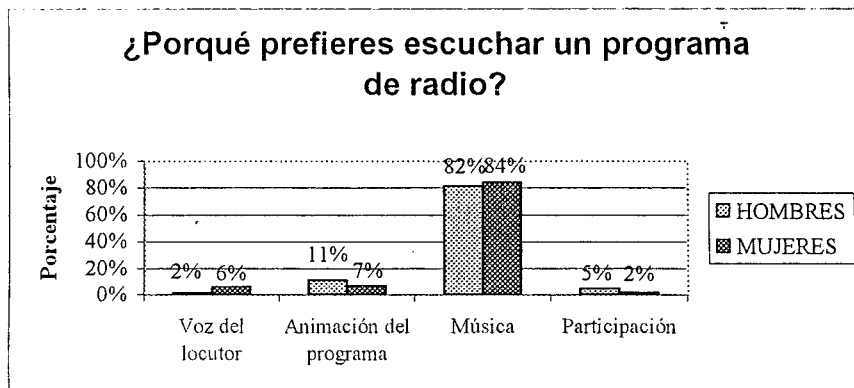
	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Voz del locutor	8	1	9	4%
Animación del programa	17	4	21	9%
Música	139	47	186	83%
Participación	6	2	8	4%
Total	170	54	224	100%



Indudablemente, la música pop y romántica es el elemento primordial en el interés que tienen los escolares por la radio.

Elementos más gustados de la radio por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Voz del locutor	2	2%	7	6%	9
Animación del programa	13	11%	8	7%	21
Música	94	82%	92	84%	186
Participación	6	5%	2	2%	8
Total	115	100%	109	100%	224



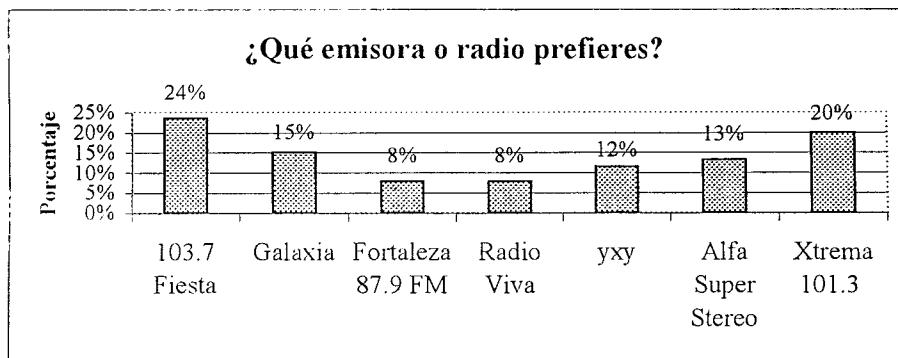
Los jóvenes encuestados hombres (82%) y mujeres (84%) tienen preferencia por la música. Generalmente, la música hace olvidar sus ocupaciones y abstraerse de la realidad y los lleva a la alienación de allí que por ejemplo, ellos prefieren los comerciales de Pepsi Cola. Tal parece que son entes pasivos porque prefieren programas donde no participen.

- Radio Preferida

La oferta radial es sumamente heterogénea se les preguntó de modo abierto a los encuestados sobre su radio preferida, de modo que el cuadro que se ofrece ha sido elaborado a partir de aquellas que fueron mencionadas con una mayor frecuencia, el resto permanece bajo el rubro de otras radios.

Radio Preferida por institución educativa

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
103.7 Fiesta	49	4	53	24%
Galaxia	28	6	34	15%
Fortaleza 87.9 FM	8	10	18	8%
Radio Viva	12	6	18	8%
yxy	17	9	26	12%
Alfa Super Stereo	20	10	30	13%
Xtrema 101.3	36	9	45	20%
Total	170	54	224	100%



Son 5 las radios que predominan:

103.7 Fiesta 24 %, Xtrema 101.3 20%, Galaxia 15%, Alfa Super Stereo 13% y Yxy 12%. Estas radios se caracterizan por ofrecer en general música alegre como salsa, pop, merengue y música romántica, son emisoras que transmiten música alegre y jovial y no solicitan la participación del receptor.

Radio Preferida por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
103.7 Fiesta	34	30%	19	17%	53
Galaxia	20	17%	14	13%	34
Fortaleza 87.9 FM	7	6%	11	10%	18
Radio Viva	4	3%	14	13%	18
yxy	20	17%	6	6%	26
Alfa Super Stereo	18	16%	12	11%	30
Xtrema 101.3	12	10%	33	30%	45
Total	115	100%	109	100%	224

De las 5 radios predominantes los hombres prefieren en su orden: 103.7 Fiesta (30%), Yxy y Galaxia (17%), Alfa Super Stereo (16%) y Xtrema 101.3 (10%), y las mujeres: Xtrema 101.3 (30%), 103.7 Fiesta (17%), Galaxia y Radio Viva (13%) y Alfa Super Stereo (11%).

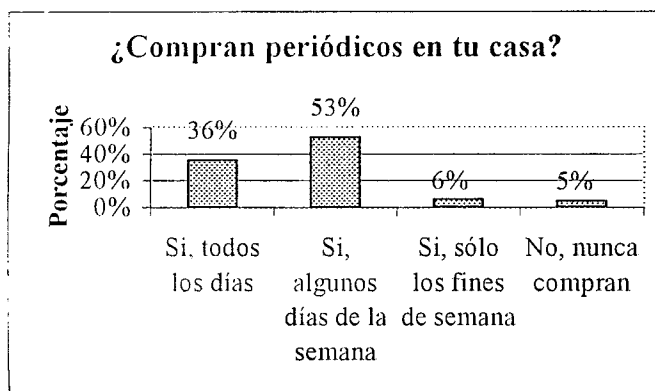
5.6.3 Los Periódicos

El propósito de esta parte de la encuesta ha sido conocer la relación de los escolares con el medio impreso, específicamente con los diarios de circulación nacional. Se buscó conocer sus hábitos de lectura y la frecuencia de consumo, además de los diarios a los que más acceden y a la sección del periódico que prefieren.

5.6.3.1 Disponibilidad de los periódicos

Los escolares acceden a los diarios en la medida que los padres o los familiares los adquieren, razón por la cual es particularmente la mediación familiar en la disponibilidad, acceso y consumo.

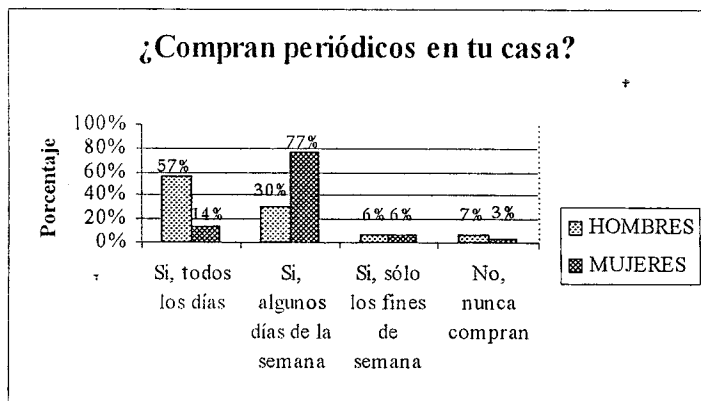
	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Sí, todos los días	64	16	80	36%
Sí, algunos días de la semana	87	32	119	53%
Sí, sólo los fines de semana	9	5	14	6%
No, nunca compran	10	1	11	5%
Total	170	54	224	100%



El 36% de las familias compra periódicos todos los días, el 53% lo hace algunos días, un 6% sólo los fines de semana y un 5% nunca compran periódicos.

Disponibilidad de los periódicos por sexo

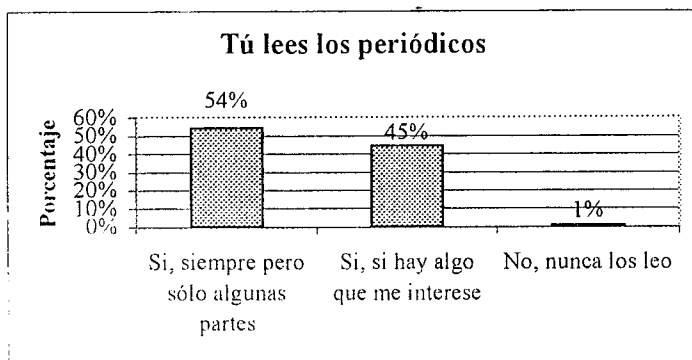
	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Sí, todos los días	65	57%	15	14%	80
Sí, algunos días de la semana	35	30%	84	77%	119
Sí, sólo los fines de semana	7	6%	7	6%	14
No, nunca compran	8	7%	3	3%	11
Total	115	100%	109	100%	224



Según las respuestas de los encuestados el 57% de los hombres tienen acceso a los periódicos todos los días, el 30% algunos días de la semana, el 7% nunca compran y el 6% sólo los fines de semana. El 77% de las mujeres lo compran algunos días de la semana, el 14% todos los días, el 6% sólo los fines de semana y el 3% no lo compran.

5.6.3.2 Acceso a los periódicos

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Si, siempre pero sólo algunas partes	90	32	122	54%
Si, si hay algo que me interese	78	22	100	45%
No, nunca los leo	2	0	2	1%
Total	170	54	224	100%

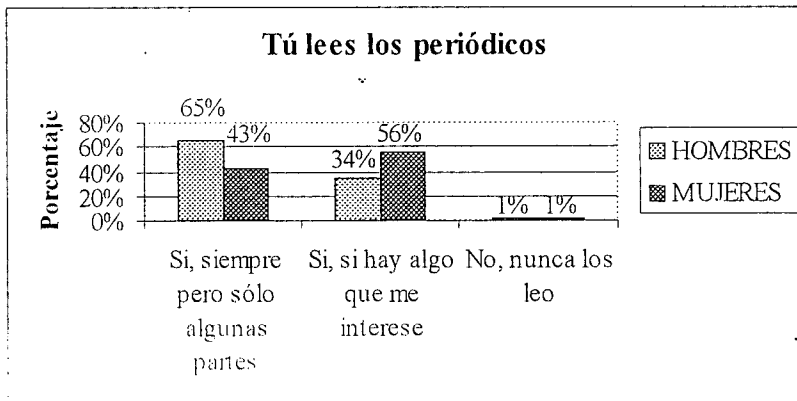


El 54% de los encuestados respondieron que si leen los periódicos, pero sólo algunas partes y el 45% leen los periódicos, pero si hay algo que les interese, efectivamente así es, las secciones que ellos leen son los deportes y las tiras cómicas. secciones que ellos leen son los deportes y las tiras cómicas.

