



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACIONES



TEMA:

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PATRONES CULTURALES EN LA
PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL SIGLO XXI**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

INMER OTONIEL GARCIA MENJIVAR

GLENDA MARIBEL ORELLANA FLORES

ARLETTE DE LOS ANGELES PORTILLO FLORES

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA



PAGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSE MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. DANILO ADOLFO DIAZ PÉREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

DRA. AIDA LIMA DE CRIOLLO
PRESIDENTA

ARQ. BALMORE GARCÍA
PRIMER VOCAL

LIC. SILVIA ELENA REGALADO
SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA



AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios, por darme la vida y el ánimo de culminar mi carrera universitaria. Porque en los momentos difíciles siempre busque de su ayuda y siempre la encontré, es mi mejor compañero y amigo.

A mis padres

Por haberme inculcado los valores necesarios para poder desenvolverme en la vida y andar en el buen camino, nunca me desanimaron para que no estudiara, por el contrario siempre he contado con su apoyo, especialmente de mi madre que es una gran mujer y la mejor de todas las madres.

Ahora puedo decir, hasta aquí me ayudo Jehová y se que lo seguirá haciendo en las metas futuras que me proponga, porque esto es solamente otro peldaño en la vida el llegar a ser profesional, pero falta mucho por recorrer y como he tenido la fortuna de mi lado hasta el momento, espero contar con ello en el futuro.

INMER OTONIEL GARCÍA MENJIVAR



AGRADECIMIENTOS

He llegado al final de mi carrera, meta que dedico: A Dios todo poderoso, por darme sabiduría, iluminación y perseverancia a nuestra madre santísima Virgen de Guadalupe por interceder por mi y siempre acompañarme y guiarme como mi madre.

A mis padres: Oscar Armando Orellana (Q.D.D.G) que donde tu te encuentres te dedico mi triunfo pues yo se que siempre estuviste conmigo, y Cecilia Maribel Flores, por su apoyo incondicional que a pesar de todo tu nunca te separaste de mi y mi hiciste ver la importancia y satisfacción que se siente el ser profesional como lo soy ahora.

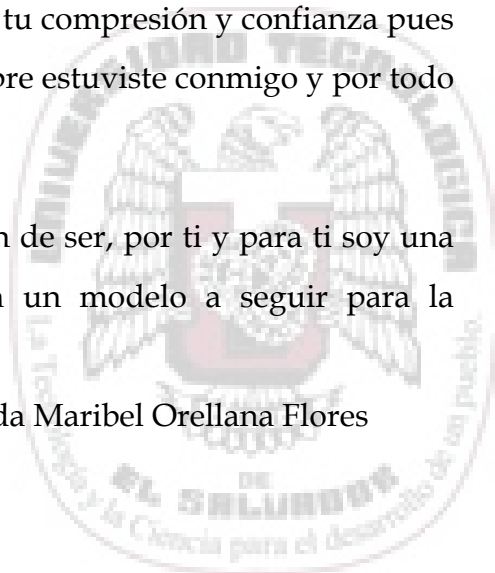
A mi segunda madre Martha Eugenia (la negra chula) por cuidarme siempre y ayudar a que llegara hasta la meta que me propuse y por tantas cosas que me enseñaste de gran importancia de mi vida.

A mi hermano Bheddy José: Por su apoyo ilimitado como el único y gran hermano, porque siempre estuviste conmigo dándome tu apoyo moral y sincero.

A mi esposo: Chaly Iraheta por estar eternamente pendiente de mi proceso de formación por soportar tantos días de soledad por tu comprensión y confianza pues a pesar de la distancia nunca me dejaste sola siempre estuviste conmigo y por todo eso te dedico mi triunfo.

A mi hija Nahomy Cecilia porque tu eres mi razón de ser, por ti y para ti soy una profesional para que el día de mañana yo sea un modelo a seguir para la formación de tu vida, te amo mi niña linda.

Glenda Maribel Orellana Flores



AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios infinitamente por haberme dado vida y oportunidad de llevar a feliz término mi carrera.

A mi Madre: Ana Regina Flores

Por su apoyo moral y económico y por crear en mí la necesidad de superación. Te quiero mucho.

A mis hijas: Nathalie, Génesis e Ivonne

Que son la razón de mi esfuerzo y mi vida, por obsequiarme, el cariño y el tiempo necesario para la realización de un ideal.

A la Licenciada Silvia Elena Regalado

Mi asesora, por brindarme las bases y lineamientos certeros que aseguran el éxito en mi carrera. Será un bonito recuerdo por siempre.

En los adultos debe educarse el entendimiento; en los jóvenes el corazón, en los niños la voluntad.

Arlette de los Angeles Portillo Flores.



INDICE

INTRODUCCION

i

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PATRONES CULTURALES, LA PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL SIGLO XXI

1.1 Los Medios de Comunicación Social	1
1.1.1 La Comunicación	1
1.2 Los Medios de Comunicación	4
1.2.1 Origen (Como se originan los medios de comunicación)	7
1.2.2 Características de los medios de comunicación	12
1.3 Medios de Comunicación en El Salvador	13
1.3.1 Radio	14
1.3.2 Condición actual en los Medios de Comunicación Social en El Salvador	17
1.3.3 Los Medios de comunicación y la Globalización	19

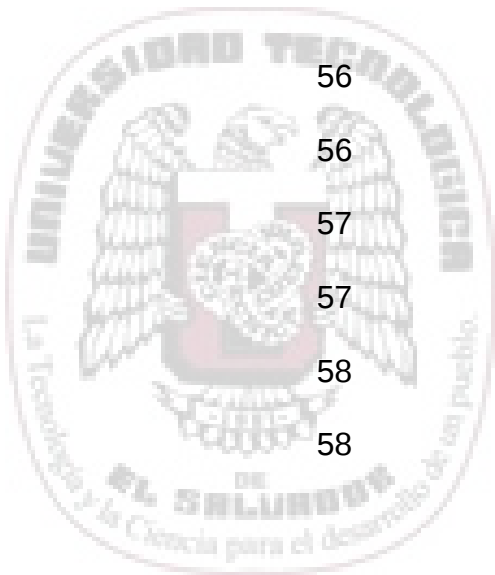


1.4 La Cultura, los Patrones Culturales y la Identidad	21
1.5 Origen	21
1.6 Características del fenómeno cultural	26
1.7 Patrones culturales	32
1.8 Los Patrones Culturales en El Salvador	35
1.8.1 Las raíces culturales y la cultura del mestizaje	35
1.8.2 El Folklore y la Cultura	39
1.8.3 Relación inseparable entre economía y cultura	40
1.8.4 Los Patrones culturales en la Identidad Salvadoreña	52
1.9 La Producción de Patrones Culturales por los Medios de comunicación Social	55

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PATRONES CULTURALES

2.1 Objetivo de la Investigación	56
2.2 Técnicas	56
2.3 Instrumentos	57
2.4 Tipo de Investigación	57
2.5 Fuentes de Información	58
2.6 Unidad de Análisis y Sujetos de Estudio	58



2.7 Determinación del Universo	59
2.8 Determinación de la Muestra	59
2.9 Presentación de Resultados	60
2.10 Resultados de las Encuestas	60
2.11 Medición de los Medios de Comunicación	61

CAPITULO III

CLAVES DE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL SIGLO

XXI (Propuesta para televisión)

3.1 Generalidades	81
3.2 Objetivos	82
3.3 Desarrollo de la propuesta	82
3.3.1 Políticas	83
3.3.2 Ejes transversales	85
3.3.3 Ventajas del Modelo	86
3.4 Patrón de Ejecución	87
Conclusión	
Recomendación	
Anexos	



INTRODUCCION

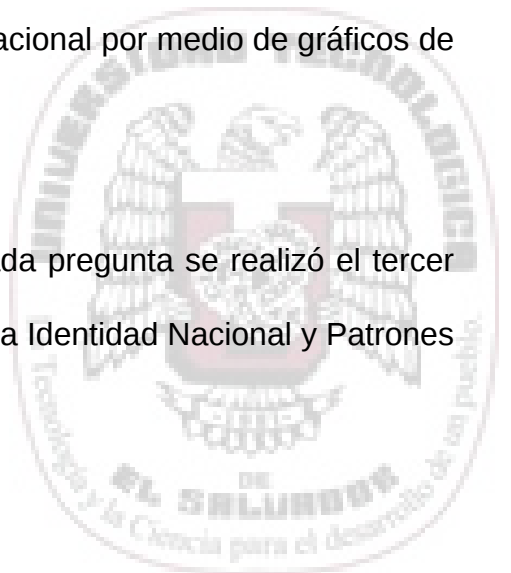
Los Medios de comunicación Social y Patrones Culturales, deben formar parte del bien común esto es, del conjunto de bienes naturales, económicos, sociales y culturales, a lo que deben de tener acceso el mayor número de personas.

El documento que se presenta, es producto de una investigación entre diferentes personas, con el objeto de verificar la importancia que tiene en la vida de todos los salvadores y el impacto que causa el medio televisión.

En su primer capítulo habla de la Identidad Nacional, donde se puede notar que muy pocas cosas son las que le dan una identidad bien definida. Al salvadoreño le falta mucho que aprender sobre su propia identidad y defenderla con orgullo, tener un nacionalismo de ser únicos con las tradiciones que existen en El Salvador .

En el segundo capítulo, se realizó una encuesta la cual refleja el resultado que apporto cada persona, y así dar un diagnostico situacional por medio de gráficos de pastel.

Luego de haber encontrado las debilidades en cada pregunta se realizó el tercer capítulo, donde se dan claves de construcción de la Identidad Nacional y Patrones



Culturales, con el cual se pretende dar una contribución para la divulgación del mismo.

Luego de haber encontrado las debilidades en cada pregunta, se realizó el tercer capítulo, donde se dan claves de construcción de la Identidad Nacional y Patrones Culturales, con el cual se pretende dar una contribución.



CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PATRONES CULTURALES, LA PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL SIGLO XXI.

ANTECEDENTES

1.1 Los Medios de Comunicación Social

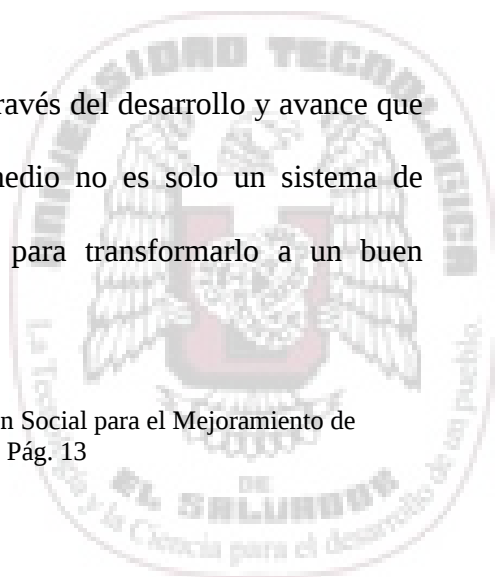
1.1.1 La Comunicación

“La comunicación es un proceso que pone de manifiesto la relación de los hombres entre si y su contexto social.”¹

Partiendo del marco global de la sociedad, y el mismo desarrollo de esta, los medios de comunicación juegan un papel determinante ya que son utilizados para llevar a cabo sus objetivos y metas como lo es el de comunicar, informar y entretener a todos los miembros de la sociedad.

El nacimiento de los medios de comunicación surge a través del desarrollo y avance que pueda llegar a obtener una sociedad, tanto que el medio no es solo un sistema de distribución de mensajes, sino también, un sistema para transformarlo a un buen

¹ García Lara, Laura María “Diseño de Estrategias de Comunicación Social para el Mejoramiento de Imágenes” Tesis Profesional, Universidad Francisco Gavidia, 1999, Pág. 13

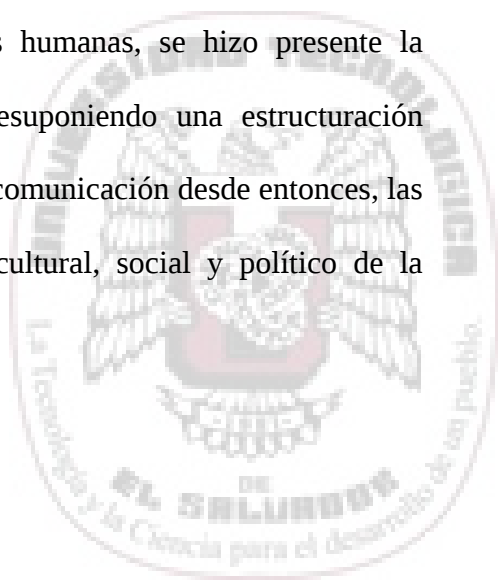


mensaje. De acuerdo con este criterio, el medio reelabora la formula, dándole un determinado punto de vista.

Etimológicamente, la palabra “comunicación” (de la raíz latina *communicare*, “hacer común”), significa compartir, es decir, emitir un mensaje que será recibido y a su vez, respondido.

La comunicación se encuentra a la base de la formación de las sociedades humanas. El hacer común experiencias, sentimientos y deseos a través de gestos, sonidos y señales, fue la acción que originó la integración de los grupos humanos. Y este hecho no es casual ni aislado. La comunicación es inherente a la vida y esta presente desde las interacciones de los electrones, neutrones y protones en el microcosmos. Todo proceso vital se estructura sobre una red de comunicación en sus diferentes niveles. Se puede afirmar que ninguna acción negativa o positiva en el universo, queda sin respuesta. Y esta es simplemente la consecuencia de una estructura organizada, armónica e infinita de comunicación.

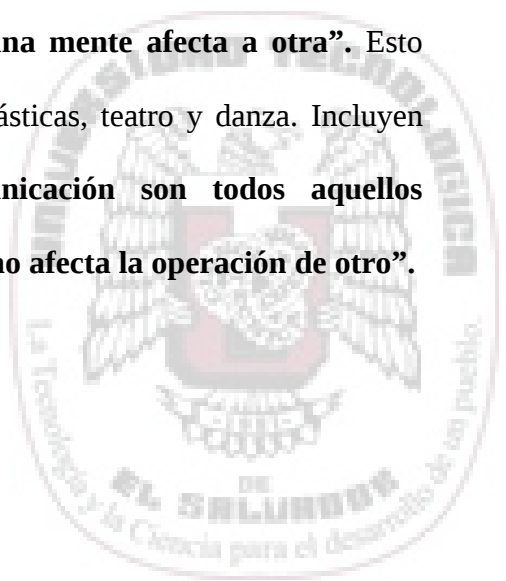
En algún momento del desarrollo de las sociedades humanas, se hizo presente la necesidad de transmitir información a distancia, presuponiendo una estructuración incipiente y manejo común de códigos y reglas para la comunicación desde entonces, las soluciones han sido determinadas por el desarrollo cultural, social y político de la humanidad.



El lenguaje oral como el gestual han existido desde los orígenes de la humanidad, como forma natural para transmitir la información entre las personas. Debido a la naturaleza efímera de los mensajes orales y corporales (que desaparecen en el momento en que se les pronuncia o ejecuta), siempre existió el deseo de fijar la información en el tiempo.

Ello dio origen a los mensajes escritos. Evolucionando desde las pinturas rupestres, la escritura cuneiforme, los pictogramas, los jeroglíficos y el lenguaje fonético de los fenicios en el siglo XI a. de C., hasta los distintos conjuntos de símbolos con que hoy se cuenta. Los precursores de las memorias electrónicas, magnéticas u ópticas de la actualidad son precisamente el papel y los muros de las cavernas. A lo largo del proceso, para pasar de los mensajes escritos a los símbolos codificados, el ser humano invento y perfeccionó sistemas que son frecuentemente utilizados en la actualidad, tales como la imprenta y la fotografía.

Para C.E. Shannon y W. Weaver, en su obra *A Mathematical Theory of Communication*, editada por la Universidad de Illinois en 1949, el concepto de comunicación es: **“todos aquellos procedimientos por medio de los cuales una mente afecta a otra”**. Esto incluye voz, textos impresos, poesía, música, artes plásticas, teatro y danza. Incluyen también la comunicación entre máquinas: **“comunicación son todos aquellos procedimientos por medio de los cuales un mecanismo afecta la operación de otro”**.



Para Shannon, un sistema de comunicaciones esta constituido por cinco componentes:

- 1) Una fuente de información
- 2) Un transmisor de información cuya función consiste en depositar la información proveniente de la fuente en un canal de comunicaciones.
- 3) Un canal de comunicaciones, a través del cual se hace llegar la información de la fuente al destino.
- 4) Un receptor que realiza las funciones inversas del transmisor, es decir, extrae la información del canal y la entrega al destinatario.
- 5) Un destinatario.

1.2 Los Medios de Comunicación

“Los medios de Comunicación son “El conjunto de técnicas y estrategias comunicacionales, las cuales permiten informar, entretener, vender”.² Productos, ideas, imágenes, ya sean estas institucionales o personales, dar a conocer los diferentes tipos de culturas que existen e ideologías”. Por la naturaleza del mensaje los medios de comunicación se clasifican en Radio (auditivos), Televisión y Cine (Audio Visuales), Prensa, Afiches, Vallas, Folletos (visuales).

² López Martínez, Yesenia, Los Medios de Comunicación (caso específico, la Televisión) utilizados como instrumento ideológico en El Salvador, 1995, Pág. 25 Tesis de la UTEC de El Salvador



Cada medio posee su función y su alcance numérico, dentro de los cuales se puedan clasificar en:

- ❖ Masivos (Radio, prensa y televisión)
- ❖ Selectivos (Cine, vallas, folletos y otros.³

La utilización de cualquiera de estos medios será determinante para conocer al público meta al que se quiera llegar, ya que no todos los medios tienen las mismas ventajas y desventajas; partiendo de estos datos se fijara la forma en que se utilizaran estos medios de comunicación. Al hacer una breve revisión de las condiciones en las que se encuentran actualmente cada uno de los medios, se puede observar el grado de avance que han tenido por separado.

Telegrafía

Telegrafía es el conjunto de sistemas de comunicación a distancia, mensajes gráficos y escritos según un código de transmisión predefinido. Los sistemas telegráficos iniciaron en las sociedades primitivas, donde se emplearon tambores, humo, señales luminosas y códigos navales de banderas para comunicarse.

³ López Martínez Yesenia, Los Medios de Comunicación (caso específico la Televisión) Utilizados como Instrumento Ideológico en El Salvador, 1995, Pag. 31-32 Tesis de la UTEC de El Salvador.



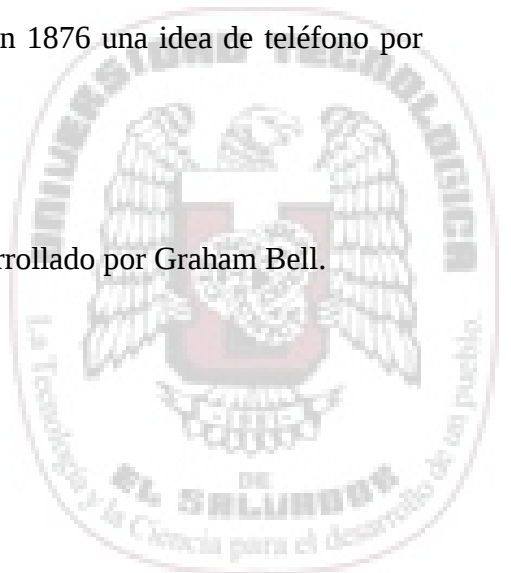
La telegrafía eléctrica inició en el siglo XVIII, constituyéndose en la mejor alternativa para el correo por su brevedad y agilidad. Se codificaba manualmente el texto en símbolos (puntos y rayas eléctricas). La diferencia con el sistema actual de transmisión de datos radica en la cantidad de información que se transmite: antes eran unos cuantos símbolos por minuto, ahora son millones de símbolos por segundos.

Telefonía

El teléfono es un aparato transmisor de señales para la comunicación instantánea y remota de sonidos, signos gráficos, fotografías e imágenes de televisión. En sus inicios se limitó a la transmisión de conversaciones entre dos interlocutores, pero amplió su espectro mediante la conexión a diversos dispositivos terminales como las computadoras y otros procesadores de señales capaces de cifrar y decodificar mensajes complejos a través de líneas telefónicas. A partir de la segunda mitad de siglo XX, el teléfono se convierte en un elemento primordial dentro de los sistemas de telecomunicación.

Graham Bell y Elisha Gray emprendieron de manera independiente sus investigaciones sobre este fenómeno acústico y eléctrico, patentando en 1876 una idea de teléfono por separado.

La telefonía celular actual se deriva de ese invento desarrollado por Graham Bell.



CUADRO No. 1

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
RADIO	Se escucha donde quiera que se encuentre el receptor.	No tiene alcance la interferencia en la señal por la saturación del dial.
PRENSA	Bajo precio Económicamente accesible	- No todas las personas saben leer.
TV.	Se ven imágenes	No en todos los lugares hay electricidad

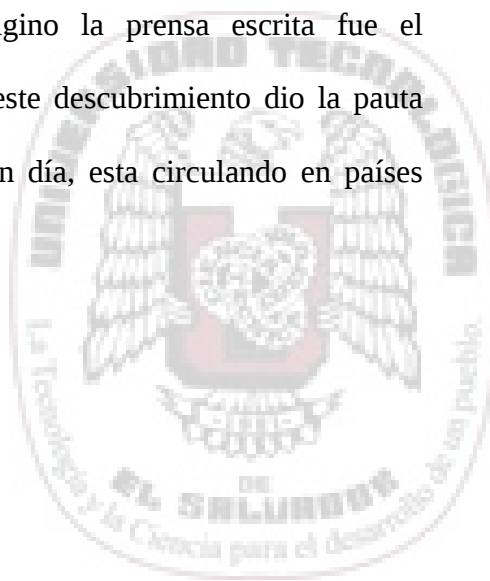
Fuente: elaborado por los autores con base a información directa.

1.2.1 Origen de los Medios de Comunicación.

Los medios de comunicación nacen por la necesidad del ser humano de dar a conocer, sus mensajes a larga distancia y abarcar a grandes masas.

Uno de los grandes inventos con los que se origino la prensa escrita fue el descubrimiento del a Imprenta por Juan Gutemberg, este descubrimiento dio la pauta para que surgiera la comunicación escrita, que hoy en día, esta circulando en países desarrollados y subdesarrollados.

