

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA**

**MENSAJES NUTRICIONALES A TRAVÉS DE LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA**



En el grado de licenciado

ESCUELA DE NUTRICIÓN

Guatemala, septiembre de 1997

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

06
T(1823)
C.A

JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA

DECANO	LIC. JORGE RODOLFO PEREZ FOLGAR
SECRETARIO	LIC. OSCAR FEDERICO NAVE HERRERA
VOCAL I	LIC. MIGUEL ANGEL HERRERA GALVEZ
VOCAL II	LIC. GERARDO LEONEL ARROYO CATALAN
VOCAL III	LIC. RODRIGO HERRERA SAN JOSE
VOCAL IV	BR. ANA MARIA RODAS CARDONA
VOCAL V	BR. HAYRO OSVALDO GARCIA GARCIA

DEDICO ESTA TESIS

A DIOS TODOPODEROSO

A GUATEMALA

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

A LA FACULTAD DE CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA

A LA ESCUELA DE NUTRICION

A LA ESCUELA NORMAL DE EDUCACION FISICA

DEDICO ESTE ACTO

A DIOS: PÓR PERMITIRME CUMPLIR MIS METAS

A MI MADRE: DOLORES LEVERON DE CORONADO

A MIS HERMANOS: MARTA VILMA
VICTOR MANUEL

A MIS SOBRINOS: HUGO, MARCO ANTONIO, JAQUELINE,
WHENDY, ELVIS, LIGIA, ROQUE.

A MIS TIOS: CARLOS HUMBERTO, JORGE, ELVIRA

A MIS PRIMOS: JILDA, JUVENTINO, ARACELI, BEDA,
NELSON, GEOVANI, JARIS, HENRI

A MIS CUÑADOS: JUVENAL RAMOS
JUDITH LOPEZ

A MIS AMIGOS: ENEFISTAS (PROMOCION 78-80 SEC. "B")
ROSALVINA GONZALEZ
EDUARDO UBEDA

A MIS COMPAÑERAS: LICDA. ANTONIETA RAMIREZ
LICDA. FRANCISCA SANTISTEBAN
LICDA. KARIN MORALES
LICDA. LOURDES OCHAETA
LICDA. MIRIAM ALVARADO
LICDA. NIDIA MEZA

AGRADECIMIENTO

A DIOS

A La Universidad De San Carlos De Guatemala

Al personal docente y administrativo de la Escuela de Nutrición

Al personal administrativo de la Hemeroteca Nacional

Al personal administrativo de los diarios Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y el periódico Crónica.

A mi madre: Por el amor, estímulo e incondicional apoyo que me ha brindado en todos los momentos de mi vida.

A mis hermanos: Por sus sacrificios y constante apoyo.

A la Licda. Magda Fischer, por su apoyo moral y asesoría en la elaboración de esta Tesis.

A la Licda. Lilliam Barrantes por su orientación en la revisión de esta Tesis.

A la Licda. Lucrecia Menéndez y Francisca Santisteban por su ayuda y amistad.

A la Licda. Cristina Marín, por brindarme su amistad incondicional.

A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE DE FORMA DIRECTA O INDIRECTA COLABORARON PARA CUMPLIR MIS METAS

En especial a: El personal administrativo de la Dirección General de Investigación
Tere Marín, Dr. Carlos Sanchez, Ing. Javier Ralda.

Al personal profesional del grupo COENSA: Licda. Cristina Marín,
Licda. Marina Lool, Licda. Frida Orozco, Licda. Julieta Afre,
Licda. Sandra Montepeque, Licda. Karla Cordon, Licda. Lucrecia Menéndez.