Al tener en sus manos el periódico tienen la costumbre de hojearlo de atrás para adelante, debido a que en la parte de atrás es donde encuentran la sección de los deportes. Las tiras cómicas es una de las secciones más populares y leídas del periódico, en especial los días domingos. Esto podría manifestar, en el futuro, que los jóvenes al llegar a nivel diversificado y a la universidad no tengan hábito de lectura y desconozcan la realidad nacional.

Acceso a los periódicos por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Sí, siempre pero sólo algunas partes	75	65%	47	43%	122
Sí, si hay algo que me interese	39	34%	61	56%	100
No, nunca los leo	1	1%	1	1%	2
Total	115	100%	109	100%	224



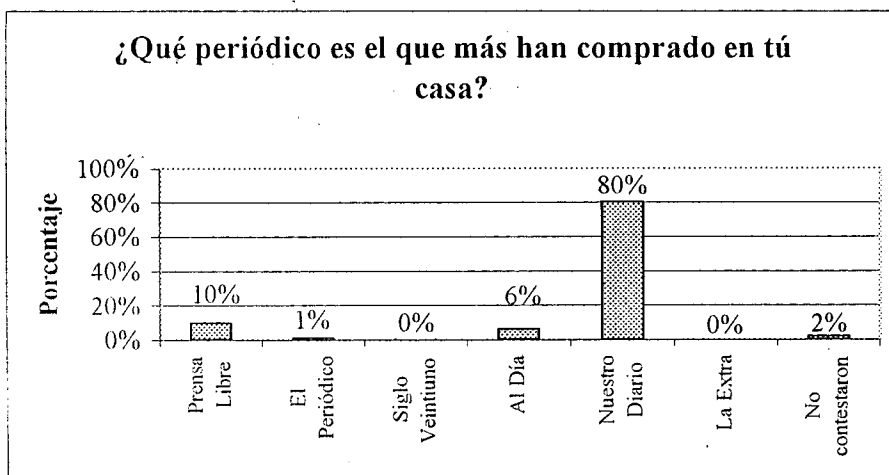
El 65% de los hombres encuestados si leen, pero sólo algunas partes del periódico, el 34% lee si hay algo que le interese (el deporte) y el 1% nunca lee. En las mujeres es diferente el 43% lee el periódico pero sólo algunas partes, el 56% lo hace si hay algo que le interese (suplementos femeninos) y el 1% nunca lee.

5.6.3.3 Consumo de los periódicos

La elección de los periódicos guarda relación directa con la decisión de los familiares y sus preferencias. Es decir, en la elección de un determinado periódico se advierten los marcos familiares y los intereses.

PERIÓDICO	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Prensa Libre	16	6	22	10%
El Periódico	2	0	2	1%
Siglo Veintiuno	1	0	1	0%
Al Día	9	5	14	6%
Nuestro Diario	137	43	180	80%
La Extra	0	0	0	0%
No contestaron	5	0	5	2%
Total	170	54	224	100%

¿Qué periódico es el que más han comprado en tú casa?



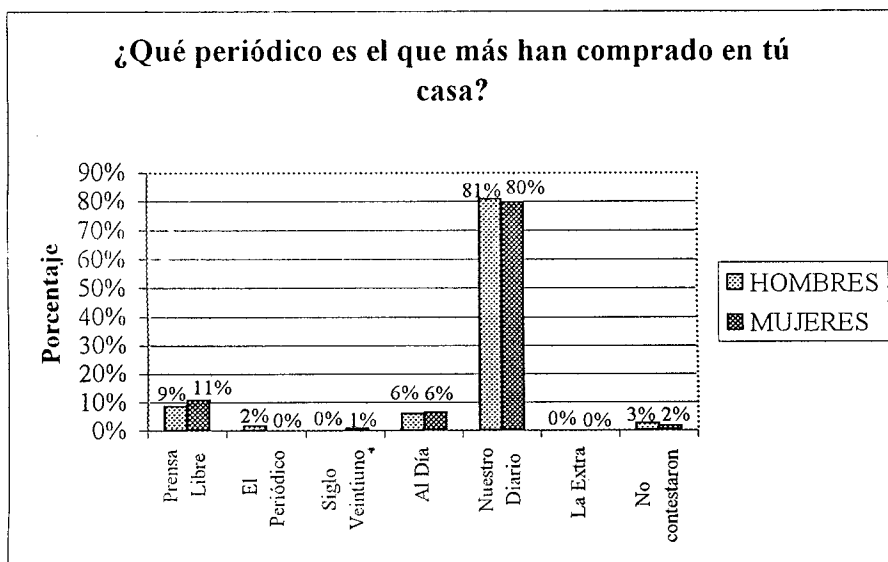
Los encuestados contestaron que el periódico que más compran en su casa, según el orden: en primer lugar Nuestro Diario 80%, en segundo lugar Prensa Libre 10% y en tercer lugar Al Día 6%.

Según estudios de mercado, Nuestro Diario tiene un tiraje diario de 280,000 ejemplares (Conferencia "Comparación de los medios de comunicación Guatemala - Japón, brindada por Gonzalo Marroquín, Escuela de Ciencias de la Comunicación, septiembre 2003).

Según análisis de Verified en el 2002, Nuestro Diario tenía un tiraje de 237,000 ejemplares. (El Periódico, 12 Agosto 2003. Pág. 15). Este periódico lo lee la gente con nivel académico bajo y de ingresos bajos. Su contenido es sensacionalista. Además su costo (Q.1.50) es más accesible a la población de escasos recursos.

Consumo de los periódicos por sexo

PERIÓDICO	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Prensa Libre	10	9%	12	11%	22
El Periódico	2	2%	0	0%	2
Siglo Veintiuno	0	0%	1	1%	1
Al Día	7	6%	7	6%	14
Nuestro Diario	93	81%	87	80%	180
La Extra	0	0%	0	0%	0
No contestaron	3	3%	2	2%	5
Total	115	100%	109	100%	224



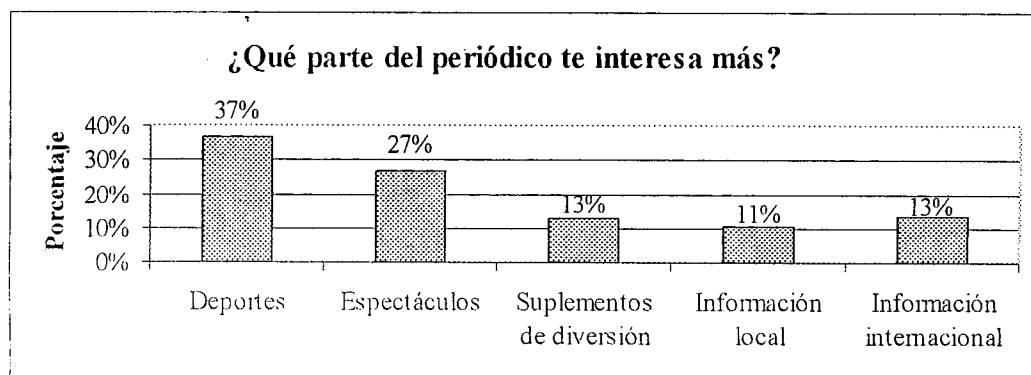
El periódico que más leen hombres (81%) y mujeres (80%) es Nuestro Diario, en segundo lugar Prensa Libre, hombres (9%) y mujeres (11%) y en tercer lugar Al Día, hombres y mujeres (6%).

Una encuesta de Aragón y Asociados dice que sólo el 19% de la población guatemalteca se informa de lo que sucede en el país por medio de la prensa. (El Periódico, 12 agosto 2003, p. 15).

- Lo que más les interesa leer del periódico

Lo que más les interesa leer del periódico por institución educativa

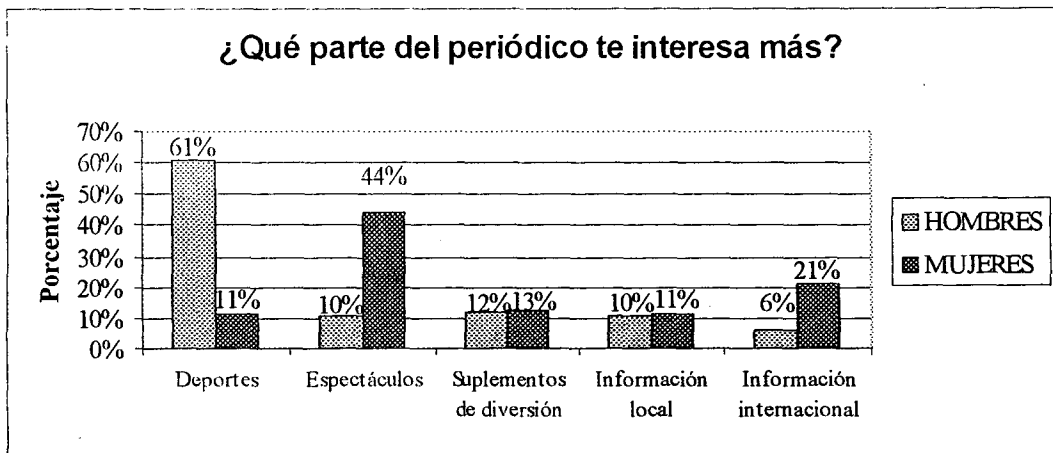
	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Deportes	64	18	82	37%
Espectáculos	44	16	60	27%
Suplementos de diversión	16	12	28	13%
Información local	22	2	24	11%
Información internacional	24	6	30	13%
Total	170	54	224	100%



Los resultados generales indicaron que en primer lugar los deportes 37%, en segundo lugar los espectáculos (27%), los suplementos de diversión y la información internacional 13% en tercer lugar. Lo que sucede en nuestro país, le interesa sólo al 11% de los encuestados.