Reseña Histórica de la Radio.



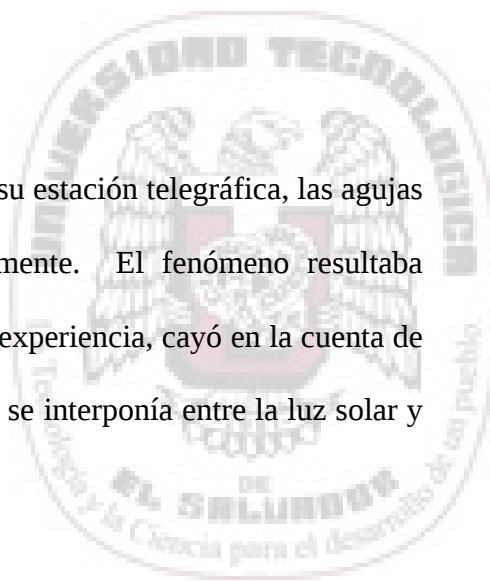
En 1831, Miguel Faraday, anuncio “Las leyes del Electromagnetismo” diciendo que: cuando un imán es movido en presencia de un circuito cerrado, hace manifestaciones de corrientes eléctricas por un circuito próximo a otro, se manifestaba en este último, una corriente eléctrica, por lo cual se daba por sentado que magnetismo y electricidad se generaban mutuamente. Se cree que Faraday y sus leyes de electromagnetismo, es lo que permitió el surgimiento de la radiodifusión.

Reseña Histórica de La Televisión

La palabra televisión tiene una etimología grecolatina y significa, traducir literalmente, “visión a distancia”. En 1609 el sabio italiano Galileo Galilei construyo el primer artefacto televisor, que ha pasado a la historia con el nombre de antejojo. Sin embargo, el poder televisor del antejojo se haya demasiado ligado a las condiciones atmosféricas, de modo que su eficacia no es plenamente satisfactoria.

La televisión, tal como se concibe modernamente nació del progreso de la electricidad aplicada y su primera piedra fue puesta por pura casualidad, en 1873, por un oscuro telegrafista de Valencia, apellidado May.

En cierta ocasión, observó May que al pasar delante de su estación telegráfica, las agujas de los instrumentos de medición oscilaban violentamente. El fenómeno resultaba bastante misterioso y después de repetir varias veces la experiencia, cayó en la cuenta de que aquellas alteraciones eran debidas a que al caminar se interponía entre la luz solar y

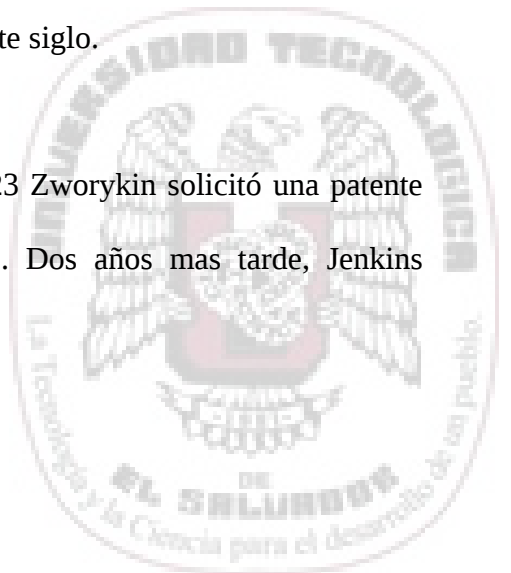


las resistencias del cuerpo telegráfico que estaban fabricadas con selenio, un raro metal descubierto por Berzelius en 1817.

“Aunque en 1873 este fenómeno resultaba todavía un poco oscuro, no tardaron algunos científicos en establecer comparaciones y analogías entre estos metales y el funcionamiento del ojo humano, dotado en su parte interna de un mosaico de células sensibles a la luz, llamadas conos y bastoncillos, que al recibir una impresión luminosa envían una corriente nerviosa al cerebro, a través del nervio óptico.”⁴

Muchas personas en muy diferentes países, contribuyeron al desarrollo de la televisión. Como la radio, la televisión se hizo posible gracias a los descubrimientos electrónicos hechos a fines del siglo XIX y XX. En 1884, Pablo Nipkow, un alemán, patentó un disco registrador para transmitir imágenes por radio. En los Estados Unidos, Carlos F. Jenkins inició sus estudios sobre la materia aproximadamente en 1890. Rignou y Fournier hicieron experimentos de “televisión” en Francia, durante la primera década de este siglo.

En 1915, Marconi predijo “el teléfono visual”. En 1923 Zworykin solicitó una patente sobre el iconoscopio (el tubo de la cámara de TV). Dos años más tarde, Jenkins demostró un aparato mecánico de televisión.



Hubo experimentos hechos por Alexanderson, Farnsworth y Baird, en 1926 y 1927. Un programa experimental de televisión fue transmitido entre Nueva York y Washington, por los laboratorios de la compañía Bell Telephone, en 1927. Fue un programa en el que participó Herbert Hoover, en aquel entonces Secretario de Comercio. Al año siguiente los mismos laboratorios transmitieron experimentalmente programas captados al aire libre.

Diecisiete estaciones de televisión, de carácter experimental, funcionaban ya en 1937. Una estación experimental de televisión, móvil, funcionó ese año. El primer Presidente a quien se vio en televisión fue Franklin D. Roosevelt, cuando inauguró la Feria Mundial de Nueva York, en 1939. Ese año también fue hecha la primera transmisión de importancia de un juego de béisbol de las ligas mayores, una competencia de fútbol inter escolar y una pelea de box profesional. En 1940, las convenciones del Partido Demócrata y del Republicano fueron televisadas, con la segunda, haciendo uso por primera vez del cable coaxial para propósitos de retransmisiones a larga distancia.

“Mientras tanto, en 1939, el Milwaukee Journal presentó la primera solicitud para transmitir programas de televisión sobre base comercial. En una audiencia celebrada en 1940, la FCC descubrió que la opinión de la industria estaba dividida en la cuestión de si la televisión estaba lista ya para ser usada comercialmente.”⁵

⁴ Pérez Ramírez, José. Organización y Sistemas Contables en la Industria de la Televisión. Tesis profesional México, 1965 Pág. 11

⁵ Steinberg, Charles. Op. Cit.; P. 267 – 270, Profesional, México, 1965, Pág. 11

La década de 1930 – 1940 fue testigo del nacimiento de la televisión en los países mas avanzados. Gran Bretaña, Alemania, Estados Unidos y, en tono menor, Francia y la Unión Soviética, comenzaron a aplicar todos los inventos acumulados hasta la fecha. El proceso arranco con la pugna entre la televisión “mecánica”, basada en el sistema Nipkow y la electrónica, fundada en el tubo de rayos catódicos. Los inicios de esta controversia parecieron dar la razón a la primera. Baird mantuvo sus emisiones en Gran Bretaña hasta el 5 de febrero de 1937, y la Unión Soviética y Francia siguieron también sus pasos. La Torre Eiffel se convirtió en soporte de la primera antena francesa que, a partir de diciembre de 1932, transmitía un programa experimental (París Televisión) una hora a la semana, con el sistema Nipkow, y las primeras experiencias públicas de la televisión “mecánica” soviéticas tuvieron lugar en Moscú a partir del 1 de octubre de 1931. “Con todo, el gran acontecimiento televisivo de la década de 1930 – 1940 se produjo en la Alemania de Hittler, la transmisión de la Olimpiada de Berlín en 1936. Los programas sólo se vieron en locales públicos, y se calcula que, en sus dieciséis días de emisión fueron presentados por unos ciento cuarenta mil espectadores. En realidad, la televisión alemana había conseguido montar su propia infraestructura de emisión y recepción gracias a un acuerdo de la Telefunken con la RCA estadounidense: esta compañía había cedido un modelo de iconoscopio a cambio de material técnico alemán”.⁶

⁶ Pardo, Fernando y J. Ramón. Esto en televisión. El Nacimiento. Salvat Editores, S.A. Barcelona, España, 1982. P. 8-9



El aparecimiento de la televisión vino a marcar un gran paso en el avance tecnológico de los medios de comunicación. Además, puede decirse que ha sido un aporte a la cultura de los pueblos, pues a través de ella el individuo ha podido intercambiar sus conocimientos.

1.1.1 Características De Los Medios De Comunicación

Radio

1. Gran cobertura o alcance
2. Es repetitiva
3. Es instantánea
4. Es selectiva
5. Es un arte de expresión

Prensa

1. El lector puede leer cuantas veces quiera el mensaje
2. La información se puede ampliar y le permite al lector sacar sus propias

Conclusiones

3. Es el medio informativo y formativo, satisface muchas necesidades
4. Es selectiva

televisión

1. Hace uso completo de vista 87% y el oído 7%
2. Utiliza el movimiento y el color, se puede cambiar y ordenar las imágenes



3. Es instantánea
4. Es selectiva

Otro grupo que se ha creado de Televisoras es el grupo Megavisión, canales que tienen más programas de la Región de Chile y el resto de Sur América, acrecentando la influencia Cultural del Sur en El Salvador

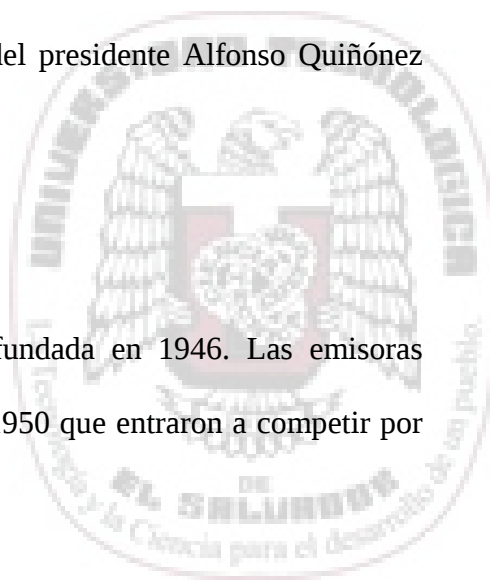
Otro grupo que se ha creado de Televisoras es el grupo Megavisión, canales que tienen más programas de la Región de Chile y el resto de Sur América, acrecentando la influencia Cultural del Sur en El Salvador

1.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL SALVADOR

1.3.1 Radio

AQM fue la primera radioemisora, que el 1 de marzo de 1926 salió al aire. Era una estación estatal cuyo iniciales respondían al nombre del presidente Alfonso Quiñónez Molina.

La primera radio comercial (privada) fue la YSU, fundada en 1946. Las emisoras transmitían noticias y música. Fue hasta la década de 1950 que entraron a competir por



la transmisión de radionovelas; las primeras de México y Cuba, entre otros, y posteriormente se desarrolló una producción nacional.

En 1964 se fundó la Asociación Salvadoreña de Radiodifusoras – ASDER - , y la transmisión por frecuencia modulada (FM), se inició en los 70's. Siguen manteniendo las tradiciones de los antepasados, ya que forman parte de la identidad nacional y es necesario a dar mas espacios en los medios de radiodifusión para que los radioescuchas aprendan mas de los patrones culturales salvadoreños.

Primeras Transmisiones Radiales

Cuando se habla de radio no es redundar, el subrayar cuando la intensidad absoluta del medio, el privilegio milagroso del sonido que viaja como un rayo de luz. Su presente sigue siendo dinámico y gozoso, a veces ruidoso, desde alegría de los primeros ensayos. En 1919, cuando fue instalada la primera estación de radio denominada “WHA” ubicada en Wisconsin, EEUU propiedad de EARL.M. TERRY, quien murió diez años mas tarde, y al que se dedico una placa por ser el primero en instalar una estación que transmitiría masivamente, ya que en esos años la mayoría de las estaciones eran propiedad de la marina y de radio aficionados.



Inicio de la Prensa Escrita en El Salvador

No se puede hablar de prensa escrita, sin antes mencionar el descubrimiento de la imprenta por el genial Juan Gutemberg, sin la cual no hubiese sido posible conocer este medio de comunicación tan importante para saber de la historia, y la cultura de las naciones. “La imprenta fue traída a El Salvador, en 1824, por el presbítero José Matías Delgado.

“Su establecimiento significó un gran adelanto en la vida cultural, política y social del país. La imprenta en esa época era muy rudimentaria. El equipo fue adquirido por colecta popular suscrita por el presbítero Miguel José Castro, y edito el “Seminario Mercantil” el 31 de julio de 1824”.⁷

El Periodismo Salvadoreño es uno de los mejores aportes que se ha dado a la sociedad.

A lo largo de la historia periodística salvadoreña han surgido muchos periódicos que no han tenido una larga vida de duración, quizá por el enfoque de presentar las cosas, pero quiérase o no, forman parte del quehacer nacional, como también son parte de la historia periodística, y de alguna manera contribuyeron en dar a conocer la cultura y patrones culturales de El Salvador.

⁷ Primera Ley de imprenta



Televisión

La historia de la televisión en El Salvador, es muy reciente, de la década de los cincuenta. Vinculada desde sus inicios a la iniciativa privada, en 1956, el mexicano Rubén González fundó YSEB, Canal 6. Salió al aire definitivamente el 6 de abril de 1973.

Canal 4 inició sus transmisiones en diciembre de 1958, consolidándose hasta 1966. Canal 2 por su parte, transmite de forma continuada desde el 30 de noviembre de 1965. En 1986 se integró el consorcio Telecorporación Salvadoreña (TCS), que reúne a los canales 6,4 y 2. Desde la década de los 70's, existen también los canales estatales 8 y 10. En enero de 1985 salió al aire canal 12, mas tarde adquirida por Don Emilio Zedán.

Mas tarde Megavisión, otro consorcio privado, habilito los canales 21, 15 y 19.

En 1995, Tele prensa del Canal 2 se convirtió en el canal 33, perteneciente actualmente a la Universidad Tecnológica de El Salvador.

En la actualidad el 75 por ciento del canal 12 pertenece a TV-Azteca, y además existen dos compañías de televisión por cable: Cable color y Cable visa.

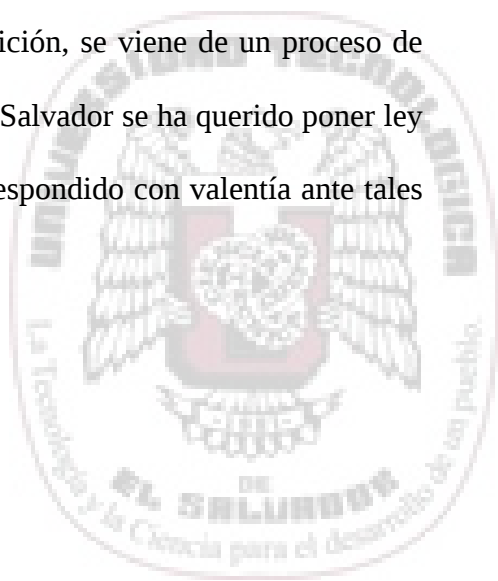


1.3.2 Condición actual de los Medios de Comunicación Social en El Salvador.

Los Medios de Comunicación han tenido una evolución significativa, ya que en cuanto a tecnología y estructura se refiere están, en capacidad de competir con el resto de los medios que existen en Latinoamérica.

Durante la década de los noventa se han multiplicado fusiones con el objeto de los procesos de mejorar la cobertura y llevar una programación de mayor calidad a la audiencia, pues a ella es a la que se deben, tanto la televisión, la radio y la Prensa escrita han adquirido maquinaria avanzada, edificios modernos y un personal más capacitados, profesionales jóvenes en los medios actualmente, ya que al inyectar sangre joven y mejor capacitada, se tiene que mejorar abiertos a la innovación y al dinamismo del crecimiento

Los medios de comunicación en El Salvador, siempre han tenido fuerza, lo que sucede es que se ha vivido en un proceso de conflicto y transición, se viene de un proceso de guerra a un proceso de paz. Se debe recordar que en El Salvador se ha querido poner ley mordaza a los medios, pero hasta el momento se han respondido con valentía ante tales imposiciones.



Cuando se ha querido callar la verdad y denunciar corrupción, siempre habido sectores que salen afectados y son los que se les han impuesto sobre los medios de comunicación.

En la actualidad hay cadenas de radio que cubren el territorio nacional, ya que cuentan con repetidoras en puntos estratégicos, para mayor cobertura. La televisión por consiguiente, tiene antenas en puntos fuera de la capital para que una mayor población pueda ver los canales nacionales y no los extranjeros ya que, anteriormente sólo veían los canales de Honduras en la zona occidental y oriental, ahora tiene la oportunidad de ver lo nacional.

La Prensa escrita ha mejorado considerablemente su calidad en imágenes visuales, diagramación, artículos editoriales y culturales, la diversificado los suplementos y agilizado su tiraje.

1.3.3 Los Medios de Comunicación y la Globalización

¿Que es la Globalización ?

“ Actualmente se observa no sólo una integración global, sino que una relativa interdependencia que alcanza a prácticamente todos los aspectos de vida social: en la

⁸ Machado, Jorge A. S. (2001), concepto de Globalización, [http: / www. sociología. Bm / articles / inv / concglob.htm](http://www.sociología.Bm/articles/inv/concglob.htm).



economía, la política, la ecología, la comunicación, la cultura, e incluso en los saberes y valores humanos.

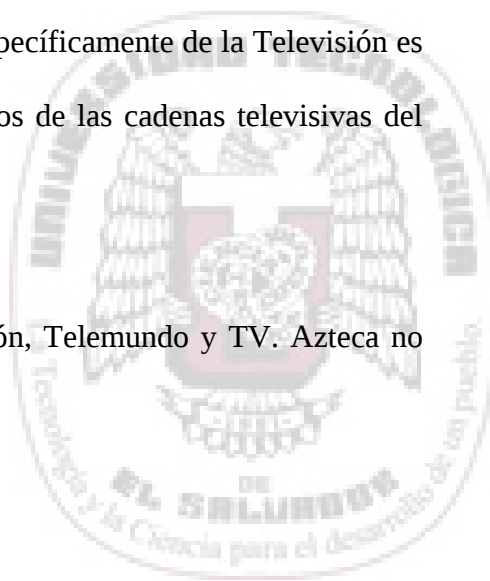
El termino “Globalización” tiene hoy numerosos matices y su connotación varia de acuerdo con la perspectiva interpretativa”.⁸

Fue asociado a otros términos como integración, modernidad, postmodernidad y mercado, hasta adquirir un fuerte recorte economicista, que de cierta forma, prevaleció sobre las demás asociaciones hasta volverse referencia inevitable a la expansión de los mercados, el consumo global, la moda, los veloces flujos comunicativos y las nuevas tecnología de información.

Los Medios de Comunicación se han ido preparando para enfrentar a la Globalización que es lo que esta actualmente revolucionando al mundo moderno.

Los medios que mayor difusión y que deben estar mejor preparados, son los audiovisuales y también sólo los de audio. Hablando específicamente de la Televisión es un medio que esta amenazado por los grandes moustros de las cadenas televisivas del hemisferio norte.

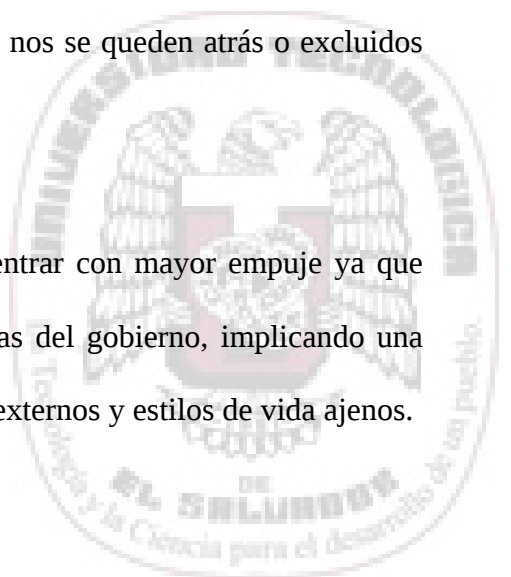
¿Cómo se esta deteniendo que las cadenas de Univisión, Telemundo y TV. Azteca no entren con auge al país?



Sencillamente se están pasando fragmentos de programación de esas cadenas en los televisores nacionales, aunque es de mencionar que TV. Azteca, tiene en su poder un 90% del canal 12 de El Salvador y como se ven las cosas actualmente ese canal tiende a quedar en manos extranjeras definitivamente.

Los demás canales como Tele corporación Salvadoreña están dando cabida a mucha programación extranjera y no tratan de hacer un bloque mas fuerte pero que la globalización no les vaya a fulminar, pues de todos es sabido que con este fenómeno de la globalización es el mas fuerte y el mas audaz es el que sobrevive, ya que las empresas desaparecen ante el poder de los grandes consorcios que dan los productos mas baratos y con la misma calidad, así que el público consumidor prefiere a esas compañías, y las empresas pequeñas se van a la quiebra. Otro grupo que se ha creado de Televisoras es el Grupo de Mega visión, canales que tienen mas programas de la Región de Chile y el resto de Sur América, acrecentando la influencia Cultural del Sur en El Salvador. Detener la Globalización es imposible lo que debe hacerse, son las alianzas estratégicas para no perder lo que por muchos años se ha hecho hasta la actualidad, saber como enfrentar el fenómeno, tener conciencia de que se deber ser competitivos, mas eficientes, mas innovadores, emplear mejores estrategias para que nos se queden atrás o excluidos por el ritmo de la Globalización mundial.

La globalización económica en tiempos futuras va a entrar con mayor empuje ya que tiene todas las facilidades para hacerlo con las políticas del gobierno, implicando una mayor exposición al aprendizaje de patrones culturales externos y estilos de vida ajenos.



1.4 LA CULTURA, LOS PATRONES CULTURALES Y LA IDENTIDAD

1.5 Origen

La cultura es un hecho histórico. Esta sujeta a las leyes y a los acontecimientos históricos que la redefinen en el devenir. Nada que suceda actualmente, en términos culturales, es aislado ni casual. Todo tiene su origen en causas que vienen desde el pasado: “La raza mestiza hispanoamericana tuvo un trágico comienzo... fruto de vencedores y vencidos, trauma que permaneció en el subconsciente, no ser enteramente ni una cosa ni otra sino diferente y sincrética, que a medida fue creciendo mas, trato de acomodarse a los patrones de comportamiento europeo y no “volver” a lo indio, aunque lo indio siempre ahí estaba”.⁹

De la misma manera, el presente en interrelación al pasado condiciona el futuro de los procesos culturales. Las culturas latinoamericanas han absorbido todo el impacto de la conquista, la perdida de la identidad y memoria del mundo indígena. En el caso salvadoreño, estas secuelas se manifiestan en la predisposición a la transculturización, al no cultivar una identidad cultural sólida que parte del conocimiento y valoración de la historia común. Replantearse esta problemática es tarea de las generaciones actuales

⁹ Folleto de la Universidad Tecnológica de El Salvador “Entorno” el pragmatismo ¿Filosofía del proyecto neolaboral?