Licda. Eva Soto y familia

INDICE

	Página
I. RESUMEN	1
II. INTRODUCCIÓN	3
III. ANTECEDENTES	4
A. Situación Alimentario Nutricional	4
B. Medios de Comunicación	11
C. Rol de los Medios de Comunicación	15
D. Bases Para la Publicación en los Medios de Comunicación Escrita	16
E. Comunicación Escrita en Guatemala	19
F. Estudios Realizados	21
IV. JUSTIFICACIÓN	23
V. OBJETIVOS	24
VI. MATERIAL Y MÉTODOS	26
VII. RESULTADOS	30
VIII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	48
IX. CONCLUSIONES	52
X. RECOMENDACIONES	53
XI. BIBLIOGRAFÍA	54
XII. ANEXOS	56

I. RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo, investigar cómo se publican los mensajes de alimentación y nutrición en los medios de comunicación escrita (MCE), con el fin de determinar su calidad, mediante parámetros descriptivos. Así también, se identificaron los anuncios de alimentación y nutrición, como sus empresas anunciantes.

Para la recolección de la información se utilizaron los formularios de los anexos 1, 2, 3 y 4; los que constan de información general (para identificar al MCE) y específica (para identificar aspectos a determinar).

Para el análisis de los datos se compararon los resultados obtenidos con los parámetros siguientes: Extensión, contenido, grado de lectura, sección, periodicidad de aparición, criterios de selección de los mensajes, programación de publicación, fuentes de información y comerciales sobre alimentación y nutrición.

Los resultados obtenidos indicaron que la extensión más utilizada para publicar mensajes de alimentación y nutrición fue de un cuarto de página 77 publicaciones, (28.4%). Los contenidos más publicados fueron: factores ecológicos 22 mensajes (51.22%); preparación de alimentos 84 mensajes (76.4%); infecciones que afectan el estado nutricional y cobertura de los servicios de salud con 16 publicaciones cada uno (25.0 %); micronutrientos 9 publicaciones (29.0%); obesidad y enfermedades cardiovasculares con 5 publicaciones cada una (21.7%).

Las publicaciones sobre la cobertura de los problemas prioritarios en salud (CPPS) fueron únicamente 56 (20.7%), de 271 publicaciones. El promedio del grado de lectura de los mensajes publicados fue de 13, indicando un nivel secundario de escolaridad para el lector. La sección más utilizada por los MCE, fue el suplemento con 202 publicaciones (74.5%). La periodicidad más frecuente de los mensajes fue semanal.

Los anuncios más publicados correspondieron al tipo propaganda (ver Metodología página No. 28) con 683 comerciales (87.1%) correspondiendo éstos a comidas preparadas con 273 anuncios (34.6%); y, los restaurantes de comida internacional publicó 255 anuncios (32.5%).

Los criterios en los cuales se basan para la publicación de mensajes de alimentación y nutrición son: El perfil, nivel educativo y opinión de los subscriptores; estudios de mercadeo, hábitos y costumbres de la población y temas de actualidad que hacen noticia.

Se determinó que los mensajes no cuentan con un programa educativo sobre alimentación y nutrición. Las fuentes de información son: Entrevistas a profesionales, agencias internacionales de noticias vía satélite, Internet, así como asistencia a Seminarios y Congresos de Salud y Nutrición.

El proceso que sigue un mensaje antes de su publicación en un diario, es diferente al de un periódico, debido a que en éste último una Junta Directiva aprueba los mensajes que se publicaran. En un diario el proceso de aprobación es decisión de una persona.

II. INTRODUCCIÓN

Los medios masivos de comunicación han sido utilizados preferentemente en la publicidad comercial, llegando a extraordinarios niveles de desarrollo. También, se han utilizado con éxito en proselitismo religioso o activismo político. En las tres últimas décadas se han comenzado a adoptar y a desarrollar la terminología publicitaria y de mercadeo para productos de carácter social. En áreas de salud, educación y vivienda, se da el término de "mercadeo social", para referirse a procesos sistemáticos para influir positivamente en el comportamiento humano, especialmente aplicado a salud, utilizando principios y métodos de comunicación masiva, diseño de introducción, mercadeo, análisis de competencia y medición antropológica como parte de este proceso.