Lo que más les interesa leer del periódico por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Deportes	70	61%	12	11%	82
Espectáculos	12	10%	48	44%	60
Suplementos de diversión	14	12%	14	13%	28
Información local	12	10%	12	11%	24
Información internacional	7	6%	23	21%	30
Total	115	100%	109	100%	224



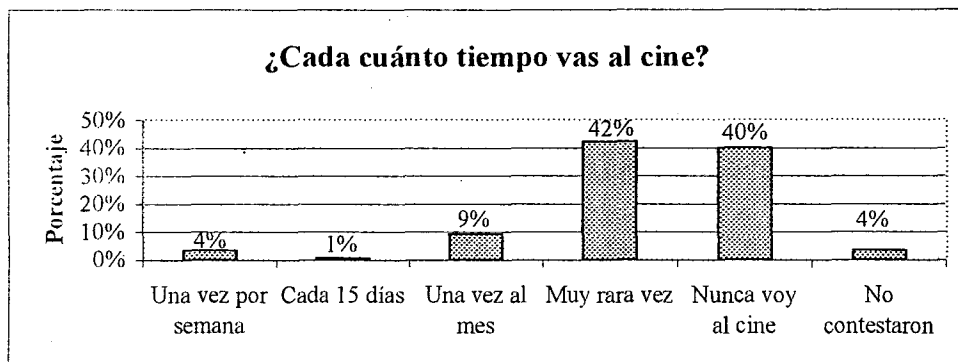
Los hombres (61%) se interesan en leer en el periódico sobre deportes, y las mujeres (44%) por los espectáculos y la información internacional (21%) y la información local no es de interés de las mujeres ni de los hombres. Esa es una de las razones por las que desconocen los problemas nacionales. No cabe duda que el establecimiento donde estudian, los currícula, sumado a la conducta de sus padres en el poco interés por la lectura para enterarse del acontecer nacional, da como resultado futuros ciudadanos desinformados que viven en otra realidad.

5.6.4 El Cine

En la encuesta interesó conocer el acceso que tienen los escolares al medio en términos de regularidad con la que van a ver una película, la compañía con la que asisten y el tipo de película preferida.

5.6.4.1 Disponibilidad y acceso al cine

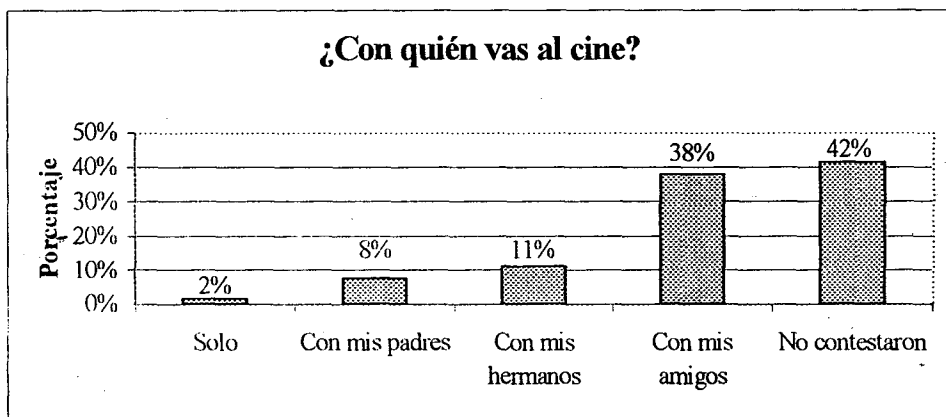
	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Una vez por semana	8	0	8	4%
Cada 15 días	2	0	2	1%
Una vez al mes	11	10	21	9%
Muy rara vez	72	23	95	42%
Nunca voy al cine	70	20	90	40%
No contestaron	7	1	8	4%
Total	170	54	224	100%



Según los resultados el 42% de los encuestados van muy rara vez al cine y el 40% nunca va al cine, a pesar de que la cabecera municipal cuenta con una sala de cine, los encuestados no asisten regularmente a presenciar películas o estrenos, debido al tiempo, ubicación de su residencia, ya que un 40% vive en aldeas y el 18% en caseríos del municipio y también por aspectos de tipo económico.

También se les preguntó la compañía con la que asisten al cine.

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Solo	3	1	4	2%
Con mis padres	15	2	17	8%
Con mis hermanos	19	6	25	11%
Con mis amigos	62	23	85	38%
No contestaron	71	22	93	42%
Total	170	54	224	100%



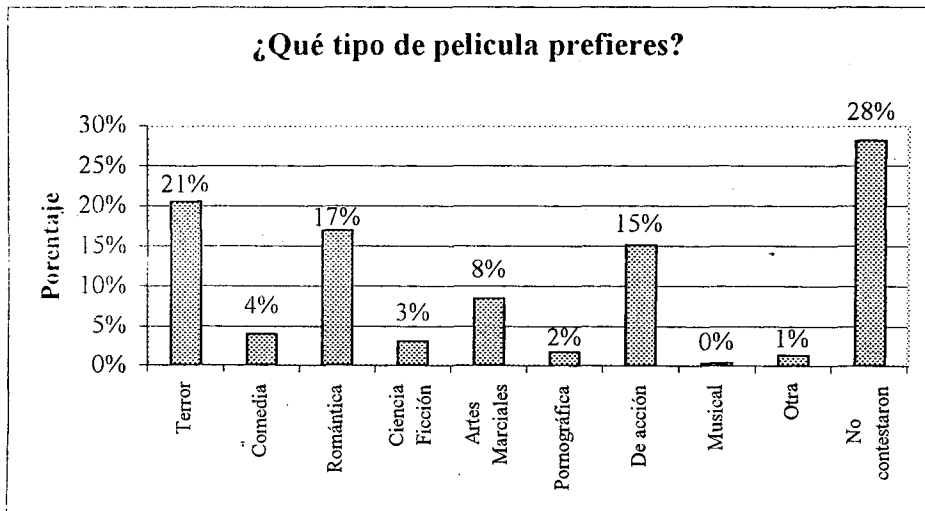
El 42% de los encuestados no contestaron con quién van al cine y el 38% contestó que cuando van al cine lo hacen en compañía de sus amigos y en un menor porcentaje van en compañía de hermanos 11% y padres 8%. Aunque esta respuesta es irrelevante porque realmente los jóvenes no asisten al cine, debe notarse que la presencia de los padres para acompañar y elegir el tipo de películas, es determinante para su formación.

5.6.4.2 Consumo del Cine

Se ha clasificado las películas de acuerdo a ciertos géneros fácilmente reconocibles.

Consumo del cine por institución educativa

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Terror	33	13	46	21%
Comedia	6	3	9	4%
Romántica	27	11	38	17%
Ciencia Ficción	4	3	7	3%
Artes Marciales	9	10	19	8%
Pornográfica	3	1	4	2%
De acción	28	6	34	15%
Musical	1	0	1	0%
Otra	3	0	3	1%
No contestaron	56	7	63	28%
Total	170	54	224	100%



Los tipos de películas preferidos son los siguientes:

Terror 21%, romántica 17 %, de acción 15% y artes marciales 8%. Los pocos que asisten al cine seleccionan este tipo de películas tal y como se ha venido explicando, lo hacen como una forma de divertirse y entretenerse más que formarse, se podría definir como Catarsis. Según el Diccionario de la Lengua Española define a la Catarsis de la siguiente manera:

Catarsis (Del Gr.) F. Purificación de las pasiones del ánimo mediante las emociones provocadas por la obra de arte, y más especialmente por la tragedia. // 2. Expulsión espontánea o provocada de sustancias nocivas al organismo. // 3. Por ext. Eliminación de recuerdos que perturban la conciencia o el equilibrio nervioso. (1994)
El 28% que no contestaron es porque no asisten al cine.

Consumo del cine por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Terror	30	26%	16	15%	46
Comedia	5	4%	4	4%	9
Romántica	8	7%	30	28%	38
Ciencia Ficción	6	5%	1	1%	7
Artes Marciales	19	17%	0	0%	19
Pornográfica	4	3%	0	0%	4
De acción	29	25%	5	5%	34
Musical	1	1%	0	0%	1
Otra	3	3%	0	0%	3
No contestaron	10	9%	53	49%	63
Total	115	100%	109	100%	224

Los resultados varían sustancialmente de acuerdo a la edad y al sexo de los encuestados, debido a que los hombres prefieren películas de terror (26%), acción (25%) y artes marciales (17%) y las mujeres un 49% no contestó lo que significa que ellas son las que menos asisten al cine y si lo hacen ven películas románticas (28%) y de terror (15%).

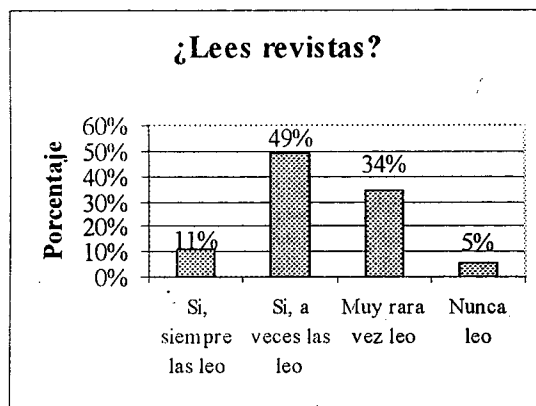
5.6.5 Revistas

Las revistas forman parte de aquellos medios de comunicación impresos destinados al entretenimiento. Son revistas que se adquieren en la Despensa Familiar, puestos de revistas en el mercado municipal, que se alquilan o se prestan y han acompañado a los niños y jóvenes de muchas generaciones.

5.6.5.1 Disponibilidad y acceso de revistas

Se ha buscado conocer la disponibilidad y el acceso a través de la frecuencia de lectura y del modo que se adquieren estas revistas.

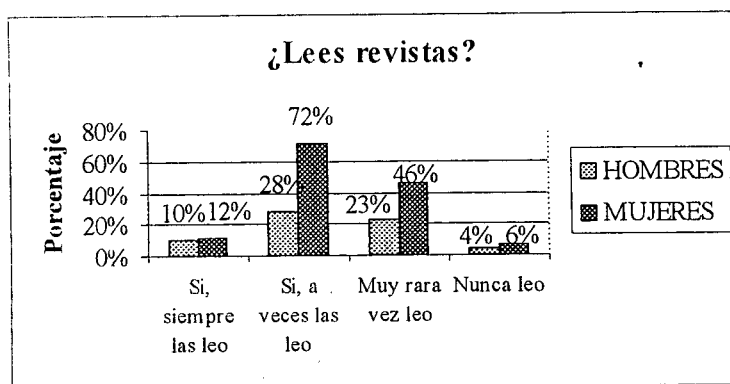
	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Si, siempre las leo	23	2	25	11%
Si, a veces las leo	80	30	110	49%
Muy rara vez leo	58	19	77	34%
Nunca leo	9	3	12	5%
Total	170	54	224	100%



En general los escolares leen sólo a veces un 49% de los casos, frente a un 34% que lo hace rara vez y un 11% que lo hace siempre. Sólo un 5% nunca lee.

