

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y PATRONES CULTURALES, LA PROBLEMATICA DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL SIGLO XXI.

2.1 Objetivo de la Investigación.

Obtener la información necesaria y objetiva que permita establecer la relación existente entre los Medios de Comunicación Social y la formación de la Identidad Nacional.

2.2 Técnicas.

En la investigación se utilizarán posterior de la encuesta, la entrevista.

En el caso de la entrevista, será de carácter selectivo, únicamente se aplicará a las personas del medio cultural y televisivo que sean expertas en el tema. Los resultados de las entrevistas se utilizarán como insumos complementarios a la encuesta, en la formulación de la propuesta.

Por su parte, la encuesta será de carácter , masivo ya que se le aplicará a un significativo número de personas, determinadas en la muestra.



2.3 Instrumentos.

En el caso de la entrevista ésta estarán estructuradas con preguntas exclusivamente abiertas, para captar toda la riqueza, datos e información que poseen las personas entrevistadas.

Por su parte en el caso de las encuestas, en su mayoría las preguntas serán cerradas, incluyendo algunas de opción múltiple, esto se debe a su carácter masivo.

Administrada: En este tipo los encuestados leen y contestan las diferentes preguntas que contiene el cuestionario, limitándose el investigador en hacer la presentación respectiva y servir de apoyo cuando el encuestado tiene dudas.

Suministrada: Aquí el investigador tiene participación más activa, es decir, hace las preguntas al encuestado, le da opciones de respuesta y el marca las respuestas dictadas.

2.4 Tipo de Investigación.

La Naturaleza, o tipo de la investigación será descriptiva, ya que se describirá como han ido evolucionando los Medios de Comunicación Social y que efectos provocan



en la Identidad Nacional Salvadoreña y que patrones culturales se pueden inculcar que sean ajenos a la población salvadoreña, y por ende, tomar costumbres de otras culturas.

Cabe mencionar que en la investigación va inmerso el estudio exploratorio, ya que la misma está dirigido construir un diagnostico de las causas que puedan cambiar la Identidad Salvadoreña.

2.5 Fuentes de Información

Se utilizarán fuentes primarias, es decir se consultará a las personas directa o indirectamente involucradas en la problemática, ya que constituyen el objetivo de la investigación. Las fuentes secundarias serán la bibliografía, los resúmenes y listados de referencia publicados relacionados con el estudio.

2.6 Unidad de Análisis y Sujetos de Estudio.

La unidad de análisis de la investigación serán los canales de T.V. salvadoreños, los sujetos de estudio serán las personas que viven en el Municipio de San salvador, tanto en los sectores urbanos como marginales.



2.7 Determinación del Universo

Para la investigación se considera como el universo todas las personas que ven televisión, del departamento de San Salvador.

2.8 Determinación de la Muestra

Población (N): Es el conjunto de individuos, objetos o medidas que posee algunas características común observable, en este caso los televidentes del departamento de San Salvador.

Muestra(n): Es un subconjunto o parte de la población, que lleva implícita todas las características del universo, es decir, los televidentes del municipio de San Salvador, a partir del cual se aplicarán los instrumentos.

Como no se conoce la población exacta, la fórmula que utilizaremos será la infinita

Donde:

Z = Nivel de confianza

P = Posibilidad de Éxito

Q = Posibilidad de Fracaso

E = Error permisible

n = Tamaño de la muestra

n = $\frac{Z^2 Pq}{E^2}$



E2

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 3.8416$$

$$n = 384 \text{ Personas encuestadas}$$

2.9 Presentación de Resultados

Para la investigación de campo, se diseñó instrumentos para recolectar la información, tales como el cuestionario y la guía de entrevistas, a continuación se presenta los resultados de los cuestionarios

2.10 Resultados de las Encuestas

En esta etapa del trabajo de investigación se diseñó un formato de cuestionario para presentar los resultados de forma ordenada y entendible.

Los datos de investigación se presentan de la siguiente forma:

- Número y enunciado de cada pregunta
- Objetivo de la pregunta
- Gráfico e interpretación de ello.