Estudios realizados hasta ahora, parecen sugerir que el éxito o fracaso de un programa educativo nutricional depende de los métodos utilizados, de las personalidades involucradas y de las circunstancias que prevalecen en el área. Como parte de este proceso está la producción de materiales educativos utilizados, los cuales deben ser validados para determinar comprensión y adecuación del mensaje, resultando economía de recursos y efectividad en la transmisión del mensaje.

Apoyada en el criterio de que existe poca información de cómo se están publicando los mensajes de alimentación y nutrición en los medios de comunicación escrita, el presente trabajo pretende determinar la calidad de estas publicaciones en diarios y periódicos de la Ciudad de Guatemala, a través de un diagnóstico retrospectivo. Los resultados obtenidos permitirán dar recomendaciones a los responsables de éstos medios para transmitir mensajes de alimentación y nutrición adecuados y pertinentes a su población objetivo.

III. ANTECEDENTES

A. Situación Alimentaria Nutricional

1. Cadena alimentaria

En la figura No. 1 se presenta un modelo analítico causal que interrelaciona el proceso que sigue la cadena alimentaria, la cual puede verse afectada por diferentes factores condicionantes que inciden en el estado nutricional y de salud de los individuos. Es de esperarse que en Guatemala la problemática del estado nutricional sea deficiente, ya que todos los factores causales están afectados; existen índices de morbilidad y mortalidad altos, un medio ambiente en creciente deterioro, déficit de los servicios de salud, educación, bajos ingresos, desempleo, predominio de minifundios y otros.

2. Factores condicionantes de la cadena alimentaria

Partiendo del modelo analítico causal, a continuación se analiza cada uno de los factores condicionantes:

a) Disponibilidad y acceso de alimentos

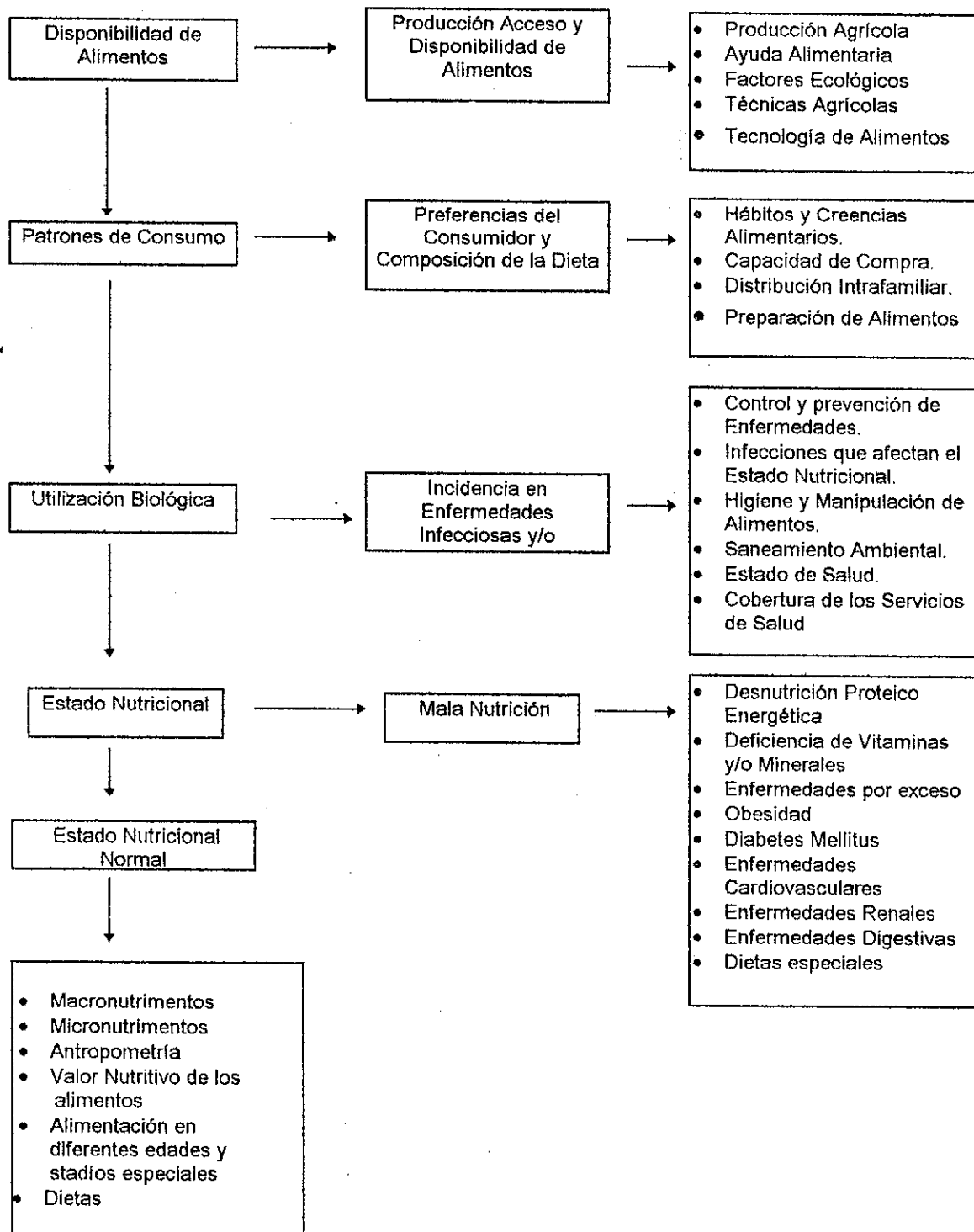
i. Producción agrícola - En la década de los años ochenta, la producción agrícola de los alimentos básicos para el consumo humano, manifestó una tendencia levemente ascendente en las tasas de maíz (1%), frijol (0.58%) y trigo (1.70%) (15).