Disponibilidad y acceso de revistas por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Si, siempre las leo	12	10%	13	12%	25
Si, a veces las leo	32	28%	78	72%	110
Muy rara vez leo	27	23%	50	46%	77
Nunca leo	5	4%	7	6%	12
Total	76	66%	148	136%	224

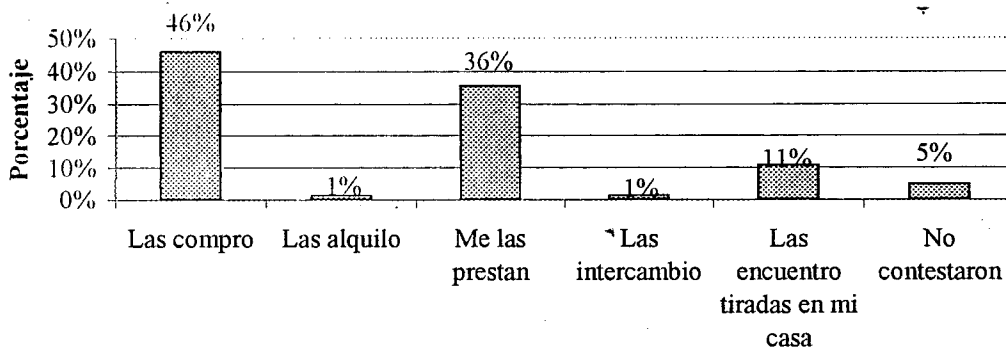


El 28% de los hombres, sólo a veces leen las revistas, un 23% muy rara vez y 10% si lee, el 4% nunca lee. Las mujeres un 72%, a veces leen las revistas, un 46% lo hace muy rara vez, un 12% es el que si las lee y el 6% nunca lee.

Acceso a las revistas por institución educativa

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Las compro	78	25	103	46%
Las alquilo	1	2	3	1%
Me las prestan	60	20	80	36%
Las intercambio	0	3	3	1%
Las encuentro tiradas en mi casa	23	1	24	11%
No contestaron	8	3	11	5%
Total	170	54	224	100%

¿Cómo consigues las revistas?

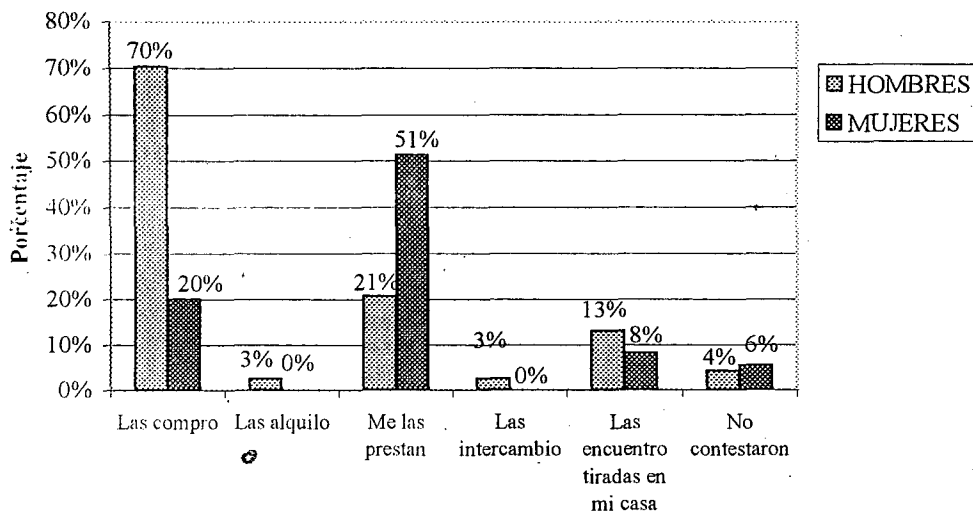


Según los resultados un 46% las compra, un 36% las prestan y un 11% las encuentran tiradas en su casa, se trata de un medio conocido por los escolares porque alguna vez han leído una de estas revistas o las han encontrado en su casa, pero cuya disponibilidad y acceso es actualmente reducida. Sin duda el factor económico incide en los mayores dificultades para comprarlas. Su contacto con este medio es casual.

Acceso a las revistas por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Las compro	81	70%	22	20%	103
Las alquilo	3	3%	0	0%	3
Me las prestan	24	21%	56	51%	80
Las intercambio	3	3%	0	0%	3
Las encuentro tiradas en mi casa	15	13%	9	8%	24
No contestaron	5	4%	6	6%	11
Total	131	114%	93	85%	224

¿Cómo consigues las revistas?

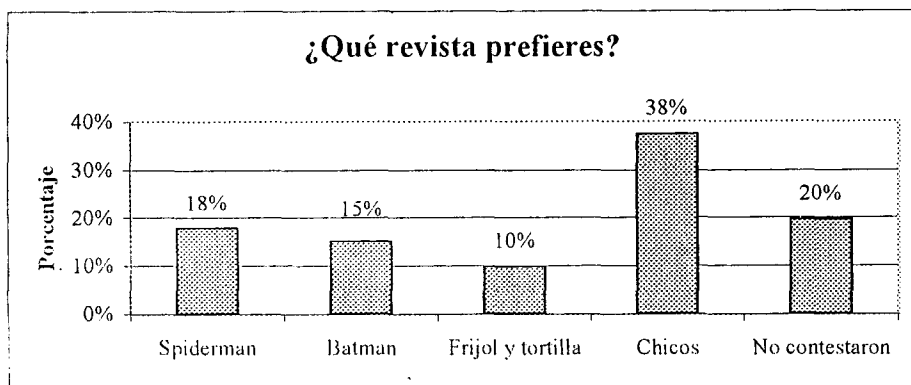


Un 70% de los hombres compra revistas, el 21% las presta y un 13% las encuentra tiradas en su casa. En el caso de las mujeres un 51% las presta, un 20% las compra y un 8% las encuentra tiradas en su casa.

5.6.5.2 Consumo de revistas

Consumo de revistas por centro educativo

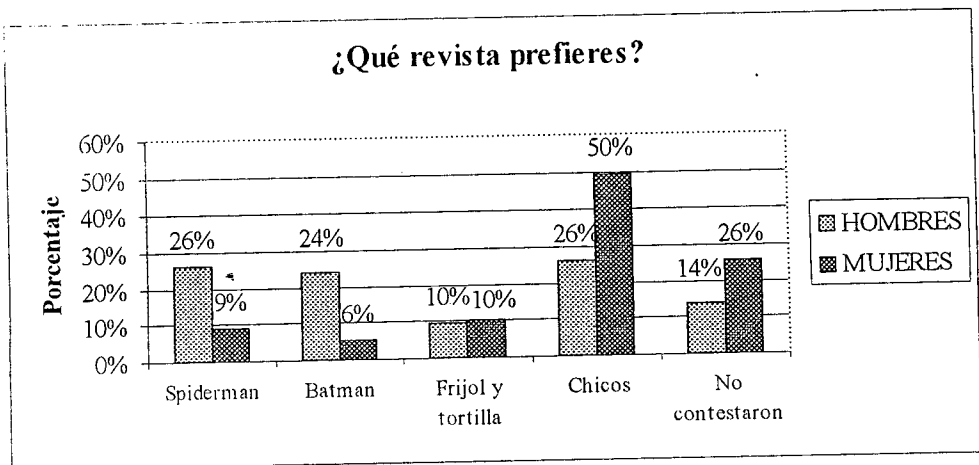
	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Spiderman	36	4	40	18%
Batman	34	0	34	15%
Frijol y tortilla	16	6	22	10%
Chicos	84	0	84	38%
No contestaron	0	44	44	20%
Total	170	54	224	100%



La revista Chicos es la preferida por los escolares del centro educativo nacional en un 38% le sigue muy lejanamente Spiderman 18%, Batman 15% y Frijol y tortilla 10%. En cuanto a los centros educativos privados los escolares no se encuentran muy interesados en este tipo de medio, ya que del total de encuestados un 20% no contestó.

Consumo de revistas por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Spiderman	30	26%	10	9%	40
Batman	28	24%	6	6%	34
Frijol y tortilla	11	10%	11	10%	22
Chicos	30	26%	54	50%	84
No contestaron	16	14%	28	26%	44
Total	115	100%	109	100%	224



La revista Chicos es la más leída por mujeres (50%) y hombres (26%). Esta revista la encuentran en Prensa Libre, los días sábados y es una revista que les proporciona información sobre temas de estudio, manualidades, tiras cómicas, adivinanzas. Los hombres leen Spiderman (26%) y Batman (24%) que son revistas que les presentan acción y emoción en las historietas.

5.6.6 La realidad del país vista por los escolares

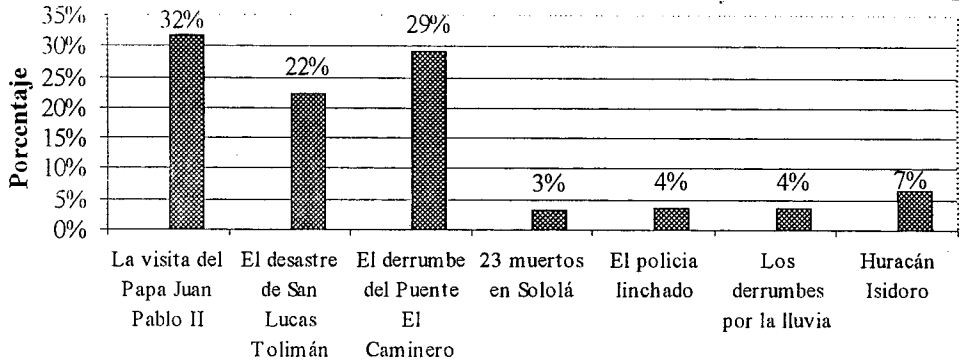
La realidad del país vista por los escolares si bien no fue propósito de esta encuesta realizar un estudio sistemático acerca de la visión de los encuestados sobre lo que ocurre en el país es evidente que los medios de comunicación proporcionan un acceso a la realidad nacional, que se ha buscado identificar. Con tal finalidad se les pidió que señalaran un problema considerado por ellos importante y que estuviera ocurriendo o hubiese ocurrido. Asimismo conocer a través de qué medios se han informado sobre él, y poder evaluar el peso que los diferentes medios de socialización poseen en la transmisión de información.