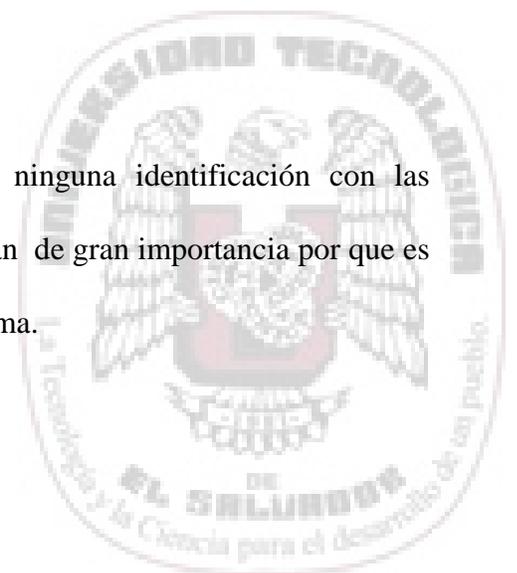


Análisis Global

Según el estudio realizado, se observó que un considerable número de personas no le dan la verdadera importancia a lo que es nuestra cultura nacional, ya que al momento de pasarles la encuesta, demostraban desgano, no le daban la importancia, no valoraban su opinión para llegar al fondo del problema.

También se pudo observar que existe un tanto de holgazanería de parte de algunas personas, por que preferían que se les hiciera como una entrevista, muchos de ellos expresaban que no tenían interés alguno en el tema que se está estudiando, por que no tenían un conocimiento profundo sobre las costumbres nuestras y que los medios de comunicación sólo transmiten programas de otros países, por que lo que les importa a estas personas es vender y al pasar programas culturales pierden el rating y no les conviene. Este es un efecto por no inculcar desde la infancia el valor de la cultura que debe tener cada uno de los salvadoreños, el arraigo de su propia identidad nacional y no copiar o imitar a otros países.

En algunas de las personas encuestadas no existe ninguna identificación con las tradiciones del país; pero, para la mayoría, lo consideran de gran importancia por que es un factor de su vida para la construcción de su autoestima.



Existe dos opiniones diferentes, pero complementaria con relación a que los Medios de Comunicación Social promueven la perdida de valores, una es que ellos promueven culturas ajenas a las nuestras, costumbres que poco a poco están entrando en nuestro diario vivir; la otra parte expresa que los Medios de Comunicación Social, promueven muy poco el valor y la identidad Nacional ya que en el país solo existe un canal de T.V. Nacional que pasa programas netamente culturales.

Las personas de mayor edad son las que dan una opinión favorable a las tradiciones culturales, ya que no están tan influenciadas por los programas extranjeros que están transmitiendo los medios más que todo la T.V. que en la actualidad esta dando muchos espacios a programas que nos dan a conocer muchos estilos de vida y costumbres, que las personas jóvenes están adoptando en la sociedad moderna, pero no es del todo negativo, ya que de esa manera la identidad nacional se va fortalecer o enriquecer con nuevos elementos, pero no descuidar las raíces de nuestros antepasados.

Esto contribuirá a dar la pauta de lo que será la Identidad Nacional de cara al siglo XXI por los resultados obtenidos, será respetuosa de la ideas u opinión de los demás, lo que otras culturales es común, ya que se preocupan por lo que personas piensen o hagan ellos representan la opinión de los demás, y ello debería de sumarse a nuestra cultura para beneficio de las futuras generaciones y de su convivencia democrática.

Con respecto a patrones culturales que transmiten los Medios de Comunicación Social son mas patrones negativos que positivos para la sociedad salvadoreña, ya que se



transmiten programas inmorales y hasta bochornosos, como por ejemplo la pornografía y la violencia.

Es una lástima que poco a poco se pierdan nuestras costumbres por no darles el valor que deberían tener la nueva identidad salvadoreña de cara al nuevo siglo debería ser: respetuosa de la opinión de cada persona, son dejar que pierdan nuestras verdaderas raíces que es ahí donde se identifica la persona.



**MEDICION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y
PATRONES CULTURALES, LA PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIDAD
NACIONAL EN EL SIGLO XXI**

Pregunta No. 1

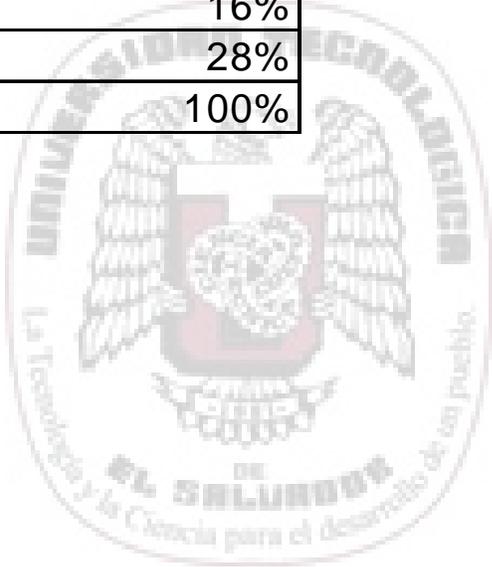
Sexo

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Femenino	176	46%
Masculino	208	54%
Total	384	100%