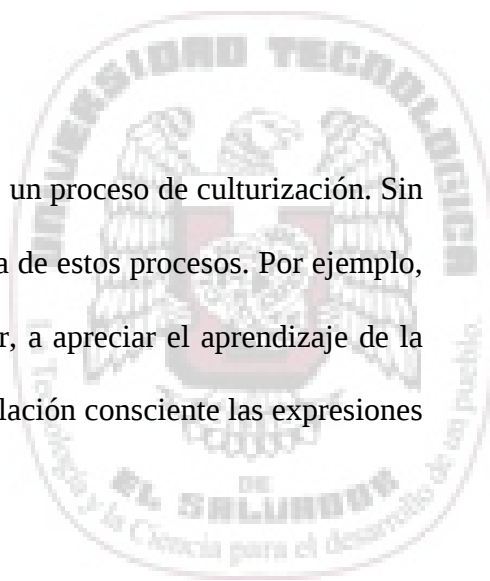
para que las generaciones futuras construyan procesos culturales que se enriquezcan en la memoria ancestral.

En segundo lugar de la investigación y el estudio que infiere la verdad que está mas allá de lo aparente, de la superficie, y conduce a una interpretación propia y más autentica; los conocimientos sobre historia, literatura, arte y ciencias, la experiencia atesorada por la humanidad en los siglos de su existencia.

En tercer lugar – sin jerarquizar la importancia -, de la sistematización permanente de la experiencia propia. La confrontación constante con los obstáculos, la evaluación de los propios errores y aciertos. La revalorización de lo que se hace en el día a día, permite conectar el hilo de la experiencia, convirtiéndola en una fuente de desarrollo.

La culturización consciente y la consolidación del criterio propio, critico y propositivo son dos factores vitales para que el individuo no sea un simple reproductor de patrones culturales, sino, que los enriquezca con su aporte positivo. La educación es básica para lograrlo.

No existe un ser humano “inculto”. La humanización es un proceso de culturización. Sin embargo existen diferencias entre la calidad y la riqueza de estos procesos. Por ejemplo, una persona que desde su infancia se le estimulo a leer, a apreciar el aprendizaje de la vida cotidiana, que ha estudiado con dedicación y asimilación consciente las expresiones



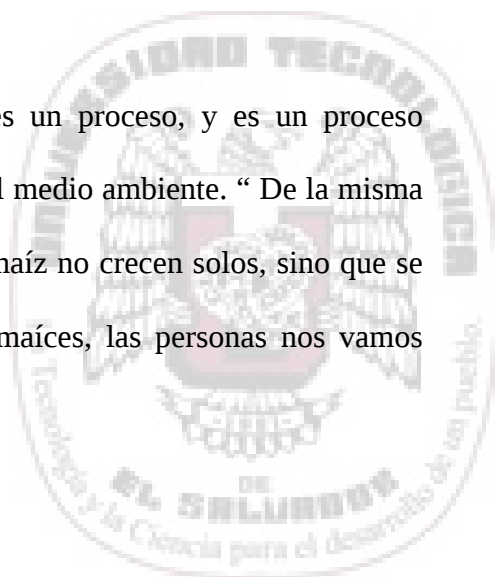
culturales y científicas de su país y del mundo, tendrá un mayor acervo cultural que otra persona que no tuvo esa oportunidad, debido a no a su condición económica. Por ejemplo un campesino formado por sus padres en el conocimiento ancestral de la tierra, tiene mayor riqueza cultural para trabajar en ella que otra persona de ciudad desarraigada del entorno natural.

Que es la Identidad

La identidad es algo que todos tenemos. Es la imagen y el concepto que tenemos de nosotros mismos. Podríamos decir que es la respuesta a la pregunta ¿quien soy yo?

Cada persona tiene una imagen, consciente o inconsciente de si misma: de sus cualidades, de su forma de ser, de sus capacidades. La identidad es algo que se construye. No se nace con ella sino que se va haciendo a lo largo de los años. Cada persona va construyendo esa imagen de si misma, pero no lo hace sola, sino que los hace con otras personas.

Por eso decimos que la identidad se va haciendo: es un proceso, y es un proceso ecológico porque se realiza una interdependencia con el medio ambiente. “ De la misma manera que la naturaleza de un árbol o una planta de maíz no crecen solos, sino que se van haciendo en un proceso junto a otros árboles o maíces, las personas nos vamos



construyendo en un ambiente comunitario y familiar. La identidad es el resultado de esta construcción: la imagen, la fotografía que tenemos de nosotros mismos”.¹⁰

La Identidad Individual y Social

Individual, cada persona tiene una vida y unas características individuales, desde el color del pelo al carácter, sexo, gustos, edad, etc.

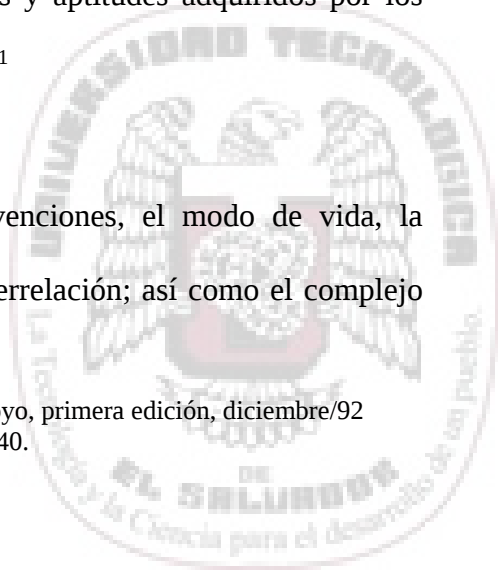
Social, pertenecen a uno o varios grupos, a convicciones sociales o políticas, se forma parte de una lucha. Así, podríamos decir que la identidad ayuda a mantener la seguridad emocional y la capacidad de acción mediante la toma de conciencia de la situaciones que vive la persona y su papel en ellas, la vivencia de ser uno mismo y el sentimiento de pertenencia a un grupo o comunidad. La identidad de cada persona es por tanto la síntesis de estas dos que hemos llamado identidad individual y social.

“La cultura es el conjunto de elementos de índole material y espiritual, organizado lógicamente y coherentemente, que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, los usos y costumbres, y todos los hábitos y aptitudes adquiridos por los hombres en su condición de miembros de la sociedad”.¹¹

La cultura es la vida humana articulada sobre convenciones, el modo de vida, la producción material y espiritual de las personas en interrelación; así como el complejo

¹⁰ Carlos Matlín Berestain, salud mental: La Comunidad como Apoyo, primera edición, diciembre/92

¹¹ “Diccionario Enciclopédico OCEANO”, España, 1997, Pagina 440.



de ideas, y es además, el sistema lingüístico (la lengua) que permite comunicar a los seres humanos y generar, a su vez, cultura.

“La cultura, entonces, es un fenómeno eminentemente social, son las instituciones sociales como la familia, la escuela, la iglesia, el sistema jurídico, los medios de comunicación, los que se encargan del proceso de socialización que hereda a los nuevos individuos los valores culturales de una época y de una sociedad”.¹²

Las ideas, los sueños, los hábitos de alimentación, de vestir, de saludar y comportarse, la visión del mundo, las maneras de amar y de odiar; es decir, el hecho de ser un individuo, la construcción arquitectónica, la diversión, etc. es la cultura. La IDENTIDAD, de la persona y de una nación, esta determinada culturalmente a través de normas, valores y códigos.

Este proceso de culturización es dinámico porque cada individuo y cada proceso de vida es único, y la persona sintetiza y responde al aprendizaje de forma única y diferente, aportando y enriqueciendo su cultura con nuevos elementos.

¹² <http://www.campus-oei.org/3espacios/y coloqui10.htm>.



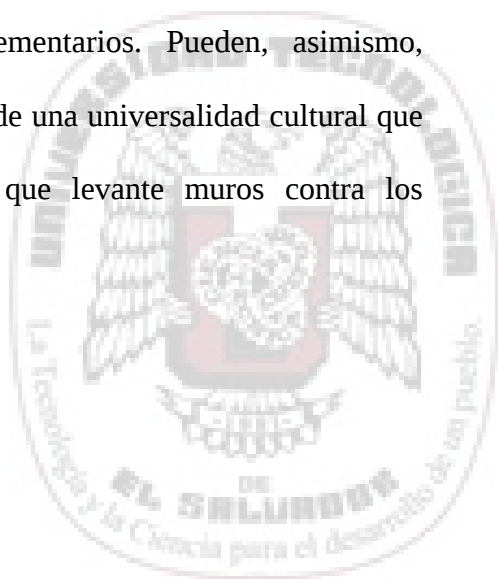
1.6 Características Del Fenómeno Cultural

Corresponde a las instituciones del Estado y de la sociedad, la creación de políticas y medios de promoción de los valores nacionales que contribuyan a la formación de la identidad nacional. El escritor mexicano Alfonso Reyes, en 1932 decía “Que la única manera de ser provechosamente nacional consiste en ser generosamente universal, pues nunca la parte se entendió sin el todo. Claro es que el conocimiento, la educación, tienen que comenzar por la parte... Nada puede sernos ajeno, sino lo que ignoramos”.¹³

En efecto, actualmente hay fenómenos a nivel mundial que influyen profundamente en las culturas nacionales, introduciendo nuevos elementos dinamizadores, como la globalización, la tecnología, la informática y los medios de comunicación.

“Consiguientemente, se puede concluir que el mundo, en efecto se ha transformado, se ha vuelto plural. Se presentan, en consecuencia, no sólo un proyecto cultural, sino múltiples proyectos, que no necesariamente son antagónicos. Por el contrario, estos pueden tener componentes convergentes o complementarios. Pueden, asimismo, contener valores e ideas que impulsen la construcción de una universalidad cultural que efectivamente reconozca y respete las diferencias, que levante muros contra los

¹³ Cultura Turística. Silvia Elena Regalado CORSATUR Pág.12



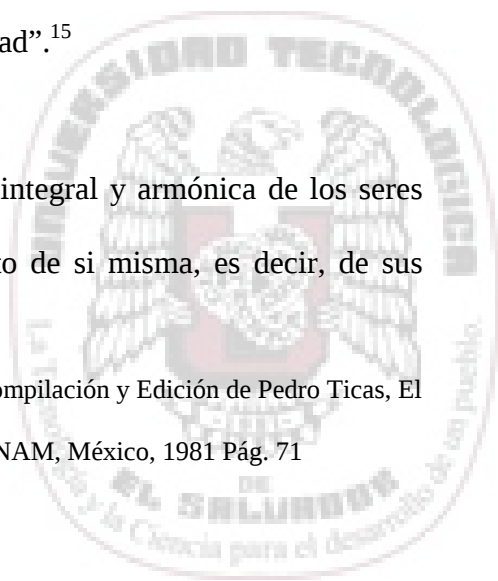
maniqueísmo y hegemonismos. Pueden en suma, propiciar el avance hacia la cohabitación de las diferentes culturas y hasta la articulación dinámica de las mismas.”¹⁴

Los efectos negativos se manifiestan en el fenómeno de transculturización, como una imposición de normas de conductas y costumbres, a través de deferentes medios de comunicación, ejemplo: El gran porcentaje de programas televisivos con altos contenidos de violencia para niños, jóvenes y adultos. Toda esta influencia es determinante porque la identidad nacional no esta realmente cimentada. “Otros elementos transversales de la cultura salvadoreña son: La marginalización y discriminación de los sectores minoritarios y que no representan grupos de poder (ancianos, niños, mujeres, homosexuales), y la fragmentación de la mente y el cuerpo, ya que a diferencia de la cosmovisión oriental, los enfoques occidentales han fragmentado la armonía entre el yo y el cuerpo, separando la espiritualidad del mismo. Este hecho tan intimo e individual afecta a los seres humanos en cuanto a asumirse plenos e integrales, en cuanto a asumir en el marco de paz, equidad y respeto las relaciones con los demás seres vivos y a conectarse plenamente con la vida. Volviendo sus relaciones enajenantes con altos grados de agresividad”.¹⁵

Herederos de una cultura que no se basa en la visión integral y armónica de los seres vivos, una cultura con una baja estima y conocimiento de si misma, es decir, de sus

¹⁴ Paredes, Korber, David. “La Cuestión de la cultura nacional”, Compilación y Edición de Pedro Ticas, El Salvador, 1997, Pág. 25-26

¹⁵ Reyes Alfonso, “textos. Una Antología General, Editorial sep-UNAM, México, 1981 Pág. 71

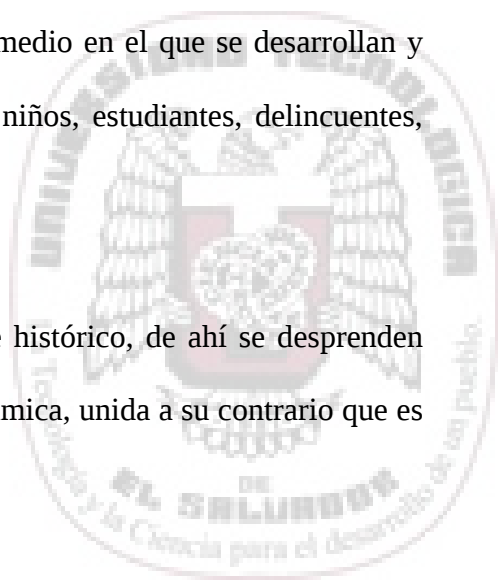


propios valores, patrimonio y producción cultural; que en consecuencia no se lee, no se estudia, no se observa ni se analiza a si misma para conservarse, nutrirse y multiplicarse, los salvadoreños se encuentran fragmentados en esa búsqueda de la identidad colectiva y de si mismos.

La difusión cultural es precisamente extender y multiplicar el conocimiento y la apropiación de los valores culturales, del a cultura propia o de otras. A diferencia de este concepto, “transculturación” significa penetrar e imponer practicas, valores y estereotipos de manera verticalista y solapada con fines de dominación.

Otro concepto utilizado en relación al tema cultural, es el de las “sub-culturas”, producto de un enfoque errado y peyorativo que presupone que existe una cultura oficial y las demás que no llegan a ese estatus, son desvaloradas. Este concepto es un calificativo para las sociedades latinoamericanas o aborígenes, acuñado por Oscar Lewis (USA), en 1962. Sin embargo, es importantísimo distinguir que la cultura de un país es diversa y múltiple, y coexisten formas culturales que no son menos importantes unas que las otras, simplemente son diferentes, y todas son producto del medio en el que se desarrollan y del grupo social que las recrea (campesinos, obreros, niños, estudiantes, delincuentes, maras, militares).

La cultura es un fenómeno fundamentalmente social e histórico, de ahí se desprenden otras características como su naturaleza cambiante, dinámica, unida a su contrario que es



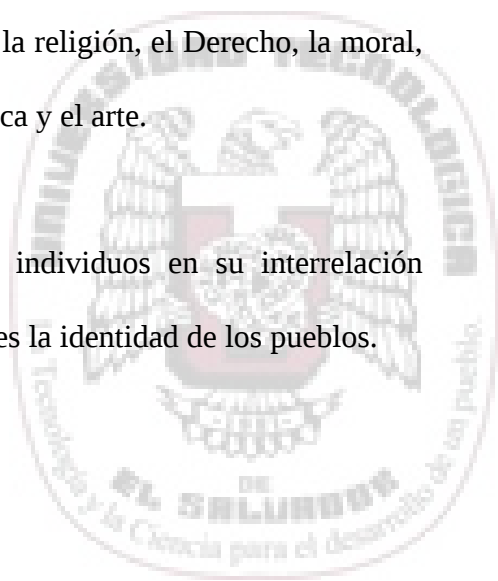
la conservación, porque la cultura es hereditaria, crea sus propios mecanismos de conservación y de reproducción, a través de sus instituciones (como la familia, la escuela, la iglesia, el Estado), pero ejerce a su vez una influencia dinámica en los cambios económicos.

Otra característica es la diversidad y la pluralidad de interrelaciones de los grupos humanos, que se establecen en su interior, y que son elementos, precisamente de cambio.

Se llega entonces, al punto ya mencionado anteriormente, que, la Cultura expresa las relaciones del poder. La Cultura es opresiva, porque impone esquemas y obviamente límites; impone los criterios morales y estéticos del grupo económicamente dominante de una sociedad. Sin embargo la Cultura ofrece un sustento a la libertad individual de trastocar, trascender, abrir nuevos parámetros y establecer nuevos paradigmas, sobre todo cuando son movimientos colectivos los que los proponen e instituyen.

En síntesis, la cultura son las formas de vida y de comunicación que los seres humanos articulan sobre convenciones. Un hecho social producto de la acción, de la convivencia, del pensamiento y del sentir humano. De ella son parte la religión, el Derecho, la moral, las costumbres, la historia, los ideales, el lenguaje, la ética y el arte.

La Cultura la hacen las sociedades, a partir de los individuos en su interrelación cotidiana, por eso es dinámica y cambiante. La Cultura es la identidad de los pueblos.



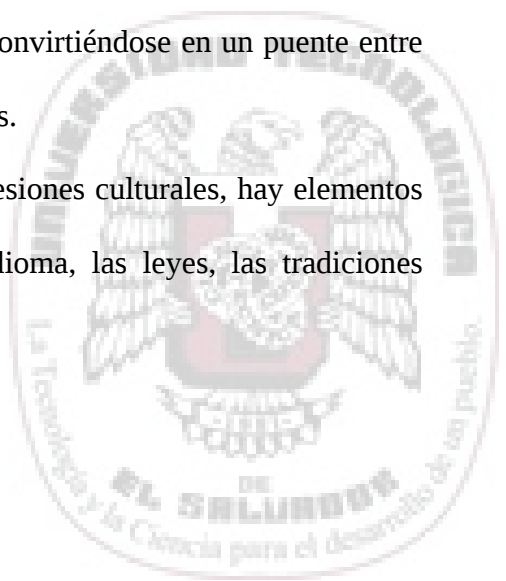
Cuando se habla de cultura en un tiempo y espacio concreto, como un pueblo, una nación o un continente, es imposible hablar de una cultura homogénea y única. La cultura es diversa por naturaleza. Así como la vida se expresa en colores, sonidos, formas y niveles de desarrollo diferentes, la cultura de una sociedad esta conformada por culturas distintas, según el grupo social donde se originan.

Por ejemplo en El Salvador, un país pequeño, pero con notables diferencias culturales entre grupos de personas campesinas, estudiantes, empresarios, indígenas, profesionales, maras, etc. Y es posible hacer una diferenciación mas a fondo entre hombres y mujeres, entre universitarios y estudiantes medios, entre cristianos de una u otra iglesia.

Es decir, las personas de un grupo social comparten valores, creencias y una manera de ver el mundo. Crean lazos que la unifican, y que a la vez las diferencian del resto de grupos sociales. Sobre este sentimiento de pertenencia, se edifica la identidad.

En este sentido, el termino “inculto” o “inculta” pierde su vigencia. Toda persona se desarrolla dentro de un ambiente y proceso cultural. Aprende y expresa los valores, conocimientos, costumbres y tradiciones aprendidas. Convirtiéndose en un puente entre las generaciones precedentes, su generación y las futuras.

Como nación, sobre la diversa gama de fuentes y expresiones culturales, hay elementos de enlace que unifican a los diferentes grupos: el idioma, las leyes, las tradiciones festivas, culinarias, deportivas y artísticas.



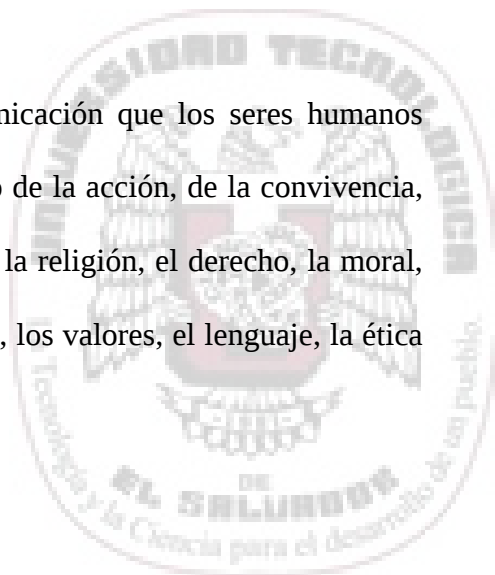
En síntesis, la cultura como proceso social, posee un mecanismo dual que la dinamiza: la diversidad y la unidad.

La cultura es un hecho cambiante, es dinámica, se transforma en el tiempo y en el espacio como producto de la interacción social y, además, intercultural. Nuevos descubrimientos científicos, tecnológicos, cambios ambientales, cambios políticos, educativos y económicos, modifican las relaciones culturales, y a su vez estas, expresan y fijan los cambios. Otra dualidad de manifiesta: el impulso de la búsqueda permanente y la fuerza inamovible que fija, institucionaliza y perpetúa los procesos sociales.

Thesing señala tres elementos que caracterizan las culturas latinoamericanas:

1. El individualismo. El machismo y el caudillismo son parte de sus facetas
2. El idioma. Predominando el español, el portugués.
3. El catolicismo.

Siendo la cultura son las formas de vida y de comunicación que los seres humanos articulan sobre convenciones, un hecho social producto de la acción, de la convivencia, del pensamiento y del sentir humano, de ella son parte la religión, el derecho, la moral, las costumbres, las tradiciones, la educación, la historia, los valores, el lenguaje, la ética y el arte.