5.6.6.1 Hecho considerado más importante

El conjunto de respuestas fueron ordenadas y reducidas a las alternativas que en el cuadro siguiente aparece:

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
La visita del Papa Juan Pablo II	57	14	71	32%
El desastre de San Lucas Tolimán	42	8	50	22%
El derrumbe del Puente El Caminero	46	19	65	29%
23 muertos en Sololá	7	0	7	3%
El policía linchado	8	0	8	4%
Los derrumbes por la lluvia	6	2	8	4%
Huracán Isidoro	4	11	15	7%
Total	170	54	224	100%

**Escribe un hecho importante que haya ocurrido o este
ocurriendo en nuestro país**



Los escolares encuestados no son ajenos a las noticias o los hechos importantes que suceden en el país, ya que están enterados de los siguientes sucesos: la visita del Papa Juan Pablo II 32%, el hundimiento del Puente El Caminero 29% y el desastre de San Lucas Tolimán 22%.

Hecho considerado más importante por sexo

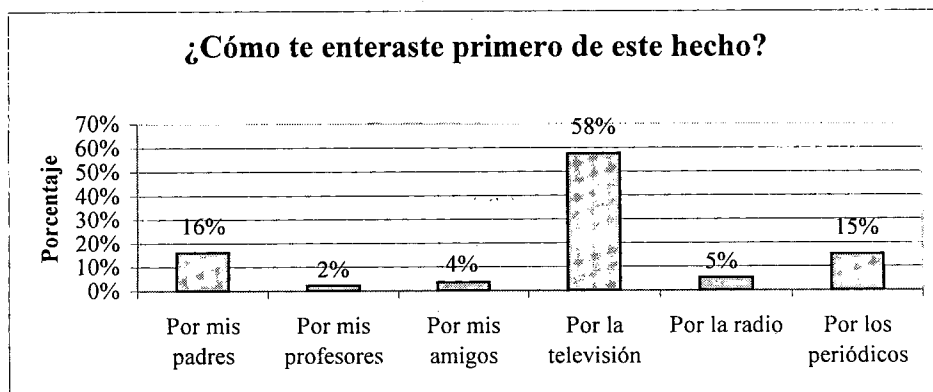
	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
La visita del Papa Juan Pablo II	48	42%	23	21%	71
El desastre de San Lucas Tolimán	24	21%	26	24%	50
El derrumbe del Puente El Caminero	27	23%	38	35%	65
23 muertos en Sololá	3	3%	4	4%	7
El policía linchado	4	3%	4	4%	8
Los derrumbes por la lluvia	3	3%	5	5%	8
Huracán Isidoro	6	5%	9	8%	15
Total	115	100%	109	100%	224

Sobre los sucesos se enteraron de una forma casi proporcional tanto hombres como mujeres: La visita del Papa Juan Pablo II, hombres 42% y mujeres 21%. El derrumbe del Puente El Caminero, hombres 21% y mujeres 24%. El desastre de San Lucas Tolimán, hombres 21% y mujeres 35%. Los escolares se enteraron de estos hechos o sucesos debido a que referente a La visita del Papa Juan Pablo II a Guatemala, fue una noticia que cubrieron los medios especialmente la televisión debido a la importancia de la visita a nuestro país, en la que venía el Santo Padre exclusivamente a canonizar al Hermano Pedro. El derrumbe del Puente El Caminero, debido a que es la vía de acceso de la capital a San Juan Sacatepéquez y viceversa y al desastre en San Lucas Tolimán porque en el mencionado lugar, debido a las fuertes lluvias se originaron varios derrumbes en los que perdieron la vida, varias familias.

5.6.6.2 Forma de conocimiento del suceso

Se les pidió a los encuestados que precisarán de qué modo se habían enterado de los sucesos mencionados. La intención era evaluar a través de que medio o forma de comunicación se informaron.

	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PORCENTAJE
Por mis padres	26	10	36	16%
Por mis profesores	3	2	5	2%
Por mis amigos	7	1	8	4%
Por la televisión	101	28	129	58%
Por la radio	9	3	12	5%
Por los periódicos	24	10	34	15%
Total	170	54	224	100%



La importancia de la televisión y la credibilidad que despierta es muy evidente en relación a la función informativa, ya que el 58% se informa a través de ella. Indudablemente la sensación de inmediatez que produce la televisión no la tiene ningún otro medio. Cabe destacar que los periódicos y la radio en ese orden quedan sumamente relegados. Es la televisión el referente más importante que poseen, acompañado en segundo lugar por los padres.

Forma de conocimiento del suceso por sexo

	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Por mis padres	22	19%	14	13%	36
Por mis profesores	2	2%	3	3%	5
Por mis amigos	3	3%	5	5%	8
Por la televisión	66	57%	63	58%	129
Por la radio	6	5%	6	6%	12
Por los periódicos	16	14%	18	17%	34
Total	115	100%	109	100%	224

Tanto hombres 57% como mujeres 58% se enteraron en primer lugar por la televisión, en segundo lugar por sus padres, hombres 19% y mujeres 13% y en tercer lugar por los periódicos, hombres 14% y mujeres 17%. Casi hay igualdad en el porcentaje de interés de hombres y mujeres, generalmente lo que les interesa son hechos denominados "sensacionalistas" derrumbes, asesinatos, accidentes, etc. Sin embargo el suceso de la visita del Papa ocupó un espacio preponderante en la televisión nacional abierta. Ese contacto con la televisión para enterarse del suceso, pudo ser casual o debido a la saturación de información en la televisión porque las transmisiones se efectuaron por lapsos prolongados.

5.6.7 RELACIÓN ENTRE LOS DISTINTOS MEDIOS

Los medios masivos de comunicación como lo son la televisión, la radio, los periódicos, el cine, las revistas juegan un papel importante y cada vez más significativo en el proceso del desarrollo de la vida cotidiana de las personas.

En cuanto a disponibilidad, acceso y consumo de los medios de comunicación mencionados, la televisión y la radio tienen un nivel de preferencia y aceptación por los escolares de nivel básico. Los periódicos y las revistas alcanzan un porcentaje bajo debido a que los escolares no se interesan por la lectura, y en lo que se refiere al cine el 80% de los escolares encuestados asisten rara vez o nunca van al cine.

Eso significa que en el futuro inmediato tendremos jóvenes con alto grado de erosión cultural ya que se encuentran en un proceso de transculturación. Si bien el medio que más les gusta es la televisión, ellos ven canales nacionales (Canal 3, Canal 7, Canal 11) y los canales de cable. Sin embargo, la televisión nacional transmite programas "enlatados" por que la producción nacional es casi inexistente.

De la misma manera la radio transmite música producida en otros países y culturas diferentes, eso significa que los jóvenes van a identificarse mañana, con formas de vida distintas lo cual va en detrimento de la cultura e identidad nacional.

Los jóvenes encuestados pueden ser sometidos a la sedentarización debido a que ven televisión más de cuatro horas al día.

CONCLUSIONES

- ⌘ La presencia de los medios de comunicación: televisión 98%, radio 95%, periódicos 89%, cine 56% y revistas 60 %, se toma como el contacto que tienen los encuestados con los medios, lo cual es determinante para tener el perfil del ciudadano que tendremos en el futuro.
- ⌘ Los géneros de los diversos programas que ofrecen los medios masivos de comunicación gratifican de diversos modos a sus públicos, produciendo emociones positivas o negativas.
- ⌘ Los medios masivos de comunicación han dejado de ser elementos externos a la vida social y se han incorporado a las experiencias personales, familiares, escolares y del municipio de los escolares.
- ⌘ La disponibilidad, el acceso y consumo de los medios de comunicación privilegiaron a la radio y la televisión como medios con niveles altos de aceptación por los escolares del municipio de San Juan Sacatepéquez.
- ⌘ Las variables de sexo, edad, tipo de institución educativa, tipo de familia y origen de los padres tienen incidencia en la disponibilidad, acceso y consumo de los medios de comunicación mencionados, considerando que estas variables guardan relación con disposiciones, gustos, preferencias e identificaciones distintas con los mensajes de los medios.

- * Los hábitos de consumo de periódicos y revistas por los escolares son muy bajos debido a que no poseen el hábito de la lectura.
- * No es positivo que los jóvenes tengan contacto en mayor porcentaje con la televisión y la radio considerando que sus programaciones no son educativas-formativas, mas bien son alienantes y manipuladoras por lo detectado a través de sus preferencias y gustos.