Pregunta No. 2

Edad

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
17-20	89	23%
21-24	66	17%
25-28	63	16%
29-32	62	16%
33	104	28%
Total	384	100%



Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 3

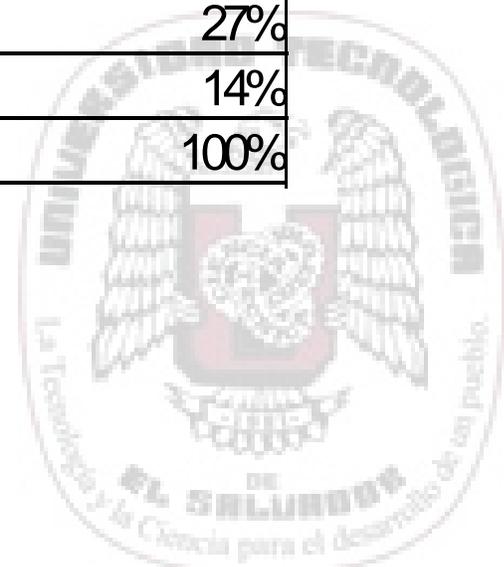
¿ Cual es su estado civil?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	194	51%
Casado	109	28%
Viudo	25	7%
Divorciado	16	4%
Acompañado	40	10%
Total	384	100%

Pregunta No. 4

¿ Cual es su ocupación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Empleado	227	59%
Estudiante	103	27%
Anteriores	54	14%
Total	384	100%



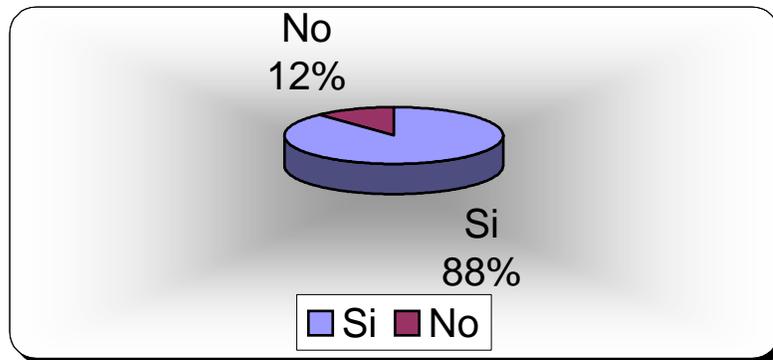
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 5

¿ Cree que en El Salvador se están perdiendo las tradiciones culturales?

Objetivo: Establecer si existe un nivel de conciencia sobre la perdida de tradiciones culturales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	88%
No	46	12%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

Tal como lo demuestra el grafico, la mayor parte de la población encuestada, considera que en el país se están perdiendo las tradiciones culturales.

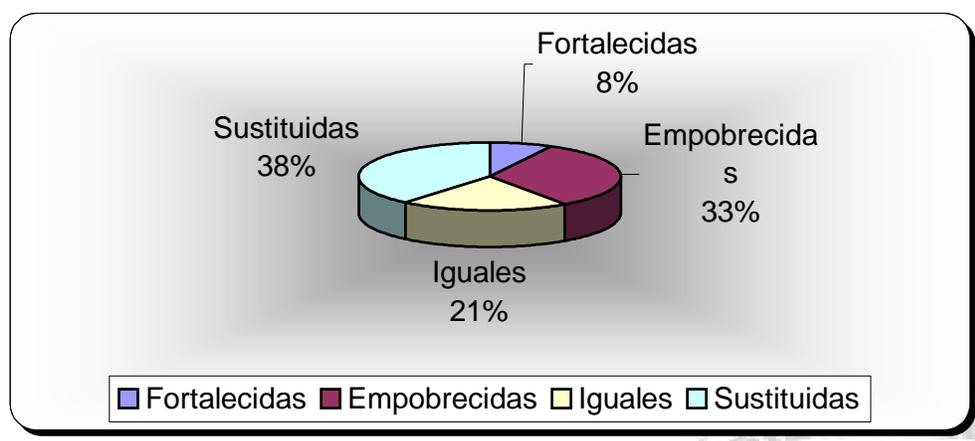


Pregunta No. 6

¿ Como evalúa la situación actual de las tradiciones culturales?Objetivo

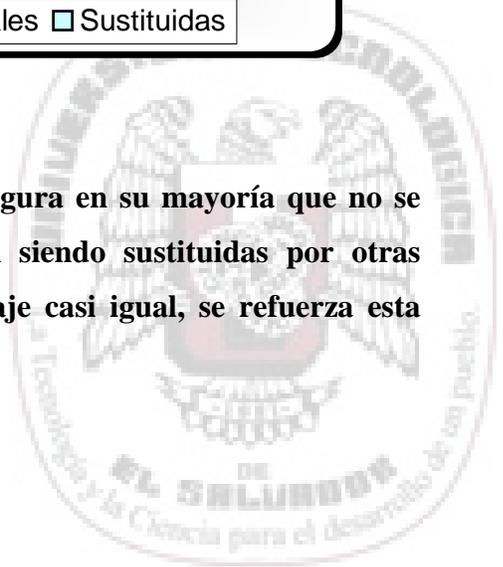
Objetivo: Conocer el arraigo de las raíces culturales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fortalecidas	30	8%
Empobrecidas	125	33%
Iguals	80	21%
Sustituidas	149	38%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