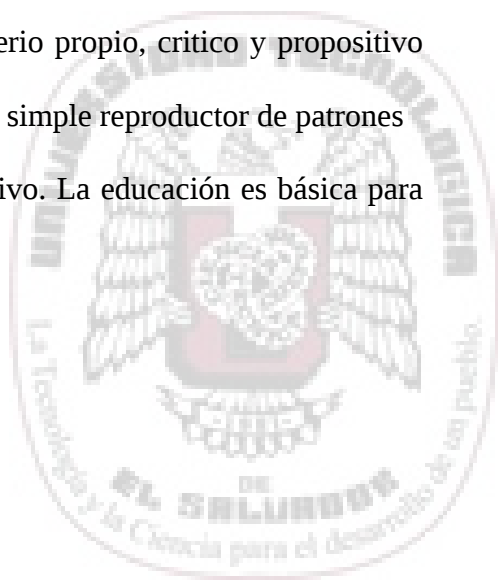
Es el ser humano quien reproduce la cultura. A través de los tiempos y sociedades, la humanidad ha edificado instituciones que reproducen de manera organizada la forma de ver el mundo, los valores y las tradiciones culturales.

La familia es la primera encargada de la socialización, transmite el idioma, las creencias, los afectos y todo lo que el nuevo individuo necesita para comprender e insertarse en la sociedad donde le correspondió vivir. Continúan esta tarea, la calle, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación y el aparato legal y jurídico.

1.7 Patrones Culturales

Son los patrones de comportamiento que se tienen en la sociedad, ¿ Qué es un patrón ? Es un modelo de lo que se enseña, de lo cual se va a hacer copias no se habla de un patrón en el sentido del que hace trabajar a la persona o un obrero, no se habla de ello sino de un modelo. Que se asume y se repite en uno y otro de los individuos.

La culturización consciente y la consolidación del criterio propio, critico y propositivo son dos factores básicos para que el individuo no sea un simple reproductor de patrones culturales, sino, que los enriquezca con su aporte positivo. La educación es básica para lograrlo.



Diferentes Tipos de Patrones Culturales en El Salvador.

En fábrica o maquila el patrón para hacer camisas es uno y de acuerdo a ese patrón se hacen todas parecidas, algo similar sucede con la cultura; aunque este ejemplo es grotesco comparado con la cultura.

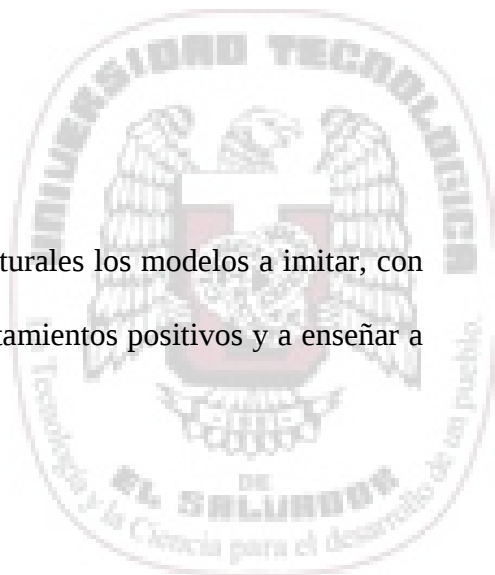
Existe un patrón que nadie sabe cual es su forma definida pero que existe y se pretende seguirlo, tratar de imitarlo, porque este es un patrón de vista funcionalista, conocido en sociología como pauta en las normas sociales.

En ese sentido la sociología tiene pautas, tiene patrones. Pero volviendo a los patrones culturales se habla de un modelo cultural a imitar por todas las personas, pues ya están establecidos y que nadie sabe quien los estableció, pero existen.

Un ejemplo: Decir buenos días en la mañana, es un patrón cultural el saludar y nadie sabe quien puso ese patrón, ahora el saludo y la forma de darse se imita, pero se puede llegar a dar porque se fue estableciendo como patrón, por diferentes razones en la sociedad.

Patrones Culturales Transmisibles

La familia transmite a sus hijos e hijas los patrones culturales los modelos a imitar, con el ejemplo. Los patrones deberían encaminar a comportamientos positivos y a enseñar a ser personas valiosas, a tener valores de bondad,



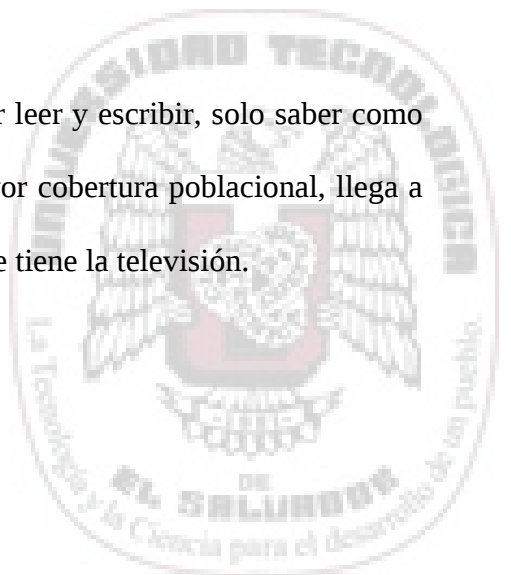
Comportamiento de la Sociedad Frente a un Patrón Cultural Desnaturalizado

Esto causa impacto en la sociedad cuando es imitado, aquí entran otras series de variables para decir que el patrón se ha desnaturalizado y en lugar de tener un patrón que significaría lo bueno, lo positivo a imitar, se va a tener un antipatrón, pero que sin embargo tiene muchos adeptos aunque la gente no quiera admitirlo.

La Televisión como Medio Hegemónico

Es un medio que combina imagen y sonido y es el que tiene mayor impacto que cualquier otro medio, ya que se tiene en el hogar. Se tiene que admitir que no está en todos los lugares. Si no que solo donde existe energía eléctrica; es decir, la televisión, no está en lugares rurales, porque es muy difícil, para operarlos, pues se necesita cierto tipo de conexiones para hacerlo funcionar con una batería de carro que ya esta se descarga con rapidez, el número de personas que pueden estar viendo televisión en batería es mínimo.

Hay que enfatizar que para ver TV no se necesita saber leer y escribir, solo saber como operarlo, si lo comparamos con la radio esta tiene mayor cobertura poblacional, llega a mayor número de personas, pero no tiene el impacto que tiene la televisión.



Ya con este panorama de los medios se pueden saber cuando se transmiten diferentes patrones de cultura, cuando se transmiten diferentes mensajes, estos no son accidentales, poseen una estructura aunque la población no los vea y son transmitidos de la misma manera por la radio, la televisión y la prensa, para mantener determinada ideología que poseen los dueños y mantener una cultura determinada.

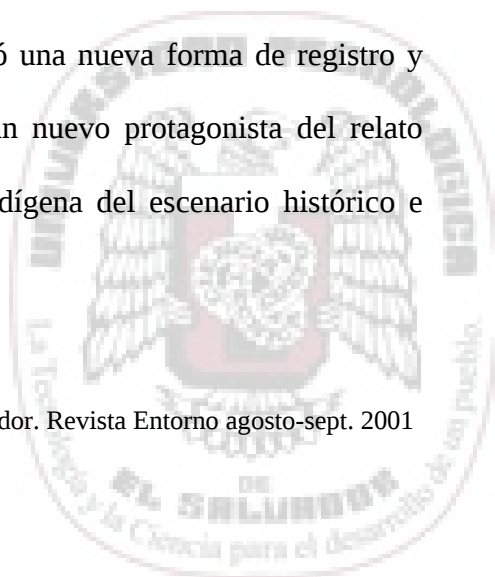
1.8 Los Patrones Culturales en El Salvador

1.8.1 Las Raíces Culturales Y La Cultura Del Mestizaje

"La conquista y la colonización españolas cambiaron para siempre el destino de los pueblos indígenas y promovieron el nacimiento de un nuevo proyecto histórico. La invasión europea decapitó el proyecto autónomo de civilización americana e impuso a la población nativa un nuevo lenguaje y los valores religiosos y políticos del mundo occidental".¹⁶

"Simultáneamente a esa vasta transformación comenzó una nueva forma de registro y explicación del pasado, seguida por la intrusión de un nuevo protagonista del relato histórico: el conquistador. La conquista expulsó al indígena del escenario histórico e instauró un discurso nuevo en casi todos los aspectos".

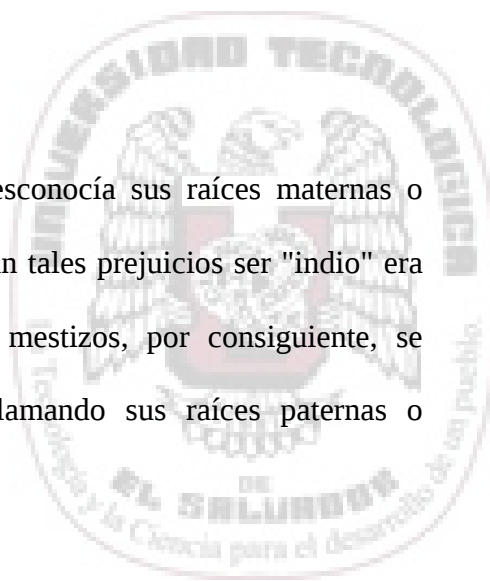
¹⁶ Ramos Elsa, Breve esbozo histórico de los indígenas en El Salvador. Revista Entorno agosto-sept. 2001
Pág. 5-9



El error cometido por Cristóbal Colón al creer que América era parte occidental de la India y por ende, llamar "indios" a los pobladores que conoció en el Nuevo Mundo, se convirtió en una forma de negar la especificidad de cada una de las culturas mesoamericanas", agrega que el apelativo de "indio o indígena" se ha convertido en "una condena, en un desconocimiento de la realidad social y humana de esos pueblos"; a nuestros ancestros aborígenes, no se les puede llamar ni indios ni indígenas, ya que, "cada uno de los pueblos que habitaban América antes de la llegada de los españoles tuvieron su propio nombre, el cual ignoramos por racismo"...

Durante el período colonial cuando se inicia el proceso de mestizaje, la dura división entre los grupos sociales, pone en una posición difícil a los mestizos, pues no eran aceptados ni por los españoles ni por los indígenas, pero dentro de la escala social, como sabemos el escalón principal era ocupado por los españoles peninsulares y los criollos (ósea, los hijos de españoles nacidos en territorio americano), por ello los mestizos preferían acercarse mas a ellos, porque nos dice la Licenciada Ramos "los mestizos nacieron y crecieron despreciando la cultura indígena porque los españoles la consideraban inferior, incivilizada e infiel".

Presa de los prejuicios euro centristas, el mestizo desconocía sus raíces maternas o indias y por ello se avergonzaba y desvalorizaba. Según tales prejuicios ser "indio" era ser ignorante, salvaje, haragán, malicioso, etc. Los mestizos, por consiguiente, se desarrollaron dentro de una estructura colonial reclamando sus raíces paternas o

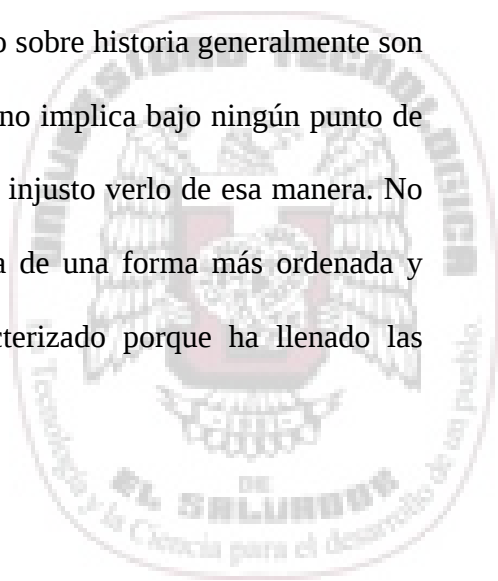


hispanas, tratando por muchos medios de ser aceptados por los blancos, imitándolos y adoptando la cultura de estos. Pero los españoles, criollos o peninsulares, los veían como inferiores o bastardos. Este fenómeno crearía serios complejos de identidad histórica y cultural en este estrato étnico y social, del cual descende la gran mayoría de los salvadoreños.

Ese complejo de identidad histórica y cultural, de malinchismo, de complejo de inferioridad, racismo, aun no se supera en El Salvador, el termino "indio" o "India", se sigue utilizando de forma peyorativa y para ofender a una persona, queriéndole decir que es maleducado e ignorante. No cabe duda que durante la colonia, al escribirse la historia, el indígena quedo fuera de ella.

La historia en las épocas posteriores, ha sido escrita de forma episódica y casi anecdótica, el tema de los indígenas y los restos arqueológicos dejados por ellos se tratan como una curiosidad, durante el siglo XVIII, XIX y principios del siglo XX.

Durante el siglo XIX y XX, las personas que han escrito sobre historia generalmente son profesionales, pero no precisamente historiadores, ello no implica bajo ningún punto de vista, que ellos no hayan realizado ningún aporte, seria injusto verlo de esa manera. No ha habido una línea conducente de trabajar la historia de una forma más ordenada y completa. La historia que se ha escrito se ha caracterizado porque ha llenado las



necesidades de conocimiento superfluo para la celebración de efemérides, ha sido una historia elitista y n dirigida a las grandes masas y como reflejo de estas.

La investigación histórica en El Salvador se ha caracterizado en general, por ser una historia que describe antes que nada las grandes efemérides patrias, resaltar sus figuras y principalmente a los grandes hombres, con el afán de afianzar el sentido de pertenencia y por tanto de crear la nacionalidad e identidad salvadoreña.

En El Salvador, incluso ya en pleno siglo XXI, en muchos pueblos siguen bailando y recitando la danza de los moros y cristianos, claro que ya con un tinte y connotación diferente, pero el nombre lo siguen conservando. Otro elemento curioso, de los danzantes, en general ninguno quiere representar a los moros, pues representan los malo.

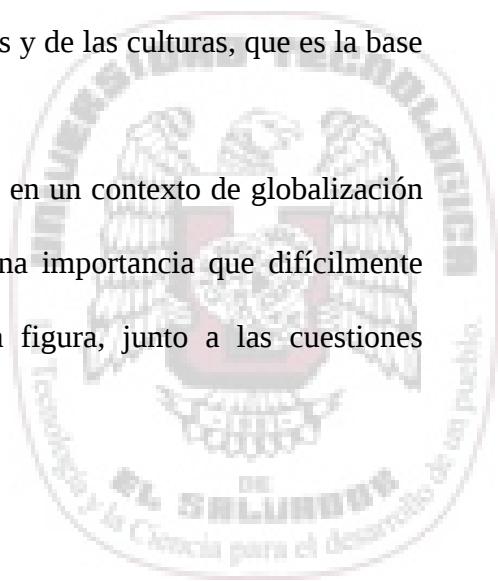
Falta comentar, que la mayoría de los jefes que comandaban los ejércitos de la conquista eran hijos segundones e hidalgos, estos últimos ocupaban dentro de la jerarquía feudal española el rango mas bajo, pues eran caballeros pero no ostentaban ningún titulo de nobleza. Los hidalgos gustosos aceptaban unirse a las expediciones de conquista, ya que si se quedaban en España, estarían condenados irremediabilmente a vivir en la pobreza. En cuanto a los hijos segundones, recordemos que en España aun subsistía la institución del mayorazgo, mediante la cual todos los bienes y riquezas de la familia las heredaba los primogénitos, por lo tanto los demás hijos se las tenían que arreglar como podían. Así, el riesgo que se correría en la conquista valía la pena, pues ofrecía honores, en

algunos casos obtener un escudo para la familia, un título nobiliario, obtener tierras, esclavos, indígenas en repartimiento de acuerdo a los méritos realizados.

1.8.2 Relación Inseparable Entre Economía Y Cultura

“Ahora que la cultura esta en vías de transformarse en un importante motor de la economía, el desarrollo y la promoción de industrias culturales competitivas en todos los países, resulta imperativo para prevenir los riesgos de la “monocultura” que amenaza la diversidad, ese capital global que la comunidad internacional tiene el deber de hacer fructificar, no sólo por razones económicas, sino también debido a imperativos éticos de equidad y justicia.¹⁷ La adopción de reglas del juego globales que respeten la libre circulación de las ideas a través de la palabra y la imagen pero que también tengan en cuenta los principios fundamentales de un comercio armonioso en cuanto al acceso, la diversidad y la competitividad de los productos, constituiría un entorno favorable para la expansión de la diversidad creadora, la libre elección entre una oferta cultural y el desarrollo del pensamiento critico; permitía crear las condiciones necesarias para un debate plural y fecundo sobre el futuro de las sociedades y de las culturas, que es la base del pluralismo democrático.

La cuestión de la preservación de la diversidad cultural en un contexto de globalización de la economía ha cobrado en los últimos tiempos una importancia que difícilmente hubiésemos imaginado hace tan sólo unos años. Ya figura, junto a las cuestiones



medioambientales, de normativa laboral a las practicas anti monopolio de las empresas, entre las interfaces de políticas que han de ser tomadas en cuenta para la buena marcha futura del sistema comercial multilateral y la búsqueda – por otro lado deseable y necesario porque trae consigo el desarrollo – de la liberalización del comercio y de la inversión en su seno.

Esta atención es nueva, mientras que la liberalización del comercio nada tiene de reciente. En este poderoso movimiento a largo plazo que, desde hace medio siglo, pretende suprimir lo más posible las barreras al libre ejercicio del comercio, numerosos de acuerdos multilaterales o regionales se han referido a la cultura, explícitamente o no. Esta última ha sido entendida de forma mas bien dispar, lo que remite a “la ambigüedad que todavía rodea a (su) condición”.

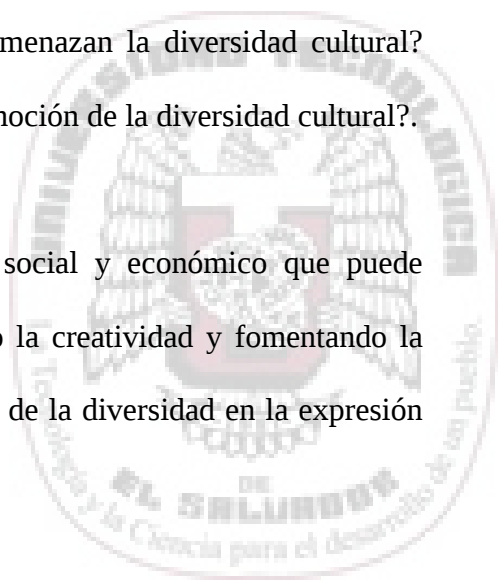
Si la cultura ya es tomada en consideración en la liberalización del comercio a los ojos, no sólo de muchos profesionales y gobiernos, sino también de la opinión publica, los progresos en la liberalización del comercio son, en parte, la causa de ello: mayor institucionalización de la OMC durante la ronda de Uruguay y, sobre todo, ampliación de sus competencias en los servicios y en las inversiones, incluso en materia de productos culturales.

¹⁷ Rauda Rosales, Elmer Antonio (1998). Economía y Proceso Cultural en El Salvador. UES: Tesis Profesional Pág. 99-100

Pero se debe, sobre todo, al hecho de que, como señala Francois Rouet, la globalización atañe cada vez mas a la cultura con, en especial, esta contradicción que parece importante y creciente entre, por un lado, la cada vez mayor circulación de productos culturales a escala mundial y el desarrollo, en la cultura y la comunicación, de empresas de tamaño planetario que encarnan esta globalización y, por otro lado, unas aspiraciones reforzadas de que se mantengan y se desarrollen expresiones regionales, nacionales o locales.

¿Puede y debe la cultura insertarse en la lógica general de la liberalización del comercio y de la inversión al igual que los demás bienes y servicios? El hecho de que la cultura cuestione de este modo la lógica del comercio mundial conduce evidentemente a preguntar a la cultura a qué campo considera pertenecer, las particularidades que reivindica, hasta los objetivos de las políticas sectoriales que se realizan en su nombre bajo la denominación de “políticas culturales”. Indefectiblemente se plantean grandes interrogantes: ¿Qué es la cultura? ¿Cuál es su papel en la sociedad? ¿Se puede delimitar su campo, definir las actividades culturales? ¿Por qué y cómo realizar políticas culturales? Las evoluciones económicas en curso, ¿Amenazan la diversidad cultural? ¿Qué formas de cooperación internacional exige la promoción de la diversidad cultural?.

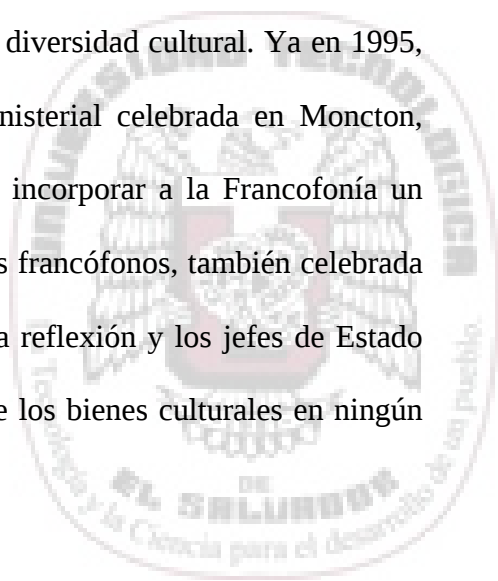
La diversidad cultural es una fuente de dinamismo social y económico que puede enriquecer la vida humana en el siglo XXI suscitando la creatividad y fomentando la innovación. Reconocemos y respetamos la importancia de la diversidad en la expresión



lingüística y creadora. La creciente interacción entre los pueblos, los grupos y los individuos aporta una mayor comprensión y una mayor apreciación de lo que es bueno e interesante en cada cultura. La promoción de la diversidad cultural refuerza el respeto mutuo, la inclusión y la no discriminación y lucha contra el racismo y la xenofobia. Las tecnologías de la información ofrecen a las personas unas perspectivas sin precedentes para crear y compartir el contenido cultural y las ideas, a escala mundial y a bajo coste. La experiencia demuestra que la diversidad puede despertar la curiosidad, engendrar la iniciativa y aportar una contribución útil en las comunidades que buscan mejorar sus economías, en especial, mediante la utilización de los medios extraordinarios que la sociedad de la información pone a su disposición.

Para maximizar las ventajas de la interacción cultural, debemos alentar a nuestros pueblos a aprender a vivir juntos, favoreciendo el interés, la comprensión y la aceptación de las culturas diferentes”.