2.25	Apellidos predominantes	29
2.26	Características Educativas	29
	2.26.1 Analfabetismo	29
	2.26.2 Educación	29
	2.26.2.1 Privada	30
	2.26.2.2 Pública	30

CAPITULO III

III.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	31
3.1	La Televisión	36
3.2	La Radio	47
3.3	El Periódico	57
3.4	El Cine	60
3.5	Revistas	66

CAPITULO IV

IV.	MARCO METODOLÓGICO	69
4.1	Objetivos	69
	4.1.1 Objetivo General	69
	4.1.2 Objetivos Específicos	69
4.2	Tipo de investigación	70
4.3	Diseño y fases	71
	4.3.1 Universo	71
	4.3.2 Muestra	71
	4.3.3 Técnica	71
	4.3.4 Instrumento	72
4.4	Procedimiento	72

CAPITULO V PRESENTACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 73

5.	CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIANTES QUE FUERON ENCUESTADOS Y QUE ASISTEN A TERCERO DE SECUNDARIA EN EL MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPÉQUEZ	
5.1	Variables utilizadas	73
5.2	Edad	73
5.3	Sexo	75
5.4	Tipo de institución educativa	76
5.5	Tipo de familia y origen de los padres	77
5.6	MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN: DISPONIBILIDAD, ACCESO Y CONSUMO	80
5.6.1	Televisión	80
	5.6.1.1 Disponibilidad de la Televisión	80
	5.6.1.2 Acceso a la Televisión	83

RECOMENDACIONES

- ⌘ A los estudiantes pendientes de tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación realizar más estudios de esta naturaleza.
- ⌘ A los profesores de los establecimientos educativos encuestados, que promuevan el hábito de lectura a través de realizar con los alumnos más trabajos relacionados con medios escritos como: periódicos, revistas. También que eduquen acerca del contacto con la televisión y la radio de los contenidos de los mensajes. Asimismo que promuevan el hábito de informarse acerca de la realidad nacional para formar ciudadanos más participativos y menos pasivos. De igual manera promover el hábito del deporte o actividades recreativas formativas para que el contacto por largos períodos frente a la televisión sea menos frecuente.
- ⌘ A los medios de comunicación para que hagan producción nacional que informe y forme a los receptores y que se creen programas para jóvenes dirigidos a orientar su actividad formativa, la cultura nacional, etc.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

1. Aldana Salguero, Rosa Idalia 2001. **Comportamiento y Percepción del adolescente respecto a la TV** (Validación de las teorías de sedentarización y dictatorial) Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
2. Barrientos Hernández, Carlos 1999. **Contacto que tienen los habitantes de San Miguel Dueñas con los medios de comunicación.** Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
3. Benito, Angel 1991. **Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación.** España: Ediciones Paulinas
4. Censo Nacional XI de Población 2002. Guatemala: Instituto Nacional de Estadística.
5. Claudín Víctor & Anabitarte Héctor 1986. **Diccionario General de la Comunicación.** Barcelona España: Editorial Mitre.
6. Cresta de Leguizamón, María Luisa 1984. **El niño y la literatura infantil y los medios de comunicación masivos.** Buenos Aires Argentina: 2ª. Edición. Editorial Plus Ultra.
7. De la Mota, Ignacio H. 1988. **Diccionario de la Comunicación.** Madrid, España: Tomo 2. Editorial Paraninfo.
8. Diccionario Municipal de Guatemala 2002. Guatemala: Instituto de Estudios y Capacitación Cívica.

Procedimiento:

La investigación se realizó de acuerdo a una recopilación bibliográfica. Se realizó una encuesta a estudiantes de ambos sexos de tercero básico de tres establecimientos, uno estatal y dos privados: Instituto Nacional de Educación Básica "República de Austria", Colegio "La Infancia" y Colegio "Atenas" de San Juan Sacatepéquez.

Resultados obtenidos y conclusiones:

Los resultados del análisis se obtuvieron de acuerdo a la información cuantitativa acerca de la presencia, acceso, disponibilidad y tipo de consumo de los medios de comunicación, televisión, radio, periódicos, cine y revistas entre los escolares de secundaria del municipio de San Juan Sacatepéquez.

Se obtuvo información cuantitativa acerca de la presencia de los medios de comunicación: televisor 98 %, radio 95%, periódicos 89%, cine 56% y revistas 60%.

9. Diccionario de la Lengua Española. 1994. México: Ediciones Larousse

10. Estrada Barillas, Carmen Rossana 1994. **La TV y los niños de 5°. Grado de primaria de la ciudad de Guatemala. Análisis exploratorio y comparativo del uso de la TV y su influencia entre los niños de dos centros educativos.** Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

11. Gall, Francis Dr. 2000. **Diccionario Geográfico de Guatemala.** Guatemala: Instituto Geográfico Nacional.

12. Guillén de León, Elpidio 1995. **La comunicación vía satélite como factor de transculturización en los adolescentes.** Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

13. Guinther, Mercedes 1970. **La televisión y ciertas actitudes de adolescentes en una muestra seleccionada de sujetos de institutos oficiales de la ciudad capital de Guatemala.** Tesis Licenciada en Psicología. Guatemala: Escuela de Ciencias Psicológicas. Universidad de San Carlos de Guatemala.

14. Interiano, Carlos 1981. **Problemas de la comunicación en Guatemala, formación del receptor crítico adolescente.** Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

15. Interiano, Carlos s.f. **La opinión pública.** Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Capitulo III

Contiene la información acerca de los medios de comunicación masivos.

Capitulo IV

Presenta las consideraciones generales como lo son: objetivo del estudio, diseño y fases y procedimiento.

Capitulo V

Contiene la presentación de datos y análisis de resultados de las características de los estudiantes encuestados y describe los medios de comunicación: disponibilidad, acceso y consumo de la televisión, la radio, los periódicos, el cine, revistas y la realidad del país vista por los escolares de secundaria del municipio de San Juan Sacatepéquez.

Para finalizar se presentan conclusiones, recomendaciones, bibliografía consultada y apéndice.

16. Jiménez Ardón, Gerardo **Conozcamos Guatemala: Monografías de los Departamentos de Guatemala.** Guatemala: Prensa Libre.
17. La comunicación y los mass media. 1985. España: 2ª. Edición. Editorial Mensajero.
18. Lucas Marín, Antonio. 1999 **Sociología de la Comunicación** España: Trotta.
19. Maletzke, Gerhard 1976. **Sicología de la Comunicación Social.** Ecuador: 4ª. Edición. CIESPAL
20. Martín Vivaldi, Gonzalo 1987. **Géneros Periodísticos: reportaje, crónica, artículo (Análisis diferencial)** Madrid: 4a. Edición. Paraninfo.
21. Martínez de Sousa, José 1981. **Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo.** Madrid: Paraninfo.
22. Mérida González, Aracelly. 2000. **Guía para elaborar y presentar el proyecto de tesis.** 4ª. Edición. Guatemala: ARCASAVI
23. Mogollón Villar, Clara Cecilia. 1999. **La actitud de los estudiantes de periodismo de la ECC de la USAC como receptores de los medios informativos.** Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
24. Monografía de San Juan Sacatepéquez. 1990. Municipalidad de San Juan Sacatepéquez. s.d.e.
25. Palencia Prado, Tania 2001. **Los medios de comunicación social y el fortalecimiento de la democracia.** Guatemala: PNUD.

26. Poitevín, René. Rivera Anabella. Moscoso, Víctor. 2000. **Los jóvenes guatemaltecos a finales del siglo XX**. Informe de investigación. Guatemala: FLACSO.
27. Revista Magna Terra. 2002. Guatemala.
28. Revista Marca. 1998. Guatemala.
29. Vargas García, Ana Waleska 2001. **El papel que desempeña la TV nacional (Canal 7) en el proceso de transculturación en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas del departamento de Alta Verapaz**. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Las relaciones entre comunicación y la educación en San Juan Sacatepéquez, no han sido motivo de investigación en la actualidad y en particular la relación entre los jóvenes escolares y los medios masivos de comunicación. Es importante descubrir las múltiples relaciones que se dan entre la comunicación masiva y la educación, y en ellos se hace evidente que los medios masivos de comunicación han dejado de ser elementos externos a la vida social y se ha incorporado a las experiencias personales, familiares y escolares.

A través de este estudio se busca conocer la medida y la forma a través de la cual el uso de los distintos medios de comunicación constituye parte de las prácticas cotidianas de los jóvenes.

Es importante indagar acerca del grado de importancia que tienen los medios masivos de comunicación y sus mensajes entre la población escolar, lo que podría estar manifestando un desplazamiento de la institución escolar (y de los procedimientos formales de la escuela), que tradicionalmente y con carácter de exclusividad se ocupó de la tarea educativa.

Los medios de comunicación proponen un lenguaje y un sentido y los niños y jóvenes hacen uso o se apropian de él de múltiples maneras.

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

ENCUESTA SOBRE DISPONIBILIDAD, ACCESO Y
CONSUMO DE MEDIOS MASIVOS POR ESTUDIANTES

Nombre del Centro Educativo: _____

Tipo de Centro Educativo: Estatal _____ Particular _____

Fecha de la entrevista: _____

Entrevistador _____

Indicaciones: Como parte de la investigación para realizar la tesis sobre el acceso y consumo de medios masivos por estudiantes responde la presente encuesta.

Ten en cuenta las siguientes instrucciones:

1. Responde verdaderamente porque de ello depende el éxito de este estudio.
2. Sigue atentamente las instrucciones que están indicadas luego de cada pregunta.
3. Sigue siempre las flechas que te conducen de una pregunta a otra.
4. Cuando encuentres unos círculos como éstos, tienes que marcar con una "x" de la siguiente manera.
5. Cuando encuentres un espacio así, es para que pongas una cantidad determinada. Por ejemplo:
¿Cuántos años tienes? _____ Años
6. Cuando encuentres un espacio así _____ es para que llenes una información. Por ejemplo:-
¿Qué programa de la radio prefieres?

II. MUNICIPIO DE SAN JUAN SACATEPÉQUEZ

La información que se describe a continuación se obtuvo a través de una monografía proporcionada por la municipalidad del municipio en referencia.

2.1 APUNTES HISTÓRICOS

2.1.1 Etimología

El nombre del municipio de San Juan Sacatepéquez, se puede definir así: SAN JUAN, en honor a su patrono San Juan Bautista, y SACATEPÉQUEZ, se deriva de dos voces cakchiqueles: Sacat – hierba y Tepec – Cerro, es decir Cerro de Hierba.

2.1.2 Referencia histórica

Su origen es pre-colonial, fue conquistado por los españoles, en 1525, al mando de Antonio de Salazar, cuya corte estableció en Tierra de Ayampuc, fue uno de los pueblos más importantes que formaron el reino Kaqchikel.

Dicha municipalidad es de 2^a. Categoría, su población del área rural comprende 13 aldeas y 45 caseríos (de estas 28 poseen auxiliaturas).

2.2 UBICACIÓN, EXTENSIÓN TERRITORIAL Y LÍMITES

El municipio de San Juan Sacatepéquez está ubicado en la parte Noroeste del Departamento de Guatemala. Según el Diccionario Municipal de Guatemala (2002): "su extensión territorial es de 272.87 kilómetros cuadrados", se localiza a 31 kilómetros de la ciudad capital, carretera asfaltada, de fácil acceso, de la ruta No. 5. Su altura sobre nivel del mar es de 1845 metros.