El sentir y pensar de las personas encuestadas, asegura en su mayoría que no se valorizan las tradiciones culturales, ya que están siendo sustituidas por otras costumbres ajenas a la nuestra y en otro porcentaje casi igual, se refuerza esta opinión, al decir que se están perdiendo.



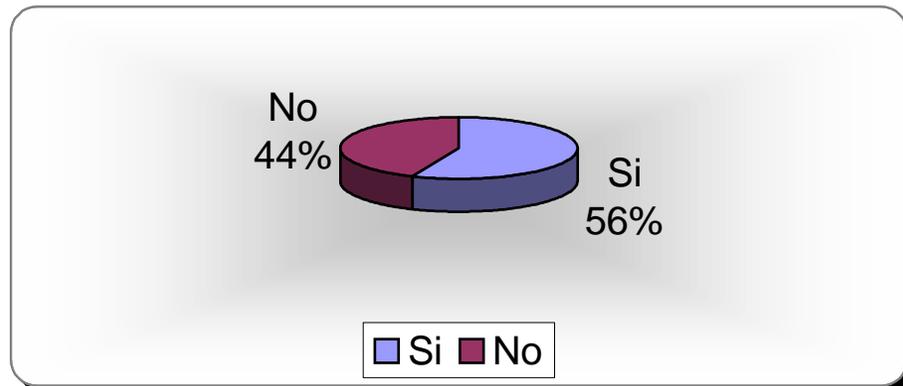
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 7

¿Tiene conocimiento sobre las costumbres de nuestros antepasados?

Objetivo : Detectar el nivel de conocimiento de las tradiciones de nuestros antepasados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	216	56%
No	168	44%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

El mayor porcentaje de la población asegura que si tiene un conocimiento de las costumbres de sus antepasados. Conocimiento que se transmiten a través de los programas educativos en las escuelas y los medios de comunicación.



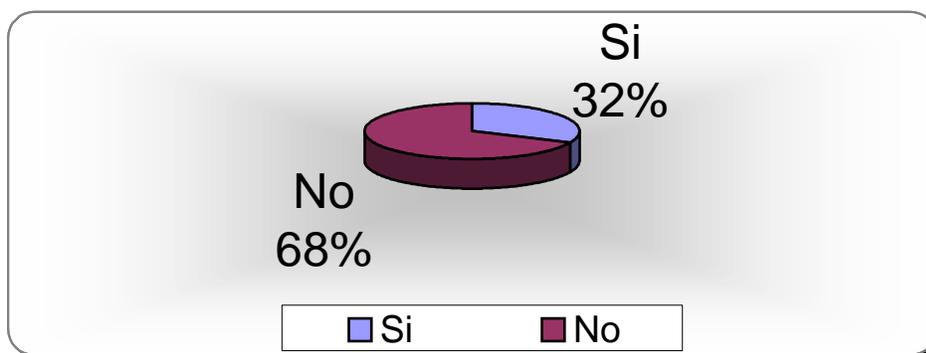
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 8

¿ Valora usted las tradiciones y costumbres populares?

Objetivo: Conocer la valoración de las tradiciones y costumbres culturales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	32%
No	262	68%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

Queda demostrado que en nuestro país no se le da la verdadera importancia a los valores y tradiciones de la cultura nacional y poco a poco se pierde la Identidad Nacional



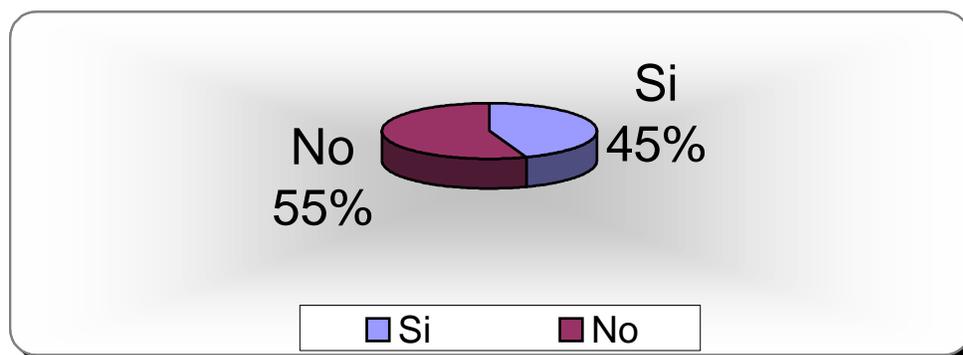
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XX
I

Pregunta No. 9

¿ Cree que el fomento de las tradiciones culturales eleva la autoestima de la sociedad?