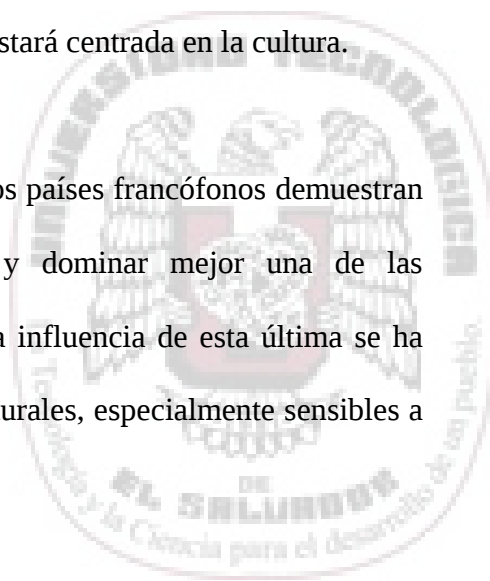
En los últimos años, los Estados miembros de la Francofonía también han mostrado un vivo interés en el debate mundial en gestación sobre la diversidad cultural. Ya en 1995, durante la reunión de seguimiento de la Cumbre Ministerial celebrada en Moncton, Canadá, los debates trataron sobre la mejor forma de incorporar a la Francofonía un esfuerzo de autopromoción. La última cumbre de países francófonos, también celebrada en Moncton en 1999, dio un importante impulso a esta reflexión y los jefes de Estado señalaron en su comunicado final su convicción de que los bienes culturales en ningún



caso pueden ser reducidos a su dimensión económica. Afirmaron el derecho de los Estados y de los gobiernos a definir libremente su política cultural y los instrumentos de intervención que en ella concurren y subrayaron su determinación a favorecer el establecimiento de una unión lo mas amplia posible en apoyo de la diversidad cultural y a promover la movilización de todos los gobiernos en su favor.

A partir de las discusiones mas recientes sobre la interrelación entre diversidad cultural, cultura y comercio, los participantes mostraron su interés en profundizar la noción de un instrumento internacional sobre la diversidad cultural capaz de proporcionar a los gobiernos la flexibilidad necesaria para preservar y promover sus políticas culturales respetando las reglas que regulan el comercio y la inversión internacionales. La Francofonía decidió en 1999 establecer un grupo de trabajo permanente encargado de realizar el seguimiento de las negociaciones que puedan tener una incidencia en la cultura y en las políticas culturales y hacer avanzar la reflexión sobre la naturaleza de un posible instrumento internacional apropiado. En el 2001, una Conferencia de Ministros de Cultura Francófonos examinará la cuestión de la diversidad cultural y la próxima Cumbre de la Francofonía, que tendrá lugar en Beirut, estará centrada en la cultura.

Los procedimientos de trabajo que han elegido tomar los países francófonos demuestran una voluntad común por comprender, acompañar y dominar mejor una de las manifestaciones mas tangibles de la globalización. La influencia de esta última se ha extendido lógicamente al universo de las industrias culturales, especialmente sensibles a

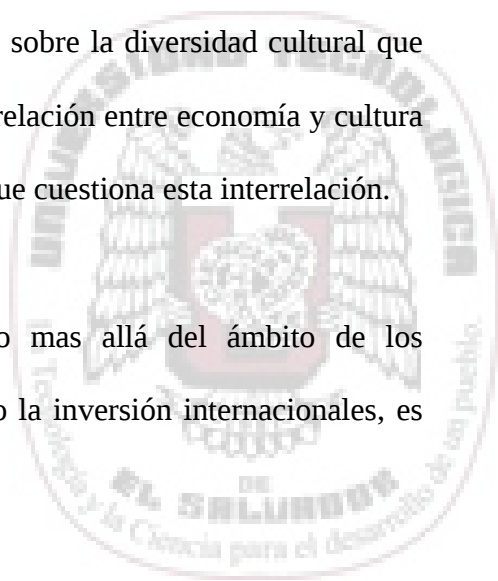


la convergencia de los soportes mediáticos y cuya dualidad cultural y económica es la señal distintiva, bien sea en el ámbito de la concentración empresarial o a través de la aparición de nuevos modelos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales.

Por otro lado, lo que la UNESCO ha descrito como el binomio “cultura / comercio” ha adquirido una nueva dimensión estratégica en un contexto de globalización debido a que los bienes y servicios culturales no sólo transmiten y construyen mensajes y valores que pueden reproducir o hacer evolucionar las identidades culturales y contribuir a la cohesión social, sino que también son factores de producción que obedecen a su propia lógica mercantil en la nueva economía.

Además, como ha demostrado la jurisprudencia reciente de la OMC, las industrias culturales no están eximidas de las reglas y obligaciones del sistema comercial multilateral, ni de su lógica de liberalización. Esta observación no hace mas que reforzar, si no la urgencia, al menos la oportunidad de una reflexión concertada sobre el alcance y el contenido de un instrumento internacional sobre la diversidad cultural que pueda operar de forma útil y eficaz en el punto de interrelación entre economía y cultura y reconciliar de forma mas adecuada los datos lógicas que cuestiona esta interrelación.

Aunque la noción de diversidad cultural va mucho mas allá del ámbito de los intercambios y de las reglas que regulan el comercio o la inversión internacionales, es



indudable que la mayoría de los desafíos planteados por la globalización – incluidos aquellos que surgen en materia de política cultural -, en buena parte, se derivan de los efectos, directos o inducidos, de la liberalización del comercio y de los regímenes de inversión. El comercio no puede ser considerado enemigo de las culturas ya que tiende a favorecer los intercambios y el crecimiento mutuos. Además, como en todos los sectores donde se produce, la competencia puede servir para estimular la creación. Sin embargo, es importante que las consideraciones de naturaleza económica y comercial, a las que todos los Estados deben ser sensibles, no perjudiquen el valor cultural de estos productos, ni que marginen las formas de expresión cultural procedentes de horizontes diversos.

La interrelación comercio –cultura

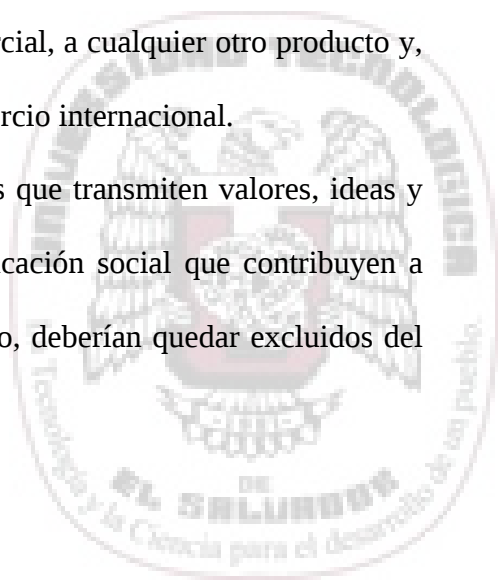
Uno de los problemas fundamentales que plantea la interrelación entre la economía y la cultura se refiere al tratamiento a asignar a los productos culturales en los acuerdos comerciales internacionales. Por ahora, el lugar asignado a estos últimos en los acuerdos existentes se caracteriza por una ambivalencia muy clara. Tratados en principio como cualquier otro producto, con bastante frecuencia, dependiendo de los contextos y materias, disfrutaban de cláusulas derogatorias o de reservas. No obstante, los productos culturales son objeto de un tratamiento especial en cierto número de acuerdos multilaterales vinculados a la OMC: el GATT de 1994 para el comercio de mercancías,

el AGCS para el comercio de servicios y el ADPIC para los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio. Asimismo, cierto número de acuerdos regionales, como la Unión Europea y el NAFTA, así como diversos acuerdos bilaterales, se han interesado por esta interrelación, buscando circunscribir el alcance de disciplinas comerciales en el sector, promover la producción cultural local o incluso favorecer diversas formas de cooperación en el ámbito cultural.

Así pues, el debate a este respecto está lejos de terminarse y, dadas las discrepancias bastante abundantes suscitadas en este ámbito desde el final de la ronda de Uruguay, ya ha vuelto a surgir con motivo de las negociaciones en curso sobre el Acuerdo General sobre el Comercio de los Servicios, lo que ha permitido a algunos países, en especial a Estados Unidos, reafirmar claramente sus ambiciones belicosas en materia de apertura de los mercados audiovisuales bajo la tutela de la OMC.

Dos visiones radicalmente opuestas sobre los productos culturales están implícitas este debate. Una de ellas considera los productos culturales como productos de entrenamiento similares, desde un punto de vista comercial, a cualquier otro producto y, por tanto, totalmente subordinados a las reglas del comercio internacional.

La otra considera los productos culturales como bienes que transmiten valores, ideas y conocimiento, es decir, como instrumentos de comunicación social que contribuyen a forjar la identidad cultural de una colectividad. Por ello, deberían quedar excluidos del



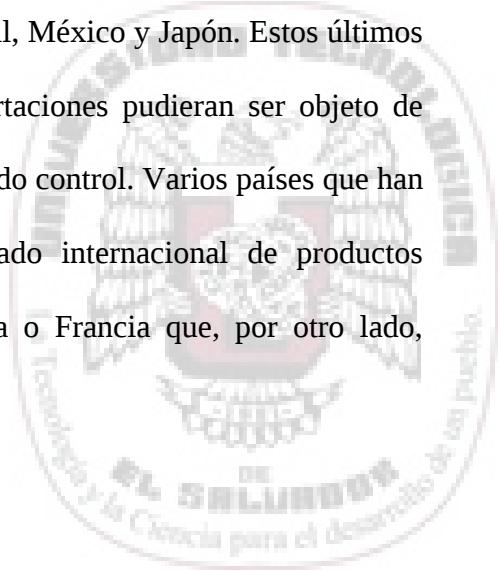
ámbito de los acuerdos comerciales internacionales. A decir verdad, ninguna de estas dos visiones es aceptable en su totalidad.

Los Productos Culturales Como Objetos Comerciales

Como objetos comerciales, los productos culturales difícilmente pueden quedar totalmente excluidos del alcance de los acuerdos comerciales internacionales. En efecto, desde el momento en que son explotados con el fin de obtener un beneficio comercial y que son objeto de intercambios en el plano internacional, hacen que entren en liza intereses diversos y, en ocasiones, opuestos que sólo pueden ser reconciliados dentro de un marco jurídico apropiado.

En especial, los principales países exportadores de productos culturales se opondrían a que estos últimos quedaran excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. A la cabeza de este grupo, encontramos en primer lugar a Estados Unidos,¹⁸ para quien el conjunto de bienes y servicios culturales supone un importante sector de exportación, así como otros países como Brasil, México y Japón. Estos últimos seguramente no verían con buenos ojos que su exportaciones pudieran ser objeto de reconsideración por motivos culturales y escapasen a todo control. Varios países que han desarrollado una presencia significativa en el mercado internacional de productos culturales – incluidas naciones como Canadá, España o Francia que, por otro lado,

¹⁸ <http://www.cultura.com.ec/>



luchan para que se reconozcan el carácter diferente de las industrias culturales en el comercio internacional – también podrían mostrarse inquietos ante un desarrollo de este tipo. Incluso a los países en vías de desarrollo, cuya producción cultural circula cada vez mas en el mundo, les interesaría que se mantuviese una gran apertura mercantil en el ámbito cultural.

Por otro lado, a los países cuyo mercado interno no puede sostener una producción cultural diversificada y que necesitan productos culturales extranjeros para responder a su demanda interna, también les beneficia que se les asegure el acceso sin discriminación a la producción cultural extranjera. Pero, este acceso no les sería garantizado si los productos culturales tuvieran que ser totalmente excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. Incluso un principio de no discriminación tan fundamental como el del tratamiento de nación mas favorecida no podría ser invocado en tales circunstancias.

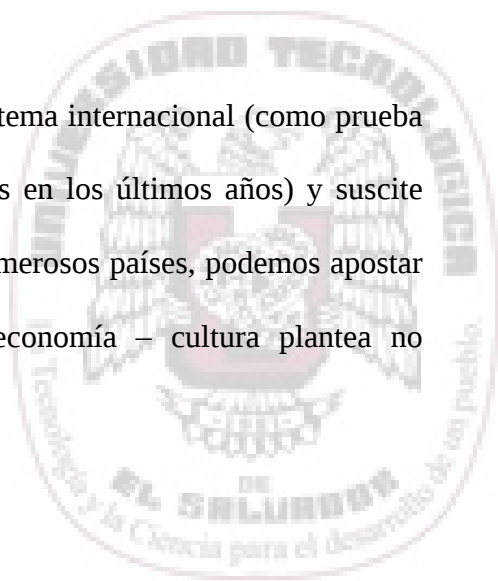
La cultura mantiene, por naturaleza, una relación ambigua con la economía, el comercio, la inversión, la competencia y sus modos y reglas de funcionamiento. Por un lado, la cultura como conjunto de actividades pertenece, a todas luces, al ámbito de la economía en el sentido de que todas las actividades calificadas como culturales – incluso las menos mercantiles y subvencionadas por los poderes públicos – pertenecen a la economía, conocen la articulación entre oferta y demanda. Pero, por otro lado, la cultura, en el sentido de la función social que desempeña o del fundamento de identidad que

permite, se sale del ámbito económico ya que no es en absoluto una de estas funciones económicas que reúne un conjunto de necesidades humanas a satisfacer, como la alimentación, la salud, el cuidado de la persona o los transportes.

Así pues, si realmente hablar de cultura implica no olvidar el punto de vista económico, a la inversa, no sería pertinente limitarse a un enfoque económico de la cultura sin tener en cuenta, simultáneamente, un punto de vista propiamente cultural. Esta elección de una “doble mirada”, de tomar en cuenta al mismo tiempo las dimensiones culturales y económicas se impondrá cada vez mas como una necesidad.

Tras la conferencia de Seattle, las perspectivas que surgen a favor de un instrumento especial que defina las reglas del comercio mundial de la cultura, dentro del respeto de sus especificidades y de la diversidad cultural, demuestran que uno de los grandes temas de los próximos años será la articulación cultura / comercio y, de forma mas amplia, la articulación cultura / economía con lo que esto supone de interrelación entre las políticas respectivas.

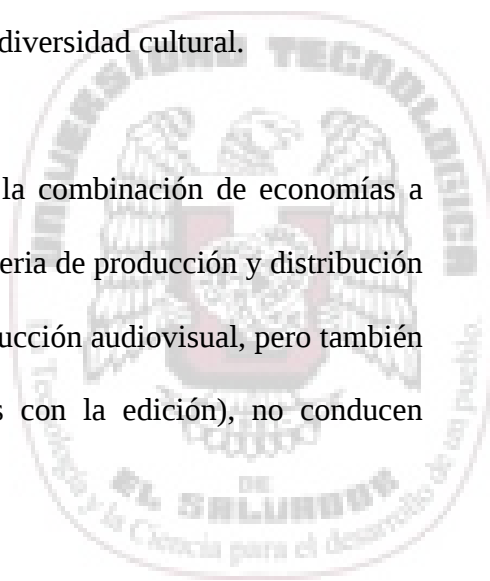
Aunque ejerza una presión cada vez mayor sobre el sistema internacional (como prueba el creciente número de litigios comerciales observados en los últimos años) y suscite verdaderas preocupaciones en la opinión pública de numerosos países, podemos apostar que la solución a los problemas que el binomio economía – cultura plantea no provendrán únicamente del sistema comercial.



Esta constatación descansa en tres consideraciones. En primer lugar, porque la cultura es ante todo un bien de identidad en la mayoría de las sociedades, un punto de anclaje que une sus diferentes componentes y alimenta el sentimiento de pertenencia a una comunidad de valores, costumbres e ideas. Como hacia observar recientemente el informe Lalumiere – Landau elaborado por cuenta del ministerio francés de Economía, Finanzas e Industria sobre los retos de la próxima ronda de negociaciones comerciales multilaterales, “esta necesidad de identidad, de solidaridad y, por tanto, de proximidad entre miembros de una misma comunidad cultural, se expresa hoy con tanta fuerza debido a que, en un contexto de globalización de los mercados, choca con una tendencia hacia la creciente homogeneización de los comportamientos, los hábitos de consumo y los estilos de vida. Una gestión armoniosa de las tensiones surgidas de este enfrentamiento es fundamental. Sin ella, las mejoras en eficacia y en bienestar que permite la creciente integración de las economías podrían verse amenazada”.

Otra razón por la cual la consideración de la interrelación entre el comercio y la cultura debe superar el ámbito por naturaleza restringido de la política comercial se debe al hecho de que, tal y como fue descrito con anterioridad, el juego normal de las fuerzas del mercado no conduce a un ideal social en materia de diversidad cultural.

En efecto, las deficiencias del mercado que ocasiona la combinación de economías a escala y de estructuras mercantiles de oligopolio en materia de producción y distribución de productos culturales (en especial, en materia de producción audiovisual, pero también en determinados segmentos de mercado relacionados con la edición), no conducen

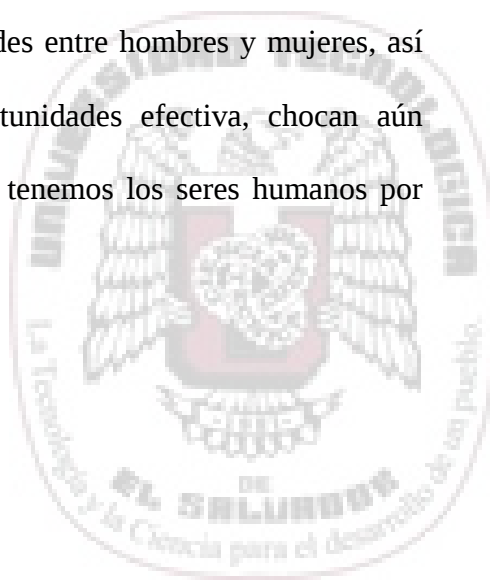


forzosamente al mantenimiento de la diversidad de las culturas y de las producciones culturales. Además, estas carencias justifican el recurso casi universal a medidas de apoyo a favor de la creación artística y de los creadores nacionales. Sería oportuno que el sistema comercial tomase nota de esta realidad y eliminase del ámbito sancionador basadas en los principios tradicionales de buscar la transparencia, no discriminar y minimizar los efectos de distorsión en el comercio y la inversión.

1.8.3 Los Patrones Culturales en la Identidad Salvadoreña

En nuestra sociedad se ha consolidado históricamente la desigualdad entre mujeres y hombres la transmisión de estereotipos y la asignación de papeles, valores y derechos a las personas, en su diferencia sexual. Esta desigual asignación ha identificado al género masculino con el de autonomía, la fortaleza, la racionalidad, la dominación y el trabajo productivo, y al feminismo dependencia, la debilidad, la irracionalidad – emocionalidad, la subordinación, el cuidado de la esposa.

El paso dado en la equiparación de derechos y libertades entre hombres y mujeres, así como las positivas a favor de la igualdad de oportunidades efectiva, chocan aún frontalmente con los prejuicios y los estereotipos que tenemos los seres humanos por razón de nuestra herencia.

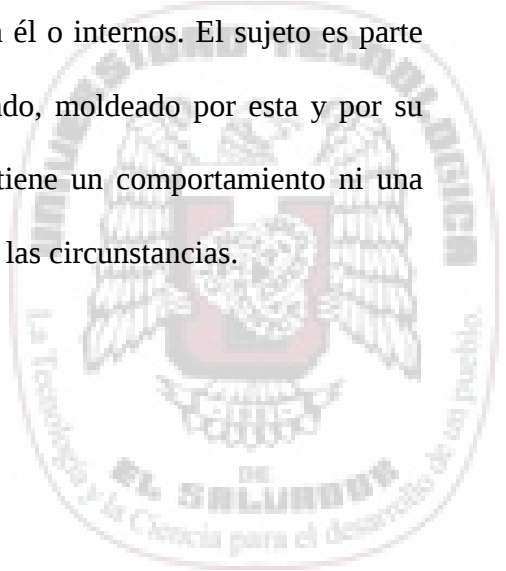


Sólo la educación dirigida a la formación integral de la persona y al desarrollo de todas las cosas humanas, sin distinción por razón de sexo, junto a un compromiso firme de eliminar los estereotipos todas las actividades humanas, irá abriendo camino para la equipotencia y la equivalencia de ámbito más allá de la simple igualdad jurídica.

El lenguaje, como proyección de la organización y los valores de la sociedad de la que es parte estereotipos de género que se han construido culturalmente sobre la base de la diferencia son también estructura pensamiento e identidad en las personas con arreglo a estos estereotipos.

Concepto de identidad ha cambiado al cabo de los siglos, así como la forma en que las ciencias ven el sujeto portador de la misma. El sentido tradicional de identidad presupone unidad, homogeneidad interna, y, en algunos casos, la existencia de un “yo” igual y estable al cabo de los años.

Para la óptica post moderna, el sujeto posee múltiples identidades que coexisten y se manifiestan en función de factores diversos, externos a él o internos. El sujeto es parte integrante de una sociedad, en gran medida determinado, moldeado por esta y por su historia y, además, por su inconsciente. Por ello, no tiene un comportamiento ni una postura siempre iguales a lo largo de su vida ni en todas las circunstancias.



“La identidad es transformada continuamente de acuerdo a las maneras en que somos representados y tratados en los sistemas culturales que nos rodean”.¹⁹ Al mismo tiempo, se considera que toda formación de identidad implica el reconocimiento de la diferencia y se realiza por oposición a ella.

Las instituciones que tienen la responsabilidad de transmitir la historia de una determinada sociedad, tienen, por lo tanto, una gran importancia en la formación de la identidad del individuo, o sea, decirle de donde viene, mostrarle sus raíces, sus iguales y sus desiguales. Esto servirá para que el individuo no sólo sepa quien es, sino para que, sabiéndolo, se instrumentalise para construir su futuro.

1.9 La Producción de Patrones Culturales por los Medios de Comunicación Social.

Los medios de comunicación tienen gran impacto en la sociedad, y acondicionan el comportamiento humano a través de la reproducción de patrones culturales.

Los patrones culturales son reproducidos por las instituciones sociales, entre ellas los medios de comunicación juegan un papel importante.

¹⁹ Marlín, Berestain, Carlos, salud mental: La Comunidad como apoyo, primera edición diciembre 1992
Pág. 20



Patrones equivocados como la dominación del varón, constituye un valor social positivo, expresión de virilidad y fuerza, fuente de prestigio y reconocimiento, porque así han sido transmitido por estos medios.

Otro patrón erróneo que se trasmite en la violencia social (la cual llega ser violencia individual entre los hombres a través de un mecanismo sociológico de aprendizaje por imitación), y abarca.