Según el Diccionario Municipal de Guatemala (2002): Sus límites se constituyen de la siguiente manera: Al Norte, el municipio de Granados, Depto. de Baja Verapaz; al Sur, el municipio de San Pedro Sacatepéquez, Depto. de Guatemala; al Este, los municipios de San Raymundo y San Pedro Sacatepéquez del departamento de Guatemala y al Oeste, los municipios de San Martín Jilotepeque y el Tejar del Depto. de Chimaltenango y el municipio de Santo Domingo Xenacoj, del Depto. de Sacatepéquez.

I. Características generales

Vamos a empezar la encuesta con algunas preguntas referidas a ti y a tu familia.

1. ¿Cuántos años cumplidos tienes?

2. Sexo:

Hombre _____

Mujer _____

3. Dirección de tu casa o lugar donde vives:

4. Señala con quiénes vives:

Marca en cada uno de los casos

Papá	Sí	No
Mamá	Sí	No
Hermanos y hermanas	Sí	Cuántos _____ No
Otros parientes	Sí	No
Otras personas	Sí	No

5. ¿Dónde nacieron tus padres?

Indica donde nacieron tu papá y tu mamá

San Juan Sacatepéquez

Guatemala

En algún depto. o municipio de Guatemala

En el extranjero

José Ocaña y otras más. Entre las colonias están: Los Robles, Ciudad Quetzal, La Económica, Las Margaritas.

2.4 TOPOGRAFÍA, ALTURAS, DISTANCIAS Y VIAS DE COMUNICACIÓN

La topografía de este municipio es irregular, pues pertenece al complejo montañoso del altiplano, encontrándose en su territorio pequeños valles, profundos barrancos y elevados cerros. Las alturas van, desde 1.800 hasta 2.500 metros sobre el nivel del mar y el clima es generalmente frío.

La distancia de la cabecera municipal a la cabecera departamental o sea la Ciudad de Guatemala, es de treinta y un kilómetros (31) sobre carretera totalmente asfaltada (Ruta Nacional No. 5); las Aldeas y Caseríos se comunican por medio de caminos de terracería.

Funcionan transportes motorizados para carga y pasajeros (camiones y autobuses) y también se usan en algunos lugares, bestias caballares como medios de transporte.

2.5 HIDROGRAFÍA Y OROGRAFÍA

Riegan este municipio varios ríos de pequeño caudal, sirven para facilitar los cultivos, en algunas partes de las tierras, siendo los principales: San Pedro, San Juan, Concúa, Tapanal, Rastunyá, Paxot,

II. TELEVISIÓN

Ahora contesta las siguientes preguntas acerca de la televisión

6. ¿Tienes televisión en la casa donde vives?

Sí _____

No _____ (Pasa a la pregunta No. 9)

7. ¿Qué tipo de televisión tienes y cuántas de cada tipo?

Marca cada uno de los tipos de televisores que tengas e indica cuántos

En blanco y negro Cuántos _____

A color Cuántos _____

8. Indica en qué habitación o habitaciones de la casa está el televisor o los televisores en blanco y negro y a color que tengas:

	TV b/n	TV color
Sala	_____	_____
Hall o sala de estar	_____	_____
Comedor	_____	_____
Habitación de padres	_____	_____
Habitación propia o de hermanos	_____	_____

Todos estos cerros contribuyen enormemente a darle un aspecto de belleza original al municipio, atractivo, muy apreciado por los nativos y por los extranjeros.

2.6 LUGARES DE ATRACCIÓN TURÍSTICA

Por ser un pueblo de bellezas naturales, cuenta con algunos lugares de atracción turística, entre los cuales se puede mencionar: Villa Lourdes, La Concepción, Vista Bella, Villa Olga, El Bucarito, El Pilar, La Viña, Ocaña y la misma cabecera municipal, en tiempo de fiesta, por la solemnidad de sus procesiones religiosas y por la típica y vistosa indumentaria de sus mujeres, hombres y niños de aire originalmente autóctono.

2.7 INTEGRACIÓN SOCIAL

La gran mayoría de esta población es indígena, de ascendencia Kaqchikel, cuya lengua hablan generalmente entre sí, pero también hablan el Español. Se profesan las religiones católica y evangélica, siendo mayoritaria y de mayor arraigo la primera, advirtiéndose en la comunidad un gran espíritu de solidaridad social.

Cocina _____

Otros _____

(Pasa a la pregunta No. 10)

9. Si no tienes televisión en tu casa, qué haces para ver televisión?

Marca sólo una posibilidad

Voy a casa de amigos, vecinos o familiares a ver televisión

Hay un vecino, familiar o amigo que la alquila y allí veo TV

La veo en la calle, en una tienda comercial o en un restaurante

Nunca veo televisión
19)

(Pasa a la pregunta No.

10. Escribe qué programas has visto el día de ayer y en qué horarios

Escribe el nombre de los programas

Horario	Programas vistos
De 2 a 3 de la tarde	_____
De 3 a 4 de la tarde	_____
De 4 a 5 de la tarde	_____
De 5 a 6 de la tarde	_____
De 6 a 7 de la noche	_____
De 7 a 8 de la noche	_____
De 8 a 9 de la noche	_____
De 9 a 10 de la noche	_____
De 10 a 11 de la noche	_____

LA FLORICULTURA, ocupa un primer plano pues se producen gran variedad de flores y se explota a nivel comercial, principalmente claveles, rosas, crisantemos, lirios, margaritas, etc. Que gozan de merecida fama en los mercados de la capital.

De sus bosques se extraen maderas de construcción, entre éstas pino, ciprés, roble, etc. Así como leña para el consumo local. La Ganadería Bovina se atiende en pequeña escala, sólo para el consumo interno y así mismo la Porcina.

La Avicultura, se atiende en mayor escala pues existen varias granjas avícolas de gran producción.

En cuanto a Industria, hay algunas fábricas de ladrillo y teja de barro; también se atienden la Alfarería y la Jarcia que son industrias tradicionales así como la elaboración de Tejidos Típicos en telares manuales, los cuales se distinguen por sus artísticos diseños y hermoso colorido; de ahí que el traje típico de las sanjuaneras, es uno de los más bellos y atractivos del país.

Complementa la Economía de este Municipio el TURISMO, pues es un lugar que por su extraordinario encanto natural y sus interesantes tradiciones, atraen al turista.

De 11 a 12 de la noche

De 12 de la noche

11. El último sábado y domingo, qué programas has visto y a qué hora?

Escribe el nombre de los programas

Horario	Sábado	Domingo
De 9 a 10 de la mañana		
De 10 a 11 de la mañana		
De 11 a 12 de la mañana		
De 12 a 1 de la tarde		
De 1 a 2 de la tarde		
De 2 a 3 de la tarde		
De 3 a 4 de la tarde		
De 4 a 5 de la tarde		
De 5 a 6 de la tarde		
De 6 a 7 de la noche		
De 7 a 8 de la noche		
De 8 a 9 de la noche		

Dentro de estos se pueden mencionar algunas prendas: Güipiles, servilletas, fajas, gorros de niños, tela para sacos de hombre, bolsas típicas, cargadores de niños.

2.9.5 Cestería

En las Aldeas Cerro Alto, Sacsuy y Montúfar, principalmente los moradores se dedican a construir toda clase de canastos, pantallas de lámpara y otros artículos de gran utilidad y atractivo turístico que diariamente transportan para los mercados de la ciudad capital. También se dedican a la Jarcía o sea a la elaboración de bolsas de pita, como redes, mecapal, lazos y cebaderas (que sirve para caballos).

2.9.6 Orfarería

En pequeña escala, algunas mujeres se dedican a la elaboración de comales de barro, ollas, batidores y otros. En el municipio existen también fábricas de ladrillos de diferentes clases y tamaños.

2.9.7 Cohetería

También se fabrican bombas, cohetes, cohetillos y juegos de luces artificiales de buena calidad.

De 9 a 10 de la noche

De 10 a 11 de la noche

De 11 a 12 de la noche

De 12 de la noche

12. ¿Eliges tú los programas de televisión que ves?

Sí, siempre los elijo

Sí, algunas veces los elijo

No, nunca los elijo

13. ¿Qué tipo de programa es el que más te gusta?

Marca una sola posibilidad

Telenovelas

El juego de la vida

Series

Sabrina Buffy, la caza vampiros

Películas

Acción Drama Suspense

Dibujos Animados

Las chicas superpoderosas Pokemon

Noticieros

Telediario Notisiete Primer Impacto

Programas Políticos

Libre Encuentro Juicio A

Programas musicales

MTV Tele hits Pepsi Music

2.12.2 Tradiciones

Se observa gran afición por la música, principalmente por la marimba y en las ceremonias religiosas usan el tambor, el tún y la chirimía, pues tienen gran apego a sus tradiciones ancestrales, practicando varios bailes autóctonos entre éstos: el Son, el Baile del Venado, el del Torito, Los Gigantes y otros del conjunto, luciendo trajes y máscaras de singular atractivo.

Su fiesta titular es en honor a su patrono San Juan Bautista, que se celebra el 24 de Junio, con solemnes procesiones, misas, bailes, juegos pirotécnicos y actividades socio-culturales y deportivas.

Las fiestas patrias son conmemoradas con gran expresión cívica en las cuales toman parte las autoridades civiles y militares, personal docente y alumnado de las escuelas, representativas de las diferentes entidades socio-culturales y deportivas del municipio.

También se celebra el Corpus Cristi, La Semana Santa, la Navidad y Año Nuevo. Se cuenta con varias organizaciones religiosas, educativas, deportivas y sociales.

2.12.3 Costumbres

Las costumbres principales de la cabecera municipal son:

Programas cómicos	El Chavo	El chapulín colorado	
	La güereja y algo más		Moralejas
	Al derecho y al dervez		Otro rollo
	La mira con cariño		

Programas de Concurso Alo que tal América

Programas Deportivos Televisa Deportes Tele Deporte

Programas Culturales Discovery Channel

14. ¿Cuál es tu programa preferido de la televisión?

Escribe el nombre de un solo programa de televisión, el que más te guste.

15. Dentro de los siguientes Dibujos Animados:

Pokémon
Dragonball Z
Spiderman
La Burbuja de las chicas superpoderosas

Escribe el nombre del personaje que más te guste:

⌘ Poemas:

Existen varios poemas, dedicados a San Juan, pero el más popular es el de "La Niña de San Juan" escrito por el sanjuanero Higinio Patzán.