En la misma década, la producción agrícola nacional diversificó el uso de la tierra para el mercado local y de exportación, siendo la tendencia general de la agricultura sustentar un modelo agroexportador con alta demanda de insumos, una resta progresiva de la tierra y capital para la producción de alimentos (15).

ii. Factores ecológicos - Tradicionalmente, la zona del altiplano noroccidental ha practicado una agricultura de subsistencia. Sin embargo, este problema se ha extendido a las zonas agroecológicas con clima seco y árido, fundamentalmente por efecto de la deforestación que ha hecho decaer el suelo en el uso agrícola de 77 a 28%, entre los años sesenta y ochentiseis (15).

FIGURA No. 1

MODELO ANALITICO CAUSAL DE LA CADENA ALIMENTARIA



El problema de la deforestación se debe a una serie de factores como : la presión demográfica, la construcción de obras de infraestructura, la habilitación de tierras para la agricultura y la ganadería y el abastecimiento de leña y carbón para combustible (9).

iii. Técnicas agrícolas - En nuestro país las tierras destinadas para la producción de alimentos, son pequeñas parcelas trabajadas por agricultores con poca capacidad de inversión. Siendo ellos los que dieron origen a la explotación mixta de cultivos (7).

Entre las técnicas utilizadas para la producción se encuentran: el **Sistema de Cultivos Asociados**, en donde dos cultivos diferentes pero compatibles se siembran juntos, tal es el ejemplo clásico de maíz y frijol. Otro sistema es el de **Cultivos Intercalados**, en éste dos o más cultivos se siembran en el mismo espacio físico, siendo el ejemplo clásico de maíz con ayote, pepitoria y otros. De este sistema existen modalidades y una es la distribución ordenada de los cultivos, con el propósito de favorecer la producción de cada uno de los componentes del sistema. Otro sistema es el de **Cultivo en Relevo**, en este cultivo se releva a otro que fue sembrado antes, aprovechando la humedad residual de los suelos y otras ventajas ecológicas del ambiente, como ejemplo se tiene maíz y sorgo, maíz y ajonjolí (7).

iv. Tecnología de alimentos - Con el objeto de preservar los alimentos, se ha practicado desde tiempos remotos, la deshidratación solar, el uso de sales y el proceso de fermentación a nivel del hogar. A través del tiempo nuevos procesos se desarrollaron principalmente a nivel industrial, modificando el valor de los nutrientes a los alimentos procesados. Aunque la significancia en este aspecto varía de acuerdo a la situación socioeconómica de las familias (7).