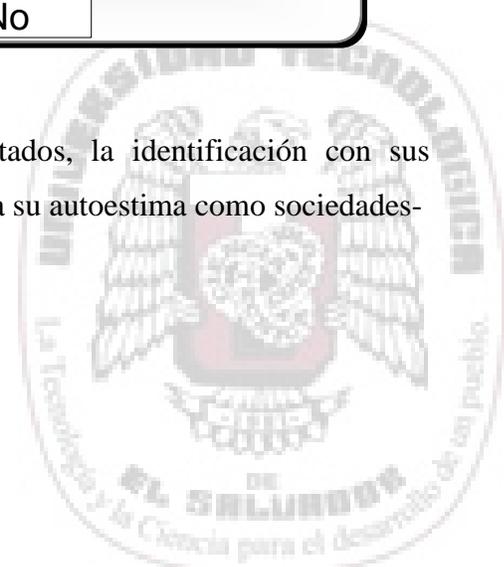
Objetivo: Determinar la autoestima de los salvadoreños con relación a la cultura.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	171	55%
No	213	45%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

Es interesante, que para la mayoría de los encuestados, la identificación con sus tradiciones y costumbres es un factor determinante para su autoestima como sociedades-



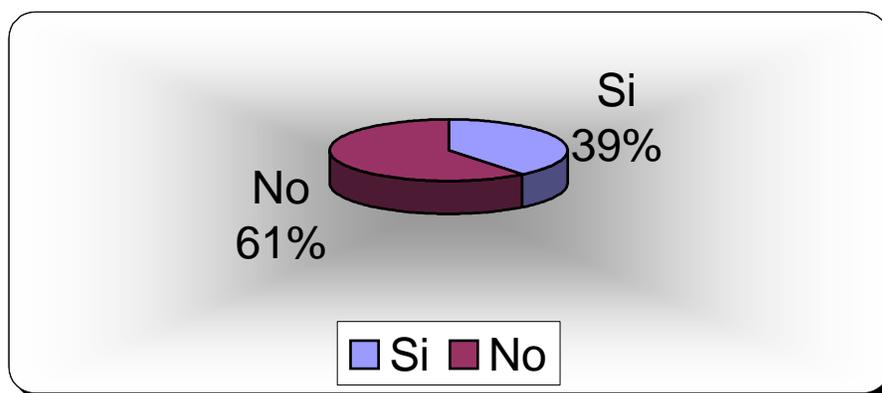
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 10

¿Cree que los Medios de Comunicación promueven la pérdida de valores?

Objetivo: Identificar la opinión pública respecto a la promoción de los medios de comunicación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	151	39%
No	233	61%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

Según los encuestados la mayoría considera que los medios de comunicación no promueven la pérdida de valores



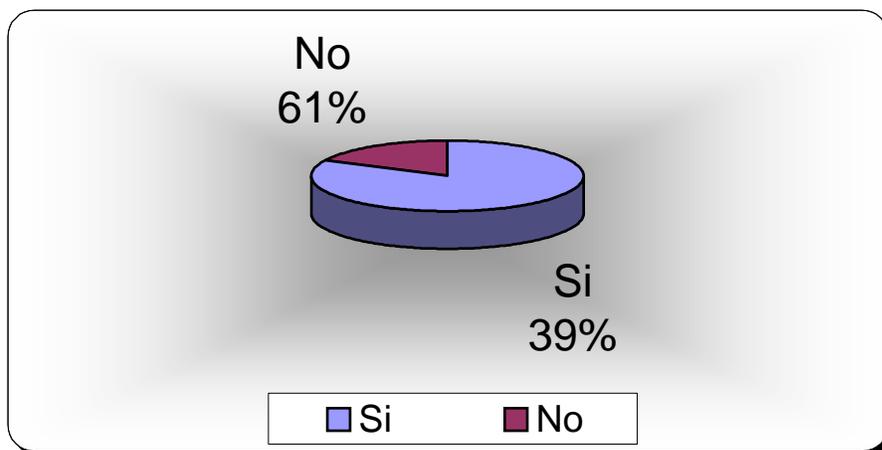
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 11

¿ Cree que una comida típica como las pupusas fortalecen la Identidad Nacional?