- ❖ Hábitos de crianza
- ❖ Patrones educativos equivocados
- ❖ En el plano psicológico
- ❖ Frustración
- ❖ Baja autoestima personal.
- ❖ Demostración de poder, control y fuerza
- ❖ Reacciones de orgullo (la hostilidad misma, los insultos, el sarcasmo, pueden ser causa de respuestas agresivas).





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 formula 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

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

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

$$n = 3.8416$$

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

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.

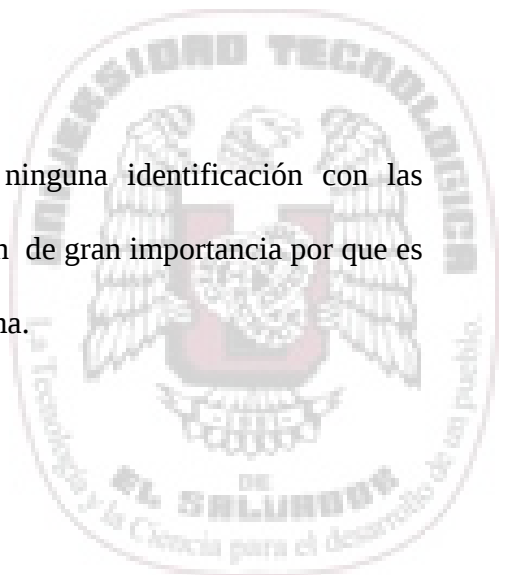


Análisis Global

Según el estudio realizado, se observó que un considerable numero 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 esta 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 raiting 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.

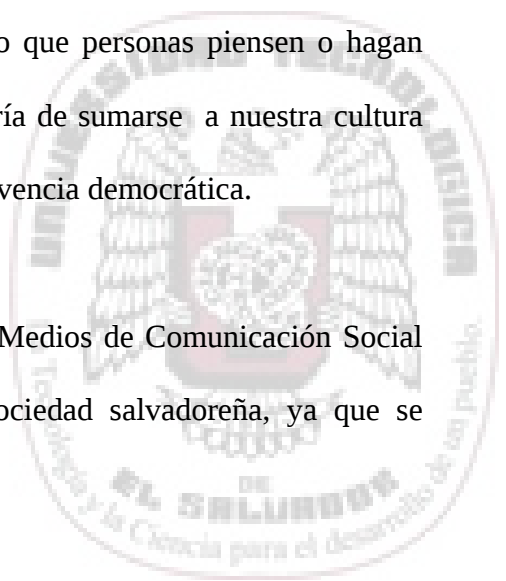


Existe dos opiniones diferentes, pero complementaria con relación a que los Medios de Comunicación Social promueven la perdida de valores, una es que ellos promueven culturas ajenas a las nuestras, costumbres que poco a poco están entrando en nuestro diario vivir; la otra parte expresa que los Medios 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

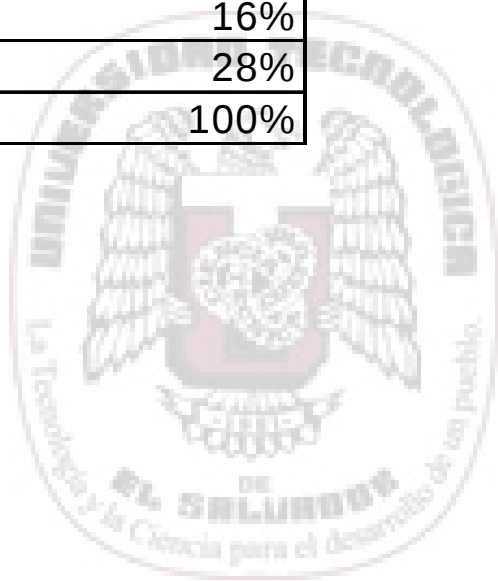
Sexo

<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%



Pregunta No. 3

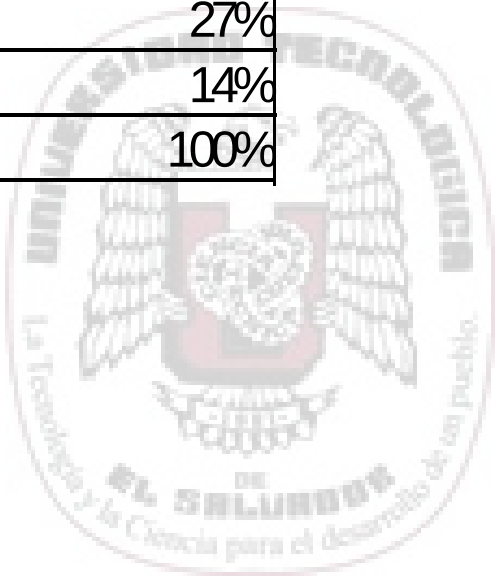
¿ Cual es su estado civil?

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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?

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



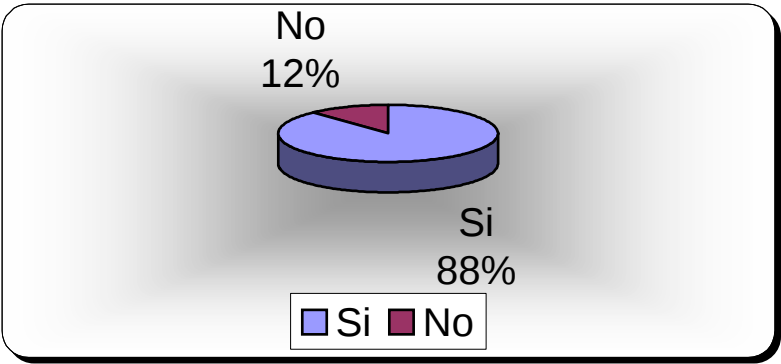
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 5

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

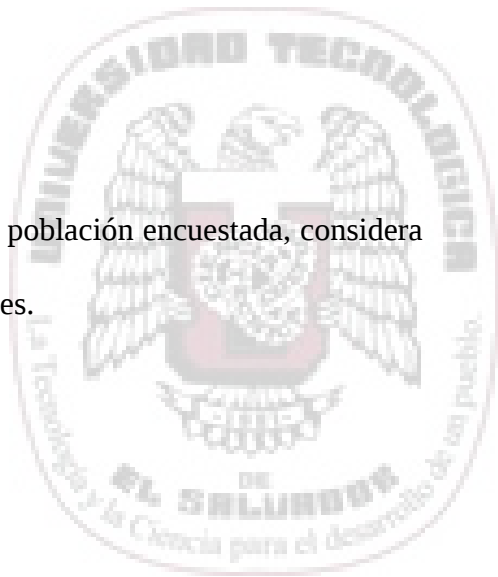
Objetivo: Establecer si existe un nivel de conciencia sobre la perdida de tradiciones culturales

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.

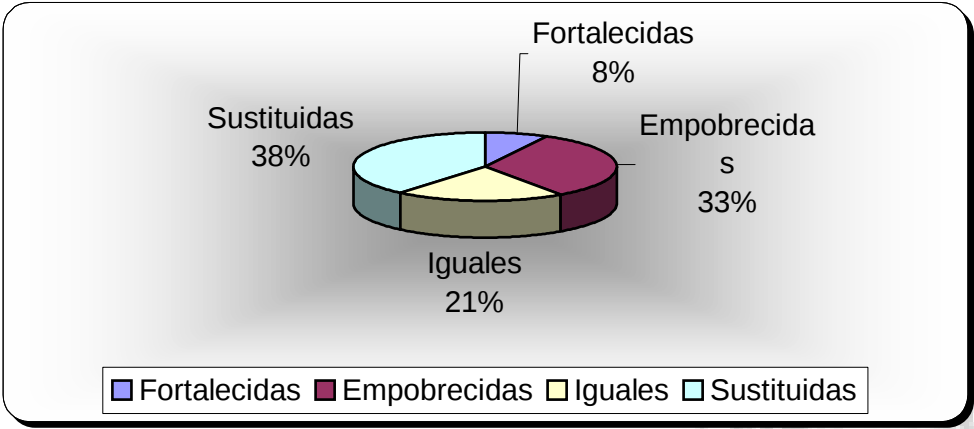


Pregunta No. 6

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

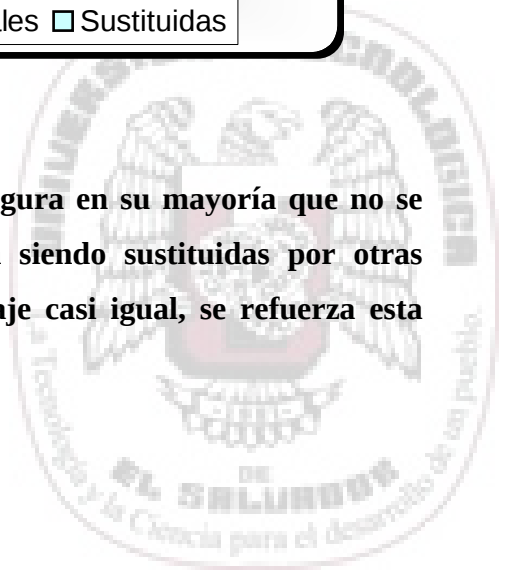
Objetivo: Conocer el arraigo de las raíces culturales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fortalecidas	30	8%
Empobrecidas	125	33%
Iguales	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.



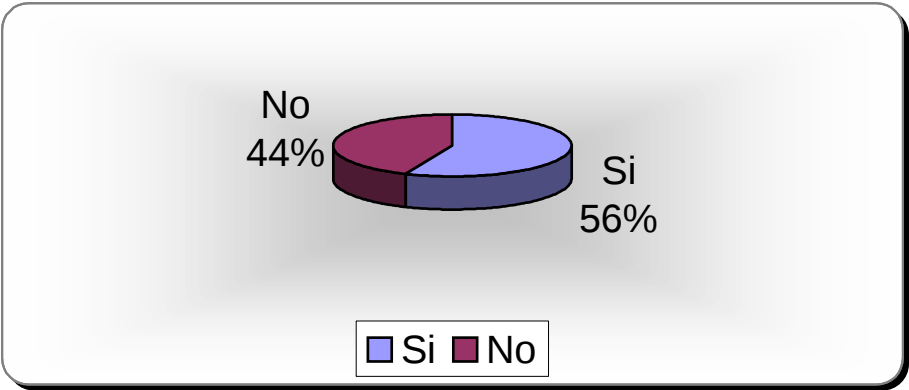
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 7

¿Tiene conocimiento sobre las costumbres de nuestros antepasados?

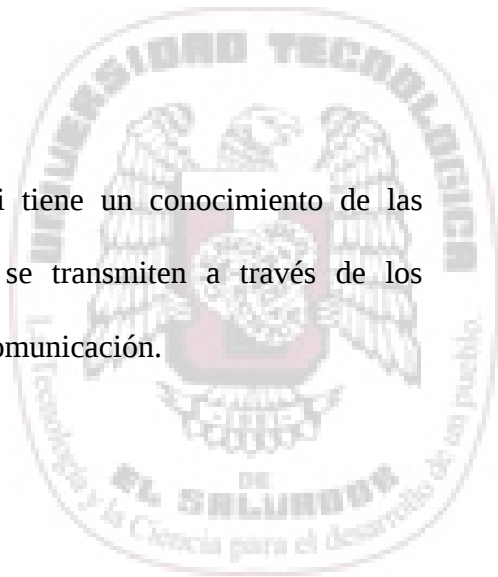
Objetivo : Detectar el nivel de conocimiento de las tradiciones de nuestros antepasados

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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.



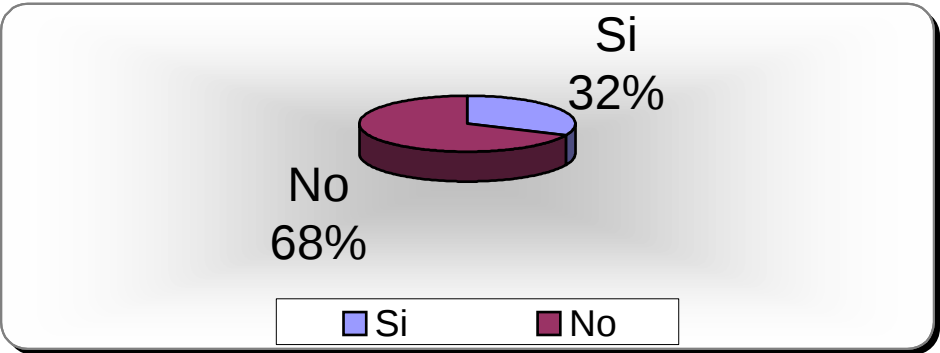
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 8

¿ Valora usted las tradiciones y costumbres populares?

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

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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



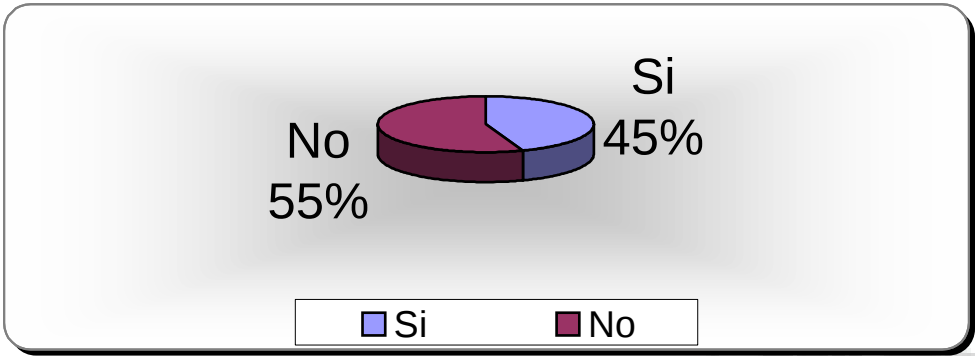
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XX
I

Pregunta No. 9

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

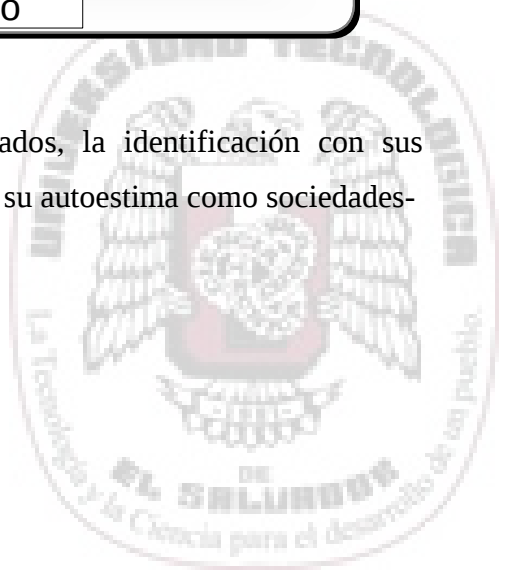
Objetivo: Determinar la autoestima de los salvadoreños con relación a la cultura.

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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-



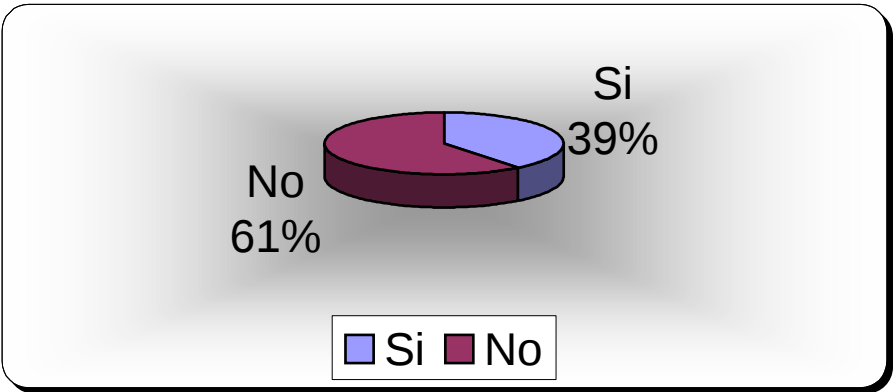
Medios de Comunicación Social y Patrones Culturales, la Problemática de la Identidad Nacional en el Siglo XXI

Pregunta No. 10

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

Objetivo: Identificar la opinión publica 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 perdida de valores

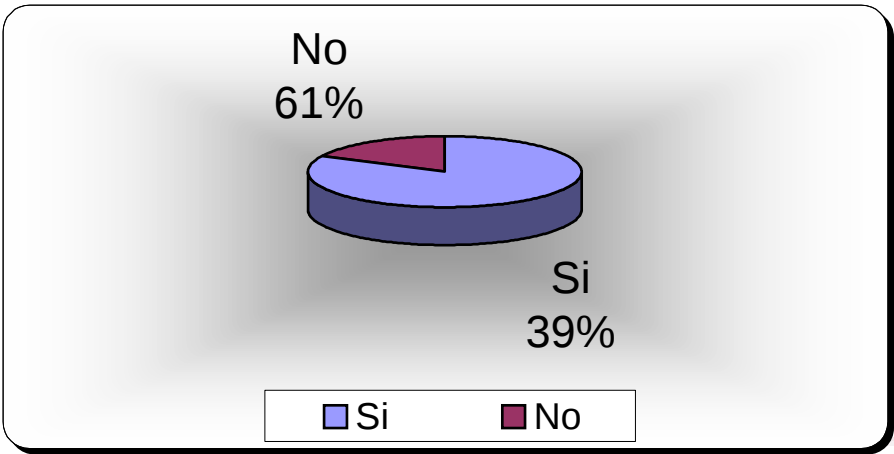


Pregunta No. 11

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

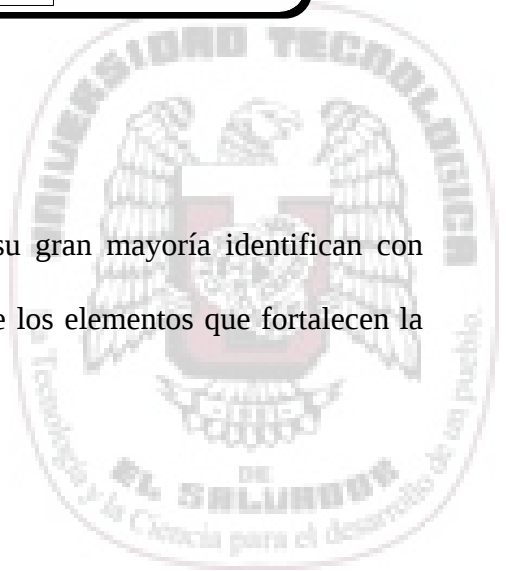
Objetivo: Conocer si las personas identifican algunos hábitos alimenticios como parte de la Identidad Nacional.

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

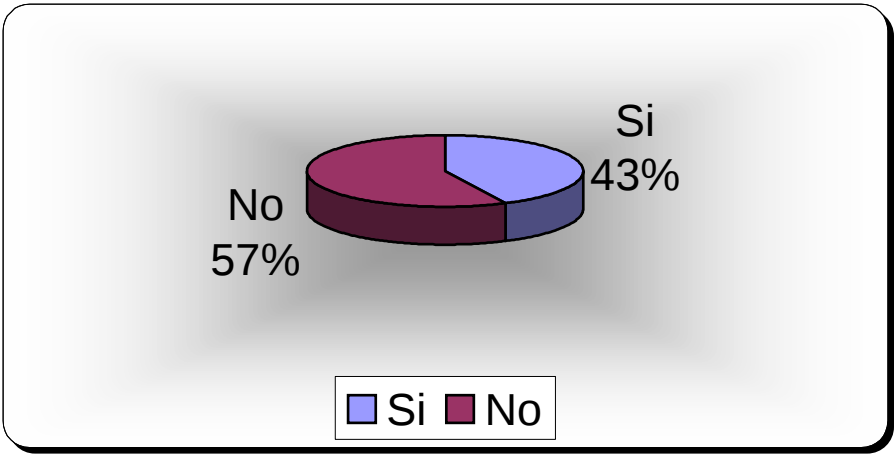


Pregunta No. 12

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

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

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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.

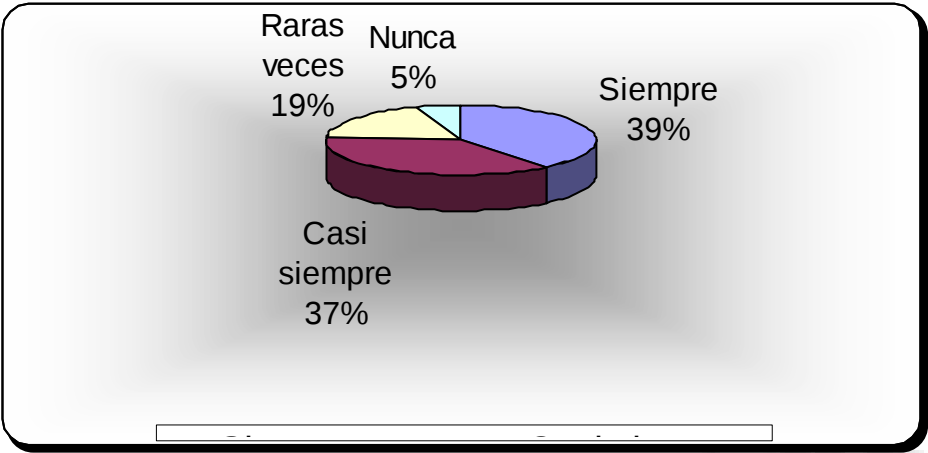


Pregunta No. 13

¿Es usted una persona puntual en sus actividades?

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

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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.

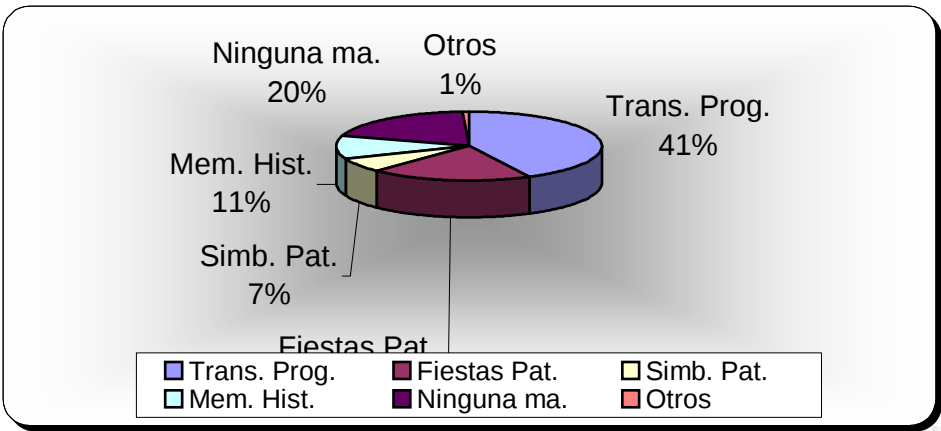


Pregunta No. 14

¿ 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.