Las técnicas utilizadas por las industrias alimenticias son las siguientes: **Restauración**, es la adición de un nutriente a un alimento específico con el propósito de restaurar su composición química original, alterada durante su procesamiento (harina y jugos de frutas). **Fortificación**, es la adición de nutrientes a un alimento específico en cantidades mayores que aquellas encontradas en un determinado alimento, con el propósito de mejorar su valor nutritivo (fortificación de maíz). **Enriquecimiento**, es la adición de nutrientes a un alimento específico con el propósito de utilizarlo como un vehículo de este nutriente. Por lo general, el nutriente no es un componente del alimento (vitamina A en el azúcar) (7).

v. Ayuda alimentaria - Los alimentos donados que han entrado al país y conforman la ración alimentaria, varían entre donantes, pero en términos generales incluyen los siguientes alimentos: maíz, aceite, leche en polvo descremada, harina de trigo, trigo bulgur, arroz,

avena, leguminosas, pescado, carnes enlatadas y harina compuesta a base de maíz, soja y leche (CSM) (15).

Representantes de los países de la región centroamericana en reunión técnica celebrada en Costa Rica en 1988, llegaron a conclusiones relevantes con el uso racional de la ayuda alimentaria, entre las que se mencionan que en la mayoría de los países aún no existe capacidad para alcanzar autosuficiencia alimentaria en el corto plazo, por lo que la ayuda alimentaria sigue siendo necesaria. Se enfatiza que dicha ayuda debe orientarse a grupos meta bien definidos, con contenidos educativos específicos en planes y programas de alimentación y desarrollo dentro de un marco de planificación de corto y mediano plazo, con base en la estrategia de seguridad alimentaria nutricional (12).

b) Consumo de alimentos

i. Hábitos y creencias alimentarias - La dieta básica del guatemalteco está compuesta por una asociación de cereal-leguminosa. El maíz es consumido de manera directa, convertido en tortilla o bien como bebida (atol). El frijol se consume solo cocido o se agrega grasa animal o aceite vegetal en su preparación (15).

La lactancia materna brinda un adecuado crecimiento y una buena nutrición a los niños hasta los seis meses de edad. La información derivada de la Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil (1987), evidenció que el 79% de los menores de un año de edad se encontraban aún lactando. En general el promedio de duración fue de 20 meses; para el grupo indígena fue de 24 meses y para el grupo ladino de 17 meses; además se comprobó que a menor grado de escolaridad mayor es la duración de la lactancia. El problema es la introducción temprana de semisólidos y líquidos ricos en carbohidratos con poco o ningún valor proteico, práctica que se realiza dentro del patrón cultural de los estratos pobres y medios (15).

ii. Capacidad de compra - En Guatemala el costo de los alimentos se incrementó en una proporción mucho mayor a la del salario mínimo de referencia, el cual se mantuvo igual durante largos períodos de tiempo, aumentando durante el mismo período el costo de los alimentos; además la capacidad adquisitiva se reduce por la pérdida del valor de la moneda nacional, la inflación observada en los índices de precios al consumidor, el escaso incremento de los salarios y los niveles crecientes de las tasas de desocupación (15).

La Secretaría del Consejo Nacional de Planificación Económica de Guatemala -SEGEPLAN-, estimó que en los años 1986- 1987, el 84% de las familias guatemaltecas se

encontraban en estado de pobreza, es decir, con ingresos iguales al valor de la canasta básica. Al diferenciar por regiones el país, se observa que la región noroccidental, que incluye los departamentos de Huehuetenango y Quiché presentan el 80% de población con pobreza extrema; seguido de la región norte con 75.6% de población. La pobreza es extrema cuando los ingresos familiares son menores al costo de la canasta básica (15).

iii. Distribución intrafamiliar - En un estudio realizado sobre el uso intrafamiliar de alimentos donados (agosto, 1991) se concluyó que al aumentar la disponibilidad familiar con alimentos donados se mejora el consumo de todos los miembros del hogar. Sin embargo, la dieta de los niños de corta edad es deficiente, la madre no percibe que los niños necesitan más alimentos, habituándose a comer pocas cantidades (12).