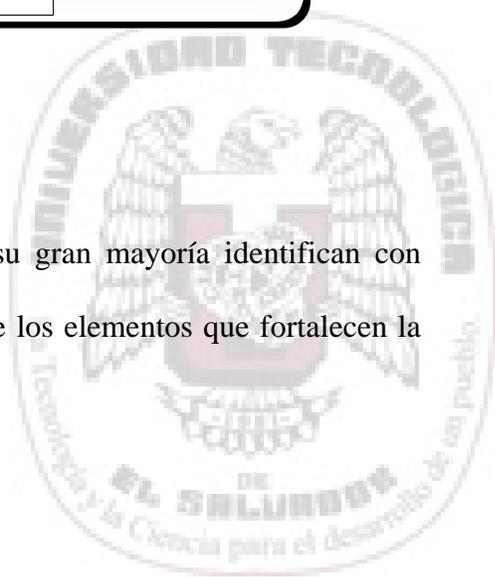
Objetivo: Conocer si las personas identifican algunos hábitos alimenticios como parte de la Identidad Nacional.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	31600%	39%
No	68	61%
Total	38400%	100%



Unidad de Análisis

Se puede observar que las personas encuestadas en su gran mayoría identifican con algunos hábitos alimenticios autóctonos, como parte de los elementos que fortalecen la Identidad Nacional

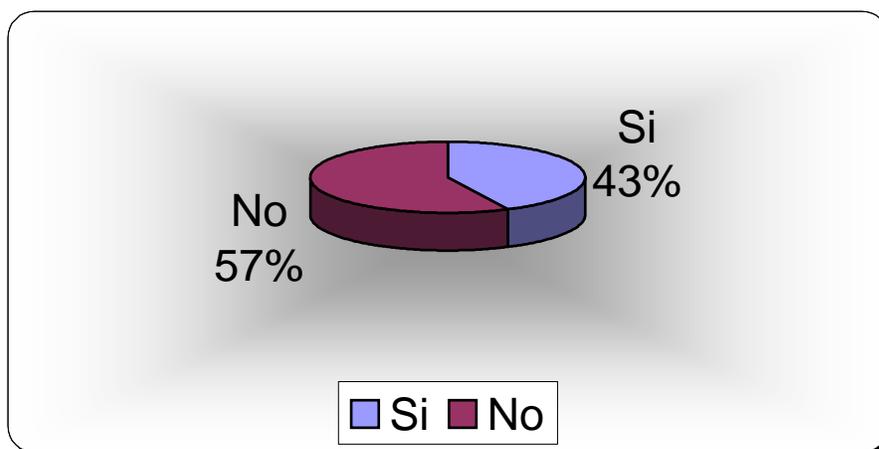


Pregunta No. 12

¿Cree que la T.V. ayuda a promover la Cultura Nacional?

Objetivo: Determinar si la T.V. promueve la Cultura Nacional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	164	43%
No	220	57%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

Es preocupante que la población ha observado que la televisión no contribuye a promover la cultura nacional, puesto que le dan mayor importancia a programas extranjeros.



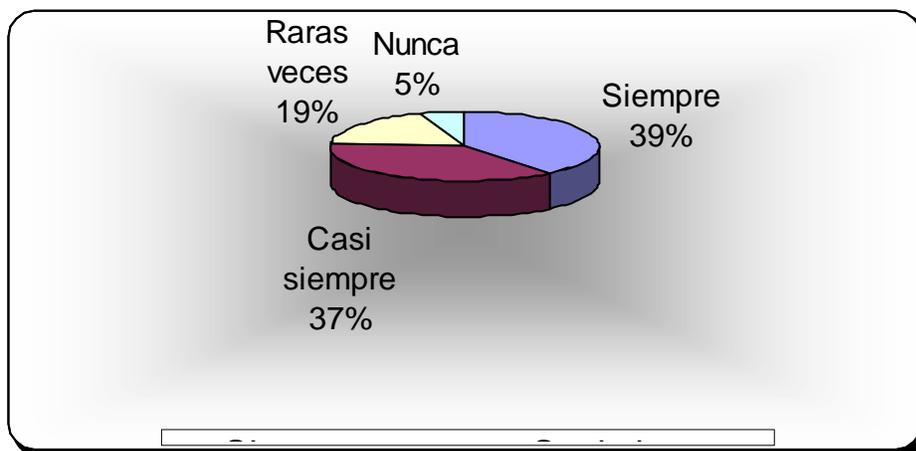
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 13

¿Es usted una persona puntual en sus actividades?