2.13 DEPORTES

Se practican varios deportes, principalmente Basquet y Foot Ball, así como Marathon, organizándose a menudo interesantes eventos. Existen varios conjuntos deportivos de gran prestigio en la región y han surgido de aquí famosos deportistas en diferentes épocas.

2.14 TRAJES TÍPICOS

El traje típico de la mujer se compone de las siguientes prendas:

⌘ El güipil:

Es tejido a mano en pequeños telares, dividido en dos lienzos iguales, con una superficie rayada en los colores principales amarillo, rojo y morado, de una pulgada de ancho, combinando con pequeñas rayas verticales de colores azul-café-verde-morado, en repeticiones regulares

intercaladas. Es bordado en diferentes diseños, representados en aves y animales como: el reptil, el mico, águilas y otras figuras más. Todos de colores combinados. El escote es redondo, bordado a mano en la orilla con especie de ojal con una pequeña cinta para tallar adelante, y unido con una costura de varios colores combinados.

16. Dentro de las siguientes series:

Luisa & Clarck
Friends
Sabrina
Buffy, la caza vampiros

Hércules
Xena

Escribe el nombre del personaje que más te guste

17. ¿Cuál de los siguientes personajes te gustaría ser?

* **Marca solamente uno**

Spiderman
Sabrina
Buffy, la caza vampiros
Xena
Hércules

Otro _____

Ninguno _____

18. ¿Qué comercial, propaganda de la televisión te gusta más?

2.16 CENTROS DE IMPORTANCIA

Dentro de éstos podemos mencionar: Puestos de Salud, Hospital y Unidad Asistencial, Programa de Salud Rural, Cuerpo de Bomberos Voluntarios, Correos y Telégrafos, Servicio de Telecomunicaciones Telgua. Un hospital infantil antituberculoso llamado El Bosque o Colonia Infantil, sostenido con fondos privados, especialmente del Club de Leones. Existe también en el municipio de San Juan Sacatepéquez, una cooperativa de ahorro y crédito llamada San Juan Bautista, R.L. (ECOSABA, R.L.) fundada en 1969 por el padre católico originario del municipio, Monseñor Gil Blanco. Se cuenta con servicios públicos de drenajes, agua potable, energía eléctrica, telégrafo, teléfono, correos, puesto de salud, hospital, cementerio general, mercado municipal, rastro de ganados, policía nacional y municipal, templos católicos y evangélicos, canchas deportivas, servicio de transportes motorizados y los siguientes centros de enseñanza: Instituto Nacional de Educación Básica, una Escuela Nacional Urbana de Varones, una Escuela Nacional Urbana de Niñas, una Escuela Nacional de Párvulos, una Escuela de Música, Colegios y varias academias particulares de cursos libres. Todos estos establecimientos atienden numeroso alumnado y están a cargo de maestros capaces y entusiastas. En su jurisdicción se encuentra la Escuela Politécnica – escuela militar, dependencia del Ministerio de la Defensa.

III. RADIO

Ahora contesta las siguientes preguntas acerca de la radio

19. ¿Tienes radio en tu casa?

Marca sólo una posibilidad

Hay una sola radio (o equipo con radio) en mi casa, para el uso de todos

Hay varias radios en mi casa

Hay más de una radio en mi casa y una de ellas la uso yo sólo

No hay radio en mi casa

20. ¿Escuchas radio?

Marca sólo una posibilidad

Sí, siempre

Sí, a veces escucho radio

Rara vez escucho radio

21. ¿Qué tipo de programa es el que más te gusta oír por la radio?

Marca solamente uno

Los programas musicales

Los programas musicales con concursos

Las radionovelas

Los programas deportivos

Los noticieros

Los programas para niños

Los programas variados que tienen entrevistas, consejos, testimonios, etc.

2.19 POBLACIÓN

Conforme el Censo Nacional XI de Población practicado por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2002, este municipio registra una población total de CIENTO CINCUENTA Y DOS MIL QUINIENTOS OCHENTA Y TRES (152,583) habitantes, integrada por 75,415 hombres y 77,168 mujeres.

2.20 CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

Los habitantes son laboriosos, con gran vocación agrícola y las mujeres son hacendosas y hábiles para ciertas industrias regionales, principalmente en la del Tejido Típico, pues ellas elaboran sus propios trajes.

2.21 GRUPO ÉTNICO

La gran mayoría de esta población es indígena, de ascendencia Kaqchikel, la raza es morena, de compleción débil, pelo lacio, facciones achatadas, conservadores, tradicionalistas, laboriosos, amantes a la paz y tranquilidad con propios y extraños.

22. ¿Por qué prefieres escuchar un programa de radio?

Marca solamente una posibilidad

Por la voz del locutor

Por la animación del programa

Por la música

Por la participación

23. ¿Qué emisora o radio prefieres?

IV. PERIODICOS

Ahora vamos a hacerte unas preguntas sobre los periódicos

24. Tú lees los periódicos

Marca una sola posibilidad

Sí, siempre, pero sólo algunas partes

Sí, si hay algo que me interese

No, nunca los leo

25. ¿Compran periódicos en tu casa?

Marca una sola personalidad

Sí, todos los días

Sí, algunos días de la semana

Sí, sólo los fines de semana

No, nunca compran

2.23 ESTRUCTURA POR EDAD Y SEXO

Según el Censo Nacional XI de Población practicado por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2002, este municipio registra una población total de CIENTO CINCUENTA Y DOS MIL QUINIENTOS OCHENTA Y TRES (152,583) habitantes, integrada por 75,415 hombres y 77,168 mujeres.

En cuanto a los grupos de edad:

De 0 a 6 años	32,549
De 7 a 14 años	33,628
De 15 a 17 años	9,553
De 18 a 59 años	69,256
De 60 a 64 años	2,510
De 65 y más	5,087

2.24 TOTAL DE POBLACIÓN POR ÁREA URBANA, RURAL Y SEXO

Según el Censo Nacional XI de Población practicado por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2002, este municipio registra una población total de CIENTO CINCUENTA Y DOS MIL QUINIENTOS OCHENTA Y TRES (152,583) habitantes habitantes, integrada de la siguiente manera:

Área urbana	40,058 hombres	41,256 mujeres
Área rural	35,357 hombres	35,642 mujeres

26. Durante la semana pasada, qué periódico es el que más han comprado en tu casa?

Marca sólo uno, el que más veces hayan comprado durante la semana pasada

Prensa Libre
El Periódico
Siglo XXI
Al Día
Nuestro Diario
La Extra

27. ¿Qué parte del periódico te interesa más?

Marca sólo una de ellas

Los deportes
Los espectáculos (chismes y programación)
Los suplementos de diversión (escolargrama, geniograma, Suplementos escolares)
La información local, policial y de provincias
La información internacional

V. CINE

Ahora va a responder preguntas sobre cine

28. ¿Cada cuánto tiempo vas al cine?

Una vez por semana
Cada 15 días
Una vez al mes
Muy rara vez
Nunca voy al cine (Pasa a la pregunta No. 31)

En la cabecera municipal se cuenta con la sede de la Supervisión Educativa No. 01-10-03 y la Supervisión de la Dirección General de Educación Bilingüe y los siguientes centros de enseñanza: un Instituto Nacional de Educación Básica, una Escuela Nacional de Ciencias Comerciales, una Escuela Nacional Urbana de Varones, una Escuela Nacional Urbana de Niñas, una Escuela Nacional de Párvulos, una Escuela de Música, Colegios y varias academias particulares de cursos libres. Todos estos establecimientos atienden numeroso alumnado.

⌘ Educación secundaria

En la cabecera municipal se cuenta con establecimientos que atienden el nivel básico y en las aldeas se cuenta con algunos institutos.

2.26.2.1 Privada

En la cabecera municipal se cuenta con los siguientes establecimientos que atienden el nivel básico: "Colegio Atenas", Colegio "La Infancia".

2.26.2.2 Pública

En la cabecera municipal se cuenta con el establecimiento que atiende el nivel básico: Instituto Nacional de Educación Básica "República de Austria".

29. ¿Con quién vas al cine?

Marca sólo una posibilidad

Voy solo

Voy con mis padres

Voy con mis hermanos

Voy con mis amigos

30. ¿Qué tipo de película prefieres?

Marca solamente una

Terror

Comedia

Romántica

Ciencia Ficción

Artes Marciales

Pornográfica

De Acción

Musical

Otra: _____

VI. REVISTAS

Ahora vas a responder sobre revistas

31. ¿Lees revistas?

Marca sólo una personalidad

Sí, siempre las leo

Sí, a veces las leo

Muy rara vez leo revistas de chistes

Nunca leo chistes

(Pasa a la pregunta No. 34)

32. ¿Cómo consigues las revistas?

Marca sólo una posibilidad

Las compro

Las alquilo

Me las prestan

Las intercambio

Las encuentro tiradas en mi casa

33. ¿Qué revista prefieres?

VII. OTROS

Ahora responde estas últimas preguntas

34. Escribe un hecho importante que haya ocurrido o que esté ocurriendo en nuestro país

Escribe sólo uno

35. ¿Cómo te enteraste primero de este hecho?

Marca sólo una posibilidad

Por mis padres

Por mis profesores

Por mis amigos

Por la televisión

Por la radio

Por los periódicos

masivos de comunicación, los cuales influyen positiva como negativamente en los receptores.

Los medios masivos de comunicación, atendiendo definiciones proporcionadas por los autores:

- De acuerdo con Ignacio de la Mota (1988: p. 94), los medios de comunicación de masas comprenden el sistema de transmisión de un mensaje a un público numeroso, disperso y heterogéneo a través de los diferentes instrumentos técnicos existentes: prensa, cine, radio, televisión, disco, libro, etc.
- Para Carlos Interiano (s.f.), los medios masivos de comunicación son las instituciones que se encargan de formar, transferir y propiciar la opinión pública. Agrega que éstas forman verdaderas cadenas de opiniones en los perceptores que se someten diariamente al constante bombardeo de sus declaraciones, de sus apreciaciones y de sus interpretaciones en torno a los diversos problemas que aquejan a nuestra sociedad.

Se entiende como medios de comunicación colectiva o masiva aquellos que, según Maletzke (1976), transmiten los mensajes públicamente, por medios técnicos de comunicación, indirecta y unilateralmente, a un público disperso.