<i>A l t e r n a t i v a</i>	<i>F r e c u e n c i a</i>	<i>P o r c e n t a j e</i>
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.

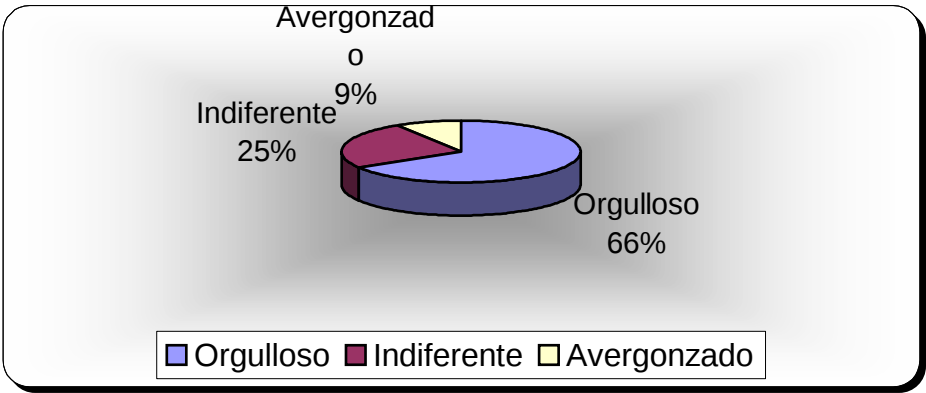


Pregunta No. 15

Con relación al ser salvadoreño, usted se siente:

Objetivo : Valorar como la identidad es asumida por la población

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Orgullosos	255	66%
Indiferente	95	25%
Avergonzado	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

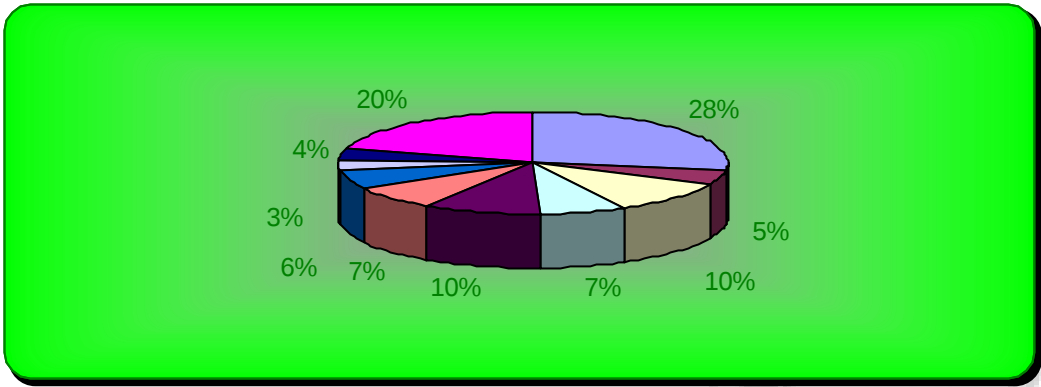
Pregunta No.16

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

4

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

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
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 catolisismo 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.

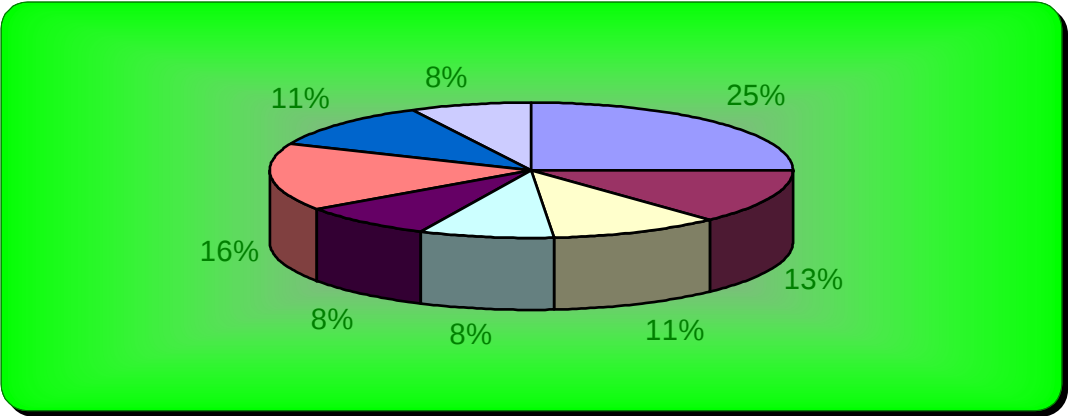


Pregunta No.17

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





CAPITULO III

CLAVES DE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL SIGLO XXI.

- PROPUESTA PARA TELEVISIÓN -

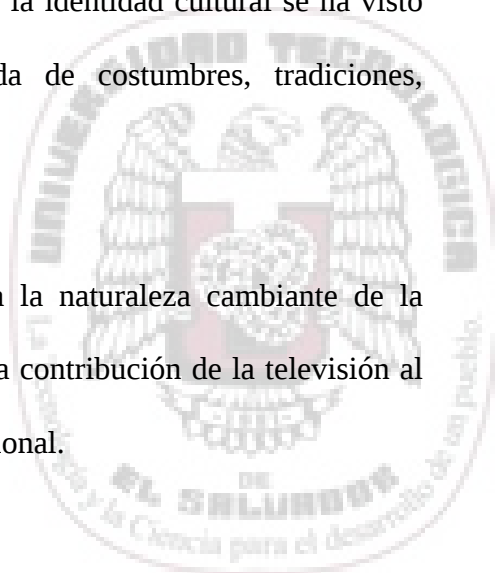
3.1 Generalidades

Con el objeto de dar una contribución a los procesos de formación y fortalecimiento de la identidad cultural salvadoreña, se ha realizado este estudio sobre la identidad, su problemática en el siglo XXI y la transmisión de los patrones culturales por los medios de comunicación , en específico, la televisión.

Los medios de comunicación son parte de la cultura y generan cultura. No siempre contribuyen a fortalecer la identidad, muchas veces son sólo canales para transmitir patrones culturales extranjeros, antivalores como la violencia, y en general, una actitud que superpone lo extranjero sobre lo nacional.

Por múltiples causas históricas, económicas y sociales, la identidad cultural se ha visto afectada; esto es percibido a simple vista: pérdida de costumbres, tradiciones, desmemoria histórica, etc.

Sin embargo, y por esta misma realidad, que refleja la naturaleza cambiante de la cultura, es posible replantearse un giro estratégico en la contribución de la televisión al desarrollo cultural y fortalecimiento de la identidad nacional.



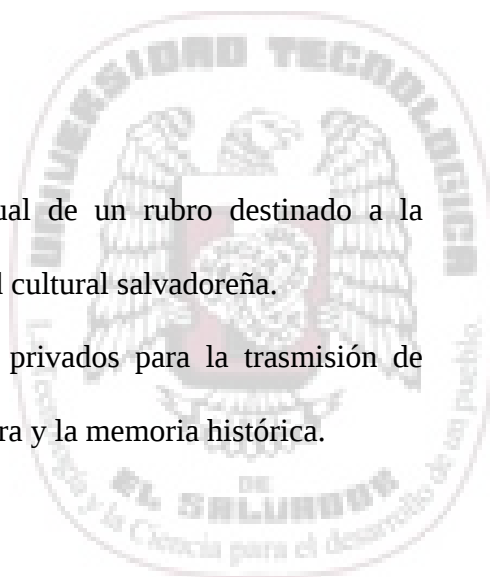
3.2 Objetivos

1. Contribuir a que la televisión desarrolle su programación , tomando en cuenta las particularidades culturales del país, fortaleciendo los valores y elementos positivos.
2. Fortalecer desde la programación televisiva, los patrones culturales que replantean la identidad salvadoreña frente a los retos del siglo XXI
3. Ofrecer a los medios de comunicación, concretamente la televisión una propuesta para reflexionar sobre su compromiso con la cultura y a la realidad nacional.

3.3 Desarrollo de la propuesta

3.3.1 Políticas

- **Financieras**
 - Establecimiento en el presupuesto anual de un rubro destinado a la difusión y fortalecimiento de la identidad cultural salvadoreña.
 - Gestión con patrocinadores públicos y privados para la trasmisión de programas dirigidas a enriquecer la cultura y la memoria histórica.



- **De Programación**

- Abrir la interacción telefónica y virtual con el público televidente sobre diferentes tópicos relativos a la programación.
- Introducción de un mínimo del 10% en programas dirigidos al fortalecimiento de valores e identidad nacional.
- Desarrollar una programación que despierte la reflexión , el conocimiento el gusto y aprecio por lo nacional

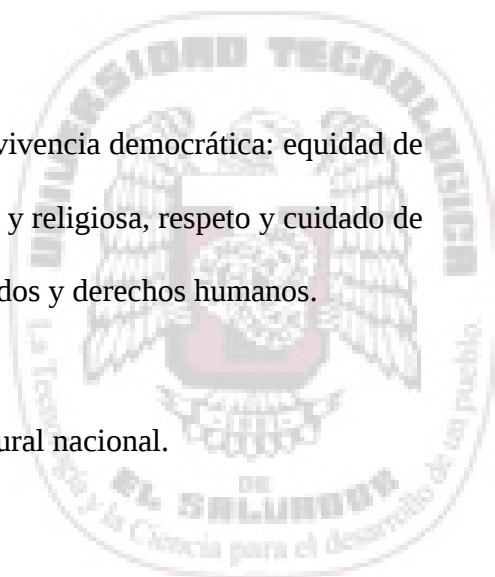
- **De producción**

- Destinar recursos financieros en la preparación del recurso humano técnico y profesional para desarrollar una producción nacional televisiva de calidad.
- Desarrollar estrategias de formación de públicos para la programación nacional.



3.3.2 Ejes transversales

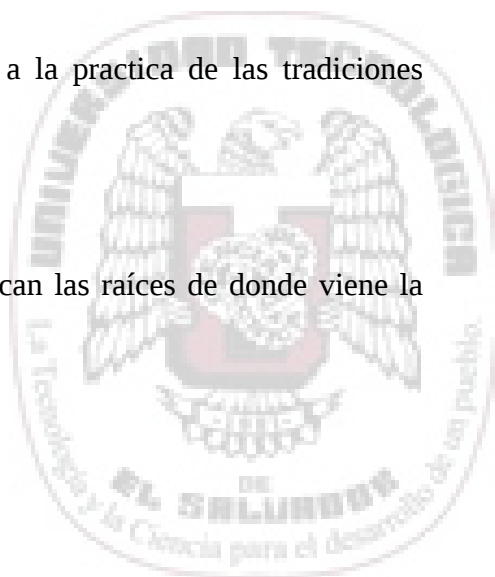
- Fomento de tradiciones culturales salvadoreñas, gastronomía, fiestas patronales, deportes, juegos, tradición oral , transmisión de valores humanos y democráticos universales.
- Difusión de las manifestaciones artísticas y folklóricas salvadoreñas.
- Fomento de la lectura y la investigación.
- Investigación y transmisión del lenguaje y la cultura náhuatl.
- Difusión del conocimiento sobre el patrimonio arquitectónico, natural e histórico; valoración y conservación de los mismos.
- Difusión del conocimiento sobre personajes sobresalientes en las artes, la cultura, la religión, la historia salvadoreña, etc.
- Incorporación de los nuevos valores para la convivencia democrática: equidad de género, conciencia ecológica, pluralidad política y religiosa, respeto y cuidado de la niñez, la tercera edad y los grupos discapacitados y derechos humanos.
- Apoyo a la creación y producción artística - cultural nacional.



- Fortalecimiento de la autoestima nacional e individual.
- Difusión y conocimiento de la Carta Magna salvadoreña.

3.3.3 Ventajas del Modelo

- Es una guía metodológica sencilla, de lo que se puede hacer en televisión para promover los patrones culturales y la identidad nacional.
- Promueve la difusión de lo que son las costumbres culturales y su identidad nacional.
- Brinda lineamientos básicos para la aplicación de forma que contribuya a fortalecer la identidad nacional.
- Promueve el que mas personas se incorporen a la practica de las tradiciones culturales.
- Investiga en la historia para que así se fortalezcan las raíces de donde viene la identidad nacional.



4. Obstáculos

- Leyes que no favorecen ni protegen la producción de televisión y cultura nacional.
- Prejuicios de los empresarios.
- Prejuicios del público televidente
- Ausencia de instituciones que provean formación académica y técnica para la producción nacional
- Cultura de “ la copia “ que no favorece la originalidad.

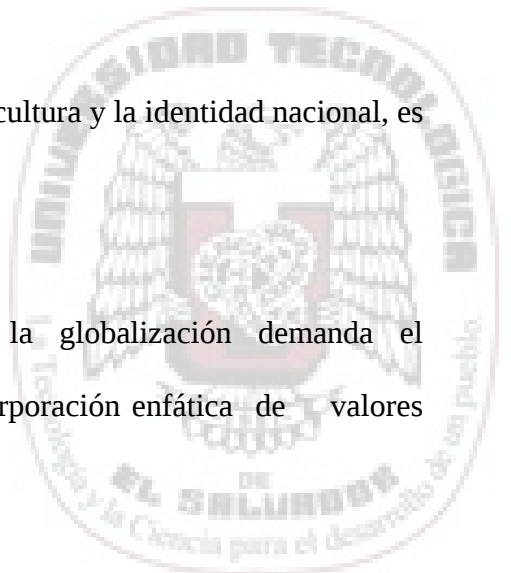


5. Patron de Ejecución

GENERO	SUGERENCIAS
	. Transmisión de Spot que conceptualicen y reflexionen sobre temas tratados.
NOVELAS	. Realización de foros de discusión en torno a las novelas.
	. Exposición didáctica de los capítulos
NOTICIEROS GENERAR Y/O CUBRIR NOTICIAS CULTURALES	. Incluir reportajes sobre el lugar, costumbres y el testimonio personal en noticias relevantes
	. Dar cobertura y relevancia a la noticia cultural
PELÍCULAS	. Realizar ciclos de producción cinematográfica Salv.
	. Realizar sondeos sobre conocimientos de artistas y cultura cinematografica
DEPORTES	. Narrar historias de lugares donde se encuentra el estadio, quienes fueron los primeros habitantes del lugar, número de habitantes en la actualidad.
	. Incluir reportajes sobre opiniones de aficionados
DIBUJOS ANIMADOS	. Insentivar a los niños a conocer los lugares donde fueron asentamientos indígenas.
	. Mostrar dibujos que llamen la atención de los niños y que dejen un mensaje positivo.
	. Encuestar la opinión infantil sobre la violencia
PROGRAMA NACIONAL DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR	. Concurso del mejor traje típico del Salvador
	. Fiestas patronales
	. Estudio del náhuatl
	. Mostrar objetos indígenas, herramientas, oro alfarería.
TELE REVISTA	. Historia Salvadoreña
	. Biografía de personajes indígenas
	. Su estilo de vida, organización política indígena.
CAPSULAS CULTURALES	. Con una duración de 5 minutos que lleven un mensaje de la identidad y patrones culturales.
PROGRAMAS DE ENTREVISTA	. Hacer debates entre personas conocedoras del tema y que brinden alternativas de cómo fortalecer la identidad nacional
	. Entrevistas a artistas nacionales.

CONCLUSIONES

1. La sociedad salvadoreña posee una identidad cultural difusa y poco sustentada debido al desconocimiento de su propia historia y cultura, la desvalorización de sus raíces y la transculturización a través de los medios de comunicación social y otros canales así como el ritmo de vida que impone la sociedad actual.
2. La desvalorización cultural se entrelaza a los factores de baja autoestima y complejo de la identidad que por razones de violencia económica, política y educativas se han incrustado en el subconciente de la sociedad salvadoreña.
3. Instituciones gubernamentales y privadas realizan esfuerzos importantes para la dinamización cultural; Canales de televisión como el 10 y en alguna medida el 12 y el 33 también contribuyen a cimentar la cultura nacional.
4. Si ha sido posible un proceso de deterioro de la cultura y la identidad nacional, es posible un proceso inverso de reconstrucción.
5. El reto del siglo XXI, determinado por la globalización demanda el fortalecimiento de la cultura nacional y la incorporación enfática de valores



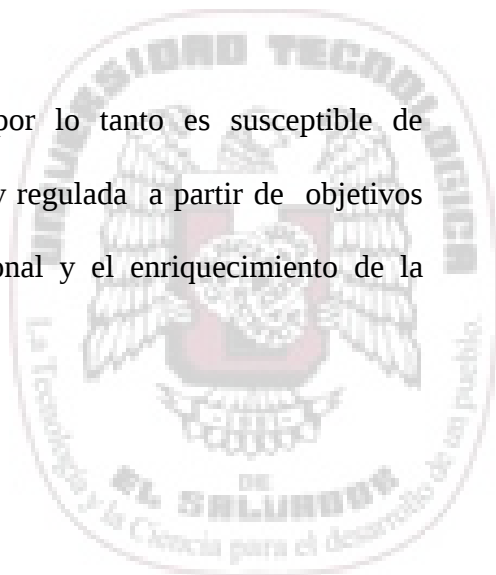
que garanticen una convivencia humana armónica, como: respeto al medioambiente, respeto a la diferencia, equidad de género, participación de la sociedad civil y solidaridad.

6. La cultura nacional se enriquece también con el conocimiento universal.



RECOMENDACIONES

- La problemática de la identidad y la cultura nacional, no se puede solucionar aisladamente, toda solución debe ser parte de un plan nacional que involucre al gobierno, empresa privada, instituciones educativas y a los medios de comunicación.
- La Televisión como los otros medios de comunicación, juega un papel muy importante en la transmisión de valores y patrones culturales por lo tanto, debe administrar y regula más concientemente la transmisión de valores, patrones y tradiciones dirigidas a dinamizar la cultura y la identidad nacional.
- Por el grado de credibilidad y formación de criterios que desempeña la televisión, debería minimizar los programas que estimulan la violencia, los antivalores y la transculturización.
- Todo género televisivo transmite cultura, por lo tanto es susceptible de desarrollar una proyección cultural consciente y regulada a partir de objetivos como el fortalecimiento de la identidad nacional y el enriquecimiento de la cultura.



- La interacción entre culturas puede orientarse positivamente, es decir, no fomentando una copia y asimilación mecánica de patrones y costumbres extranjeras, sino, estimulando el conocimiento reflexivo y respetuoso de la historia y cultura de otros pueblos, el estudio de las culturas ancestrales y la incorporación de principios, que por su naturaleza, son universales.



BIBLIOGRAFIA

Brunner, José Joaquín, América Latina. Cultura y Modernidad. Grijalbo, México, D. F. 1992. Pags. 430

Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación. Editorial Mc. Graw Hill, Interamericana, México D.F. 1991 Pags. 505.

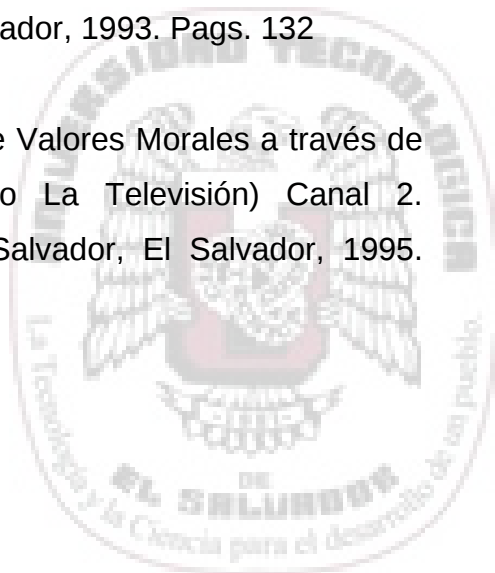
Magaña, Alvaro. Neoliberalismo, Globalizador. Editorial Talleres de Tecnoimpresos, San Salvador, El Salvador, 2002 – 08- 10. Pags. 80

Velázquez, José Humberto. La Cultura del Diablo. Editorial Universal de El Salvador, San Salvador, El Salvador, 1986. Pags. 96

Artiga Pineda, Herbert Orestes. Tesis “ Los Formatos Periodísticos de Televisión un instrumento del comunicador social especializado, para la orientación de la opinión pública salvadoreña”. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, El Salvador, 1994. Pags. 156

Benítez Díaz, Susy Marlene: Tesis “Estudios de los Programas, Políticas de la Televisión Salvadoreña y su Influencia en la Opinión Pública”. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, El Salvador, 1993. Pags. 132

Flores Ramos, Rosmery: Tesis “La Promoción de Valores Morales a través de los Medios de Comunicación (caso específico La Televisión) Canal 2. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, El Salvador, 1995. Pags. 100



López Martínez, Yesenia: Tesis “Los Medios de Comunicación (caso específico la televisión) utilizados como instrumentos ideológicos en El Salvador”. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, El Salvador, 1995. Pags. 128



ENTREVISTA

Objetivo: Indagar sobre Medios de Comunicación Social y patrones culturales en las programaciones de la televisión de TCS y canal 12.

1. ¿ Cree que los Medios de Comunicación están contribuyendo a fortalecer la Identidad Nacional Salvadoreña?
2. ¿ Por qué en la programación n se incluyen microprogramas, para promover los patrones culturales?
3. ¿ Cree que perderían reating al pasar programas culturales?
4. ¿ Que políticas tiene este canal para incluir o no programas culturales?
5. ¿ Cree que benefician a la niñez al transmitir programaciones que muestran otras culturas diferentes a la nuestra
6. ¿ Qué intereses impiden no promover la Identidad Nacional?
7. ¿Cuál es el objetivo del canal transmitir programas extranjeros?
8. ¿ Qué lineamientos culturales se tienen para organizar la programación?
9. ¿ Cómo se podría promover la Identidad Nacional desde los >Medios de Comunicación Social?