Objetivo : Conocer si mantiene o rompe que el patrón salvadoreño de la impuntualidad.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	150	39%
Casi siempre	141	37%
Raras veces	73	19%
Nunca	20	5%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

Según el estudio realizado se demuestra que rompe con el patrón del salvadoreño, ya que un buen porcentaje expreso ser puntual.

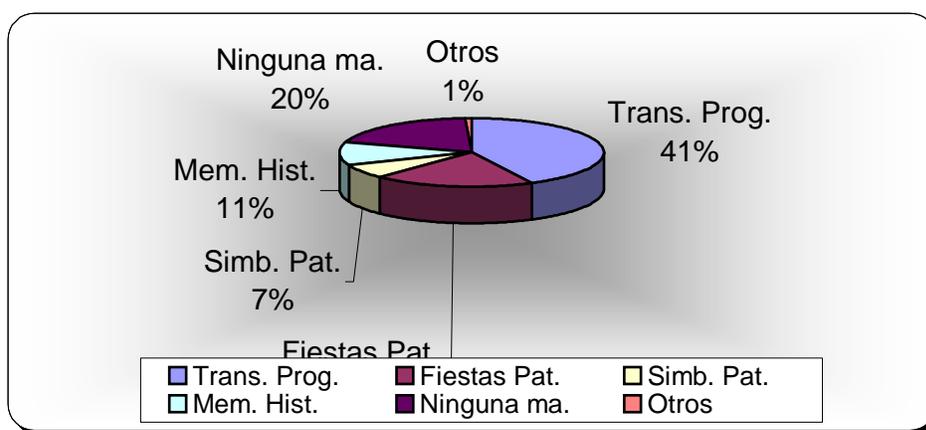


Pregunta No. 14

¿ De que manera los Medios de Comunicación Social fortalecen la Identidad Nacional?

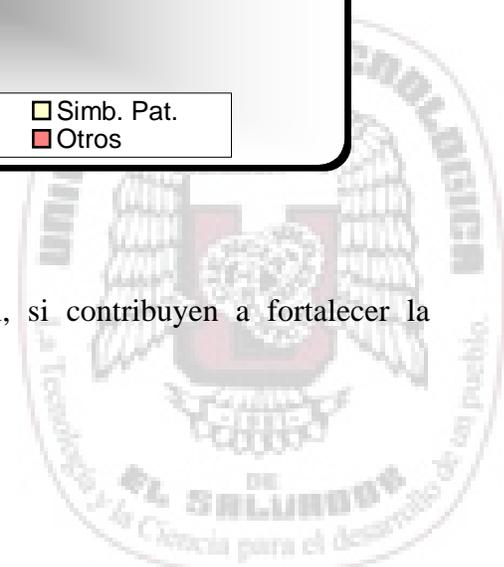
Objetivo: Evaluar la función de los Medios de Comunicación en el fortalecimiento de la Identidad Nacional.

A l t e r n a t i v a	F r e c u e n c i a	P o r c e n t a j e
T r a n s . P r o g .	1 6 3	4 1 %
F i e s t a s P a t .	7 6	2 0 %
S i m b . P a t .	2 6	7 %
M e m . H i s t .	4 1	1 1 %
N i n g u n a m a .	7 5	2 0 %
O t r o s	3	1 %
T o t a l	3 8 4	1 0 0 %



Unidad de Análisis

Consideran que los medios de comunicación social, si contribuyen a fortalecer la Identidad Nacional con programas culturales.



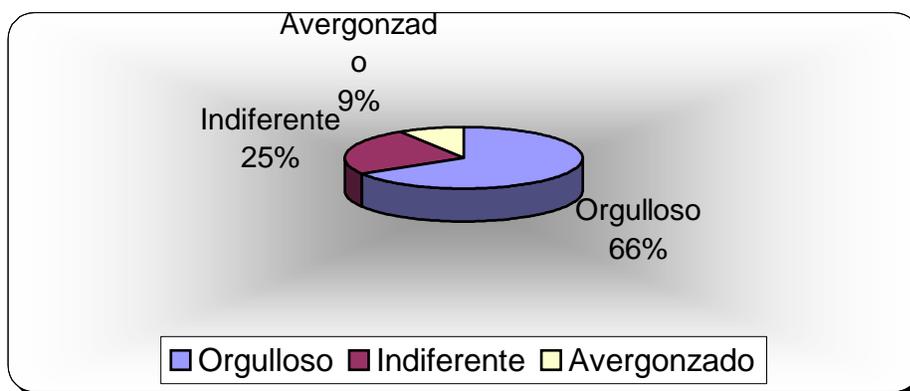
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 15