Entrevista del Lic. Israel Escobar Noyola

Catedrático de la UTEC (CINE)

Cree que los Medios de comunicación están contribuyendo a fortalecer la Identidad nacional salvadoreña?

No están fortaleciendo la identidad salvadoreña, lo que se hace es algún trabajo mínimo.

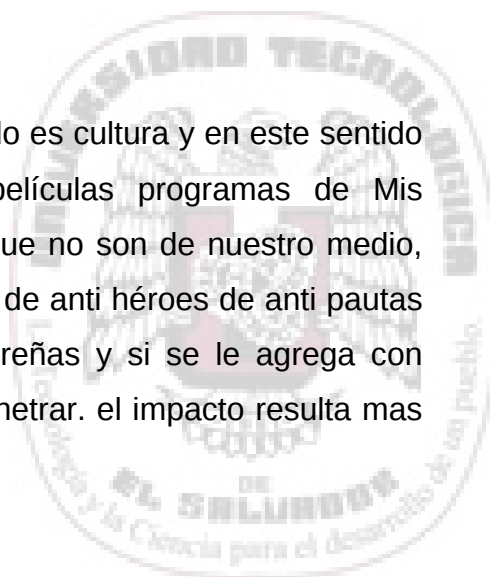
No están fortaleciendo la identidad salvadoreña, lo que se hace es algún trabajo mínimo.

De la sociedad latinoamericana, si nos referimos a la televisión es mas solo los programas privados dan unas cápsulas o solo son productos elaborados fuera del país, que con el tipo de programa no se hace mayor cosa.

¿Se beneficia a la niñez salvadoreña y a la juventud a transmitir programas que muestran otras culturales diferentes a la salvadoreña?

Depende de la cultura a la que se refiera, por que hay algunas trasmiten al estilo de dicoverly chanell, si nos referimos a ese tipo de programas entonces es cultura,

Que tipo de programa a que se refiere por que todo es cultura y en este sentido serian todos los programas desde novelas, películas programas de Mis Universo, si tomamos a ellos nos dan patrones que no son de nuestro medio, muchos de ellos nos muestran culturas y la figura de anti héroes de anti pautas en lugar de pautas que rigen la cultura salvadoreñas y si se le agrega con lamente del niño es mas muniadible y fácil de penetrar. el impacto resulta mas

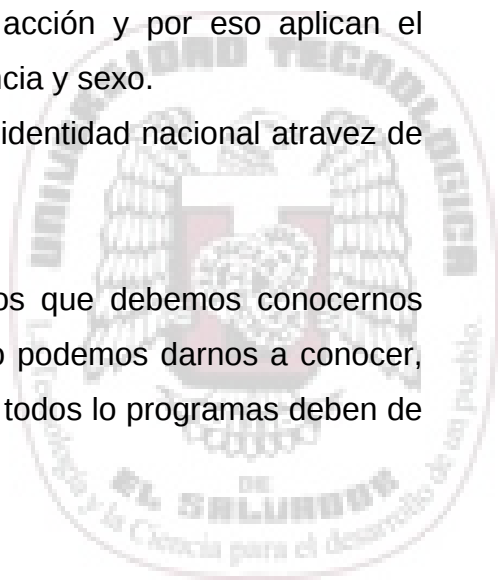


negativo y ese impacto queda para toda la vida por que no se habla de un programa sino de una serie de programas que el niño ve a cualquier hora del día, se supone que los padres juegan un papel importante para que los niños puedan seleccionar su programas de televisión, pero en la practica no sucede así hay algunos padres que si se preocupan por los programas que ellos ven y les sugieren que vean Cartón Network y esos muñequitos están cargados de tanta violencia sicológica y de patrones culturales que promueven y siempre hacen daño, entonces el niño esta preso de ese gran problema y no se hacho gran cosa para poderlo corregir.

Todos los programas que hay en nuestro medio, transmiten dos aspectos que no pueden desligarse es por que están presente siempre por ser parte de la vida y esto es la violencia y sexo, los grados en que se trasmiten la violencia y el sexo varia desde el menos negativo a mas negativo y esta violencia puede ser de tres tipos característicos: física, sicológica y verbal, en cuanto al sexo este como es el amor expresión de abrazo, beso y puede llegar hasta una imagen desnuda lo cual se clasifica como pornografía, siempre están estos dos ingredientes y como no existe un código que regule lo que sea mas adecuado o menos dañino para que sea visto por niños o adolescente se vuelve mas problemático en ninguna película existe que no tengan esos 2 aspectos le y aún se le puede agregar otro y que se a puesto de moda y se clasifica como un genero sino parte de la naturaleza humana la acción y por eso aplican el dinamismo cargado de esos ingredientes de violencia y sexo.

¿Considera usted que es importante promover la identidad nacional atravez de la televisión?

Claro que si, es tan importante ya que hablamos que debemos conocernos ante el mundo sino tenemos identidad nacional no podemos darnos a conocer, pero resulta complejo el fenómeno o decimos que todos lo programas deben de



estar fortaleciendo la identidad nacional caeríamos en un error no podremos decir que transmita programas de religión todo un día por que aburriría, es necesario programar diferentes contenidos que afiancen y lancen la imagen de lo que es el territorio se promueve un desarrollo a nivel local internacional es necesario u se debe dar y para eso deberá de interferir instituciones del gobierno que es la que mas deberá de preocuparse para promover la identidad nacional que nos identifica ante el mundo, fuera de que nos identifico hace miles de cientos de años lo que era ser del territorio de los pipiles que era el salvador de la actualidad fuera de que se hablo ante el mundo del añil que nos vino a dar identidad nacional en Europa o le teñimos de color azul la tela que producían en Europa y luego logro una identidad con la producción del café que hay ahora que no produzca y que digan que en el Salvador lo que único que se puede decir son la pupusas y algún tipo de artesanía que es la Palma, pero se llega dos productos de exportación, eso es en el campo cultural la música el arte, las letras no tenemos mayor cosa que seria necesario una mejor programación implica también una coordinación a nivel nacional para lograr una idea que debiera de darse

¿Como podría promover la Identidad Nacional desde los medios de comunicación.?

Tal vez tendría que haber una toma de decisión de los canales de Tv. en los cuales los productores de los diferentes programas tengan el interés de formar la identidad nacional tomar la cultura como un vehículo que pueda venderse y esto es parte posible si se tuviera esa visión a toda la gente le gusta un hecho cultural que desconozca para ser conocido cuando vemos algunas imágenes que suceden en otros países donde se ven tradiciones y que están presentando una manera viva y convincente y en los medios de comunicación de ese programa se puede lanzar una publicidad de producción comercial que

patrocinan el programa y así poder respaldar estos programas y despertar el interés público del televidente.

Como no es fácil un cambio tendrían que intervenir otras instancias en este caso sería instancias oficiales o instituciones privadas, tenemos que irnos a la gubernamentales como el Ministerio de Educación a través de concultura que le compete bastante líneas que organizar todo este tipo de cosas u debería de asumir esta institución como un vehículo que usamos estos medios de comunicación sobre aspectos culturales que reduce y que un medio determinado fuera para presentarlos al público u se necesita el apoyo de las leyes y todas las instituciones del salvador por que desde una sola persona no se puede hacer, tienen que estar integrados e intervenir tanto las instituciones publicas como privadas



Entrevista del Lic. Guillermo Cuellar

Director de Coro de la UTEC

¿ Cree que los Medios de Comunicación Social están contribuyendo a fortalecer la Identidad Nacional?

Los medios de comunicación, es un término bastante amplio.

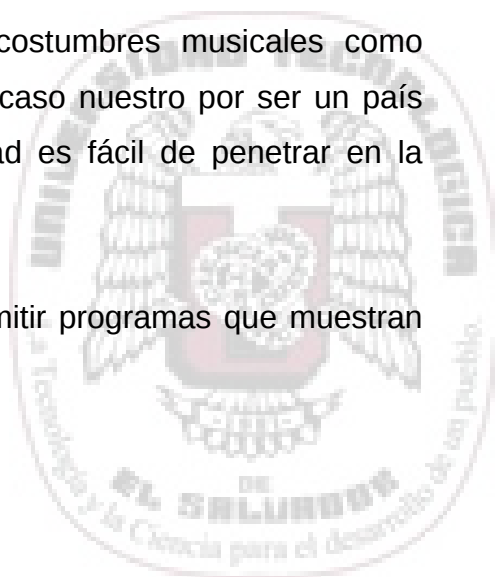
A nivel de televisión, se puede identificar algunos esfuerzos muy limitados de algunos canales, pero la mayor parte del tiempo de programas nacional son de tipo extranjera que muestran una realidad distinta a nuestro país y a la vez transmiten una serie de valores que no están acordes con la realidad nacional.

Desde el punto de vista musical ¿ puede ayudar la música a mejorar nuestra cultura?

Si puede ayudar, la musita, el arte ayuda a forjar una identidad en un pueblo, en el caso nuestro a partir de la música esta contribuyendo en gran medida a forjar un identidad, no tan salvadoreña en general, existen esfuerzos de algunas agrupaciones o personas solas, pero enfrentan una mentalidad que esta bastante arraigada de otros gustos musicales.

Existes países que son muy fuertes en sus costumbres musicales como ejemplo: México, Brasil, Nicaragua Cuba. En el caso nuestro por ser un país bastante débil a nivel cultural cualquier novedad es fácil de penetrar en la población.

¿Se beneficia a la niñez y a la juventud al transmitir programas que muestran otras cultural diferentes a la salvadora?



Si, siempre y cuando el niño(a) tengan una orientación adecuada de parte de sus padres . En la actualidad estamos más conectados a otros mundos, así los niños tiene un mundo mas amplio.

Hace cincuenta años nuestros padres tenían una visión estrecha, no existían canales extranjeros que inculcaban costumbres diferentes a la nuestra.

¿Como podría promover la Identidad Nacional por medio de los Medios de Comunicación Social?

La televisión es el medio de comunicación más fuerte y el más extendido, en todos los países, hoy en día se tiene una comunicación actualizada, si este estuviera orientado a fomentar valores nacionales en el cado de El Salvador y forjar una visión de lo propio, de los valores que tenemos sería muy valioso.

Es difícil, por que la identidad es una palabra muy amplia y tiene muchos campos, las artes, las actividades cotidianas, la comida, los juegos, y los gustos forman parte de lo que es una identidad nacional. Como podrían hacer los medios de comunicación: Primero tienen que hacer un balance en la información que brinden entre que tanto difunden de noticias o de reportajes sobre aspectos nacionales o internaciones, luego el lenguaje mismo que utilizan para transmitir la noticia o para proyectar reportajes los temas que escogen para darle atención al desarrollo de los artistas nacionales en las diferentes ramas.



Entrevista Licenciada Marta Rosales

Jefe de área de Investigaciones / musicología (Concultura)

¿Cree que los Medios de comunicación están contribuyendo a fortalecer la Identidad nacional salvadoreña?

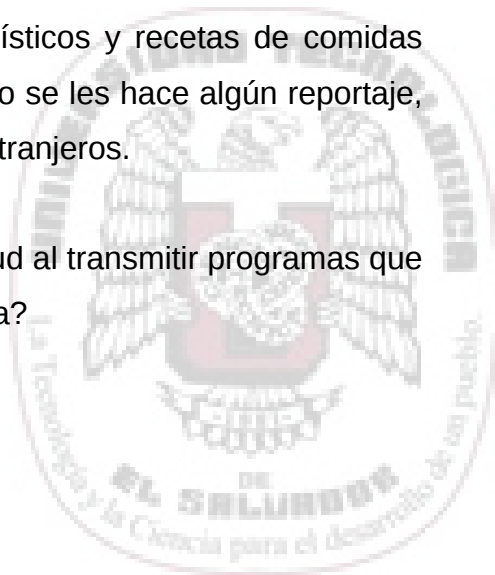
Es difícil dar una respuesta concreta. Los medios de comunicación son diferentes unos a otros y existen ciertos espacios que faltan que recorrer, hay espacios en concreto la televisión es el medio que menos promueven cultura nacional, este tiene lineamiento de trabajo, políticas de canales donde se incluye muy poca producción nacional, exceptuando el canal 10, y aún así el canal tienen gran producción enlatada que es producida de otro país.

El canal 12 lo que esta promoviendo es una cultural netamente mexicana y otros canales promueven cultura estadounidense.

Los programas del grupo Mega visión enfocan mas su programación a los países del sur.

Con respecto a los periódicos, es muy poco el aporte que estos brindan a la cultura, quizás solamente los días domingos presentan suplementos en que algunas veces muestran sitios arqueológicos, turísticos y recetas de comidas típicas y algunos artistas donde publican poemas o se les hace algún reportaje, pero la mayoría de artistas que se publican son extranjeros.

¿Se beneficia a la niñez salvadoreña y a la juventud al transmitir programas que muestran otras culturas diferentes a la salvadoreña?



No solo a la niñez ni a la juventud , el tema es general cuando se es tan negativo, abrirse sin ningún tipo de regulación, puede llegar a ser tan nocivo, es bueno que la niñez conozca la cultura de otros países, para que en un futuro conozcan las diferencias que existen y nunca compararlas.

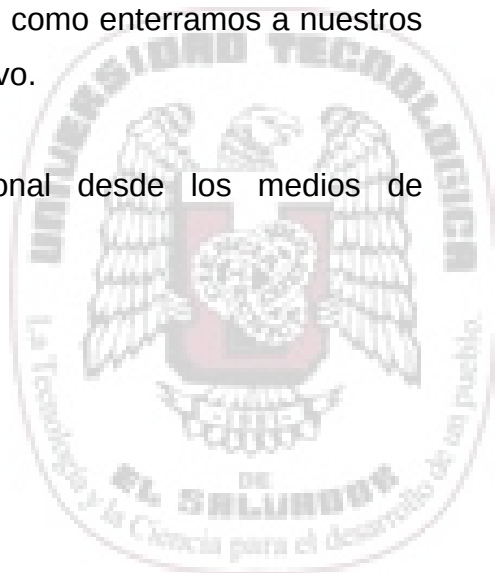
Esto es muy complejo, porque no todo lo que entra al país es bueno, ni todo lo que tenemos aquí adentro es bueno tan poco, por que las culturas no son positivas ni negativas.

¿Considera usted que es importante promover la identidad nacional a través de la televisión?

Reorientado la forma de exponer la información la cual tiene que llevar un contenido muy cultural, tanto de demostrar lo que somos que es lo que tenemos como somos y que estamos haciendo por salir de donde estamos.

Esto tiene mucho que ver, las promociones que tienen las universidades que ninguna de ellas esta proveyendo a los alumnos de periodismo y comunicaciones de una formación cultural de hecho deberían de tener una asignatura donde vean diferentes maneras de abordar culturalmente una temática, porque cultura no es solamente hablar de arte que es parte de ella, pero la cultura incluye la culinaria salvadoreña, es como enterramos a nuestros muertos, las fiestas patronales, lo antiguo y lo nuevo.

¿ Como podría promover la Identidad Nacional desde los medios de comunicación?



Sino se tiene una herramienta para darle un enfoque cultural a la noticia, al reportaje o la crónica que se escribe no le puede exigir el periódico que se haga así, ni tampoco el público al periódico, eso es una responsabilidad que va mas allá donde se trabaja o del periodista en si, porque la universidades no le están dando la herramienta de una metodología, para ser mas responsable en cuanto a lo que se esta planteando, ya que en los programas de educación no estén materias donde se prepare al estudiante adecuadamente para que salga hablando de cultura en un amplio sentido porque no se preparan para ello.



Entrevista con el Lic. Jorge Alberto Jiménez
Coordinador el Proyecto de reapertura en Teatro DELUXE
Actor, Director de teatro (Independiente).

¿Cree que los Medios de Comunicación están contribuyendo a fortalecer la Identidad Nacional?

Los medios de comunicación en si mismos son parte de nuestra cultura, la radio, la televisión, la prensa escrita contribuyen a formar una cultura.

Los medios de comunicación no nos han dado la oportunidad de ser mejor, por lo tanto el medio mismo opaca nuestra identidad por la misma forma que usan.

Al hablar en el país de situación conflictiva como las que hemos vivido la cultura como queda en segundo plano, le dan prioridad a la política que también es parte de la cultura, en concreto no la apoyan en un cien porciento.

¿Por que en la programación no se incluyen microprogramas para promoverlos patrones culturales que fortalezcan la Identidad Nacional?

Porque en nuestro país la cultura como la concebimos, el problema es que el término cultura es demasiado amplio, muchas veces lo ligamos al arte y decimos que no hay apoyo a la cultura ni al arte, por lo tanto debemos considerar que el pueblo requiere o amerita un cuidado específico sobre los aspectos artísticos.

Cultura en nuestro país son las señoras que venden frutas en el mercado, el hombre que anda barriendo las calles, es todo lo que somos, pero en el arte si

podríamos decir que los medios de comunicación han dado poca importancia a la difusión artístico culturas, y esto obviamente nos ha mantenido a oscuras en cosas de cultura, teatro artístico.

Podemos ver que en otros países como Costa Rica, la cultura, la música, danza y teatro son parte de su identidad y esta bien arraigada, en cambio en nuestro país apenas comienzan a darle apoyo.

Cuando hay presentaciones en el Teatro Nacional no hay público, y el mismo medio hace su reportaje del mismo, pero en una forma superficial.

¿ Cree que los canales televisivos perderían rating al transmitir programas culturales?

Esa es la tesis que tienen los canales comercial, de radio, prensa y televisión, como un gerente en una oportunidad le comento a un amigo sobre un programa cultural, le contesto que la cultura no se vende. Hay una especie de tendencia a pensar que los programas culturales, los religiosos bajan la audiencia a una radio o un canal. Existe una selectividad mayor de la gente que escucha o mira ese tipo de programas, entonces si hay público, pero es la minoría.

Tiene que crearse una audiencia particular, luego hacerla crecer y hacerle conciencia para que no perdamos nuestra propia identidad.

Desde el referente dado por los retos del siglo XXI ¿ Como considera usted que deberá ser la identidad de los salvadoreños?



Hay que ver cuál es el referente, porque éste tiene que ser objetivo, visual, tangible, o por lo menos tiene que ser comprensibles desde el referente cultural y de nuestra identidad.

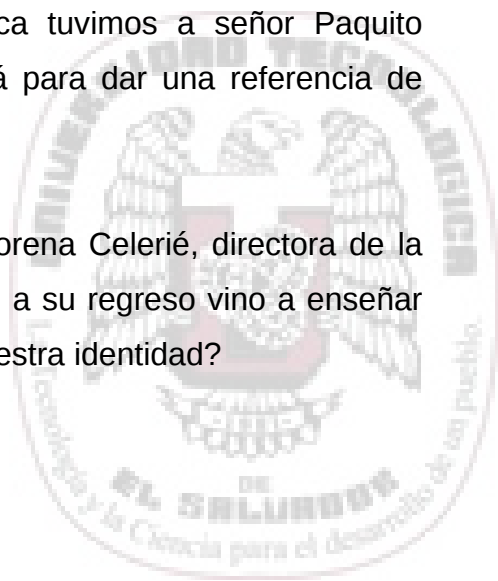
Entonces en la actualidad ¿ cómo considera usted que debemos tener la identidad nacional?

Nuestra propia raza podría ser un referente, pero que pasa con ella, que con la llegada de los Españoles nuestra raza se contamina, se mezcla y a estas alturas somos producto de una mezcla racionales que no nos permite decir que somos pipiles, es será una referencia, la raza, el origen, luego tenemos la referencia de la conquista puede ser un punto de partida.

A partir de 1492, podemos decir que nuestra identidad cambió, pero luego ya tenemos afluencia de personas de Francia, Italia, España y Estados Unidos, por consiguiente aquí ya existen varias costumbres que nos han venido a cambiar nuestra propia identidad.

Ahora, al hablar de Identidad Nacional?, pero cual, si vamos a tomar como referencia la actualidad que es una mezcla de costumbres y de culturas encontraremos que los salvadoreños ya no tenemos nada que pueda decir que es nuestra identidad. Con referente a la música tuvimos a señor Paquito Palaviccini, quiso crear el XUC, pero nos servirá para dar una referencia de nuestra identidad, claro que no.

Cuando a la gran bailarina de Danza Clásica, Morena Celerié, directora de la Escuela Nacional de danza, la becaron a México, a su regreso vino a enseñar una danza mexicana, entonces ¿ donde queda nuestra identidad?



¿ Cual es verdaderamente nuestra identidad nacional?

¿Se beneficia a la niñez y a la juventud al transmitir programaciones que muestran otras culturas diferentes a la salvadoreña?

Claro que se benefician, porque entonces en ese proceso de globalización el niño tiene que ir metalizándose en que El Salvador esta en el mundo, que estos niños que van creciendo en todos los países tanto no por nuestra cultura sino por el conocimiento general del mundo.

Uno de los problemas que han tenido los americanos en sus escuelas es que han sido muy localistas, han estudiado su historia, su geografía específicamente lo que a ellos les concierne, pero hasta ahora comienzan a abrirse al conocimiento y al entendimiento universal, pero recuerdo que cuando yo era niño, yo sabia que los estudiantes de los primeros años les enseñaban específicamente literatura americana, no se leía a Alejandro Dumas, Víctor Hugo, no tenían acceso a estos grandes escritores universales.



- La manera de hablar
- Los cuentos, leyendas e historias de la tradición oral
- El catolicismo y fiestas religiosas
- El respeto a la familia
- El machismo
- El abandono de los hijos
- Disfrute de las expresiones artísticas salvadoreñas
- El fútbol
- Otras _____

17. Según su criterio, ¿ Cuales patrones culturales difunden los medios de comunicación?

- Valoración de las fiestas patronales y tradicionales
- Comportamiento humanos
- Fe cristiana
- Tradición oral
- Reconocimiento y valoración de las raíces indígenas
- Respeto a los adultos mayores
- Respeto y cuidado de la infancia
- Respeto vial

18. ¿Cómo considera usted que debería ser la identidad salvadoreña de cara al Siglo XXI?

- Respetuosa de la diferencia
- Valoradora de las raíces culturales
- Favorecedora de la violencia
- Respetuosa del medio ambiente



No democrática

Valoradora del potencial y talento salvadoreño

Competitiva

Cooperadora, formadora de alianza

POR TU COLABORACIÓN GRACIAS

Uso exclusivo del Encuestador :

Nombre: _____

Fecha: _____

Lugar: _____