Con relación al ser salvadoreño, usted se siente:

Objetivo : Valorar como la identidad es asumida por la población

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Orgullosos	255	66%
Indiferente	95	25%
Avergonzados	34	9%
Total	384	100%



Unidad de Análisis

A pesar de que algunos encuestados dicen sentir vergüenza de ser salvadoreños, la mayoría de personas demuestran su nacionalismo



Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la identidad Nacional en el Siglo XXI

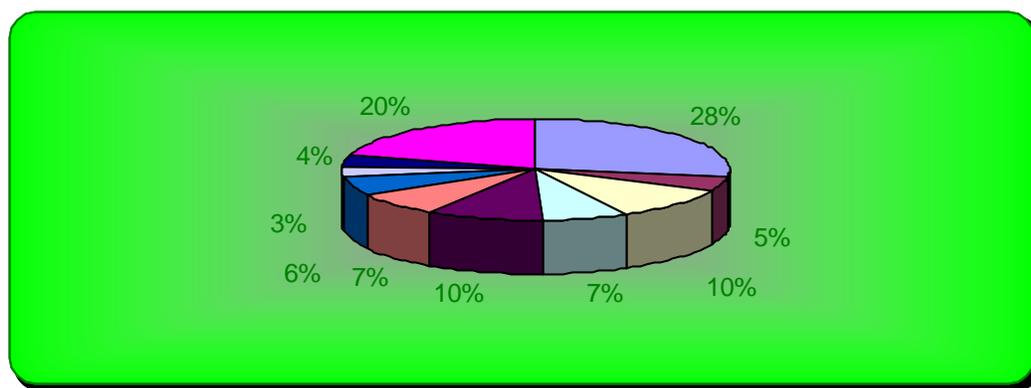
Pregunta No.16

¿Con cuales elementos de la salvadoreñidad se siente identificado/a?

4

Objetivo: Conocer con cuales elementos de la salvadoreñidad se identifica la persona.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La comida típica salvadoreña	188	28%
La valoración de las raíces indígenas	31	5%
La manera de hablar	71	10%
Los cuentos, leyendas e historias	51	7%
El catolicismo y fiestas religiosas	66	10%
El respeto a la familia	51	7%
El machismo	40	6%
El abandono de los hijos	23	3%
Disfrute de las expresiones artísticas	28	4%
El Fútbol	139	20%
Total	688	100%



Unidad de Análisis

En este estudio demuestra que gran porcentaje ama la cocina nacional y otro aspecto identifica al salvadoreño es el deporte.

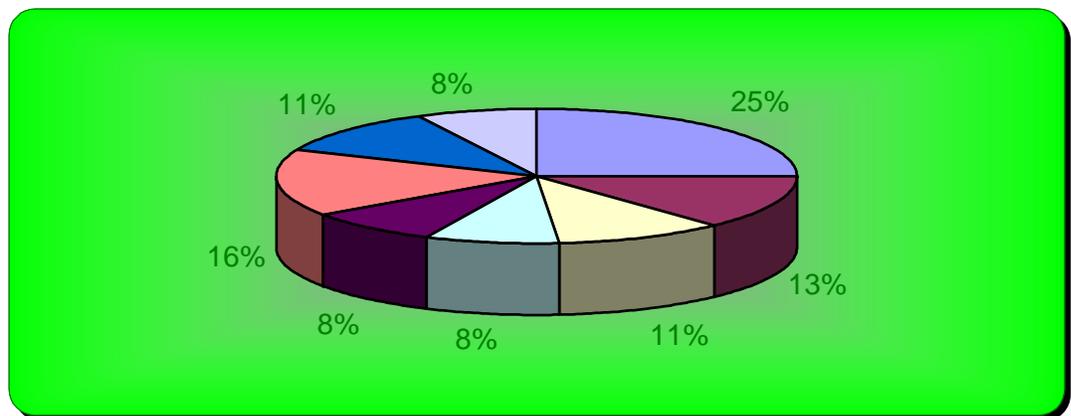


Pregunta No.17

Según su criterio: ¿ Cuales Patrones Culturales difunden los Medios de Comunicación?

Objetivo: Determinar los patrones culturales que difunden los Medios de Comunicación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Valoración de fiestas patronales	145	25%
Comportamientos humanos	75	13%
Fe Cristiana	61	11%
Tradición oral	49	8%
Reconoc. Y valorac. Raíces indígenas	48	8%
Respeto a los adultos mayores	94	16%
Respeto y cuidado de la infancia	63	11%
Respeto vial	44	8%
Total	579	100%



Unidad de Análisis

Es importante destacar que todos los medios de comunicación promueven la valorización de las fiestas patronales culturales