Otra conclusión determinó el efecto negativo del analfabetismo en la mujer, por ser ella quien toma las decisiones en la compra, preparación y distribución de los alimentos, siendo el padre quien tiene mayor acceso a los alimentos; y, se presume que en la distribución no se toman en cuenta las necesidades de la mujer embarazada y lactante. Además de estas variaciones en el consumo de alimentos, se determinó que la distribución también se ve afectada por el tamaño de la familia, la pobreza y pobreza extrema en la que viven (12).

iv. Preparación de alimentos - La preparación de alimentos está condicionada por la higiene, la selección y su preparación, así como el poder adquisitivo del hogar, aunado a estos aspectos, se encuentran los patrones alimentarios que varían de acuerdo a la disponibilidad y acceso de alimentos propios del lugar (7).

c) Utilización biológica de los alimentos

i. Cobertura de salud pública - Se estima que la cobertura efectiva de Salud Pública y Asistencia Social, es cercano al 25%, el 8% para el Seguro Social, mientras que el sector privado atiende alrededor del 14% de la población, con lo que la cobertura total de la atención médica sería poco menos del 50% (15).

ii. Infecciones que afectan el estado nutricional - La utilización biológica de los alimentos está condicionada por el estado de salud de la persona, particularmente cuando se resentan enfermedades infecciosas o parasitarias, que reducen la capacidad para poder obtener, asimilar e incluso ingerir los alimentos (15).

El costo energético de las enfermedades infecciosas, en particular la enfermedad diarreica aguda, repercute en la reducción de la ingesta proteico energética, en un

promedio de 125 kcal. y tres gramos de proteína al día. A estos aspectos se le agrega la actividad de la madre que reduce o modifica la ingesta de alimentos en presencia de enfermedad y durante la convalecencia, debido a un inadecuado manejo dietético e higiénico de utensilios y alimentos (15).

iii. Higiene y manipulación de alimentos - La diarrea y el cólera son transmitidos por la inadecuada manipulación de los alimentos y del agua, por lo que es importante fomentar y mantener la educación sobre higiene en la población. Con la llegada del cólera al país, se divulgaron medidas preventivas, siendo también positivas en el combate de otras enfermedades diarreicas, sin embargo éstas siguen siendo un problema de salud pública (11).

iv. Saneamiento ambiental - El Guatemala, el grado de cobertura alcanzado para el abastecimiento de agua potable durante 1981-1988, para la población total fue de 60% y sólo una cobertura del 41% para la población rural (15).

La cobertura de alcantarillado y eliminación de excretas para la población total fue de 57%, para la urbana de 72% y para la rural de 48% (15).

Se estima que cerca del 85% de los sistemas urbanos proveen agua con cierto grado de contaminación, por la falta de protección de las fuentes y tratamiento deficiente. Además es importante mencionar que la exposición ambiental y laboral con su creciente número de productos químicos y otras sustancias tóxicas, son dañinos a la población y es también un factor condicionante en el impacto que tiene sobre el agua potable y saneamiento ambiental, especialmente en cuanto a salud y supervivencia infantil (15).

v. Estado de Salud - El Sistema de Vigilancia Centinela del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, recolectó información entre diciembre de 1985 y marzo de 1986 sobre el retardo en peso de los niños menores de tres años de edad, como indicador de desnutrición proteico energética aguda y crónica. Se observó que el retardo en peso aumentó desde el nacimiento, hasta los 12 a 17 meses de edad, tiempo después del cual tiende a estabilizarse o bien, disminuir (15).

El censo de talla de niños del primer grado de primer ciclo escolar, estudió el crecimiento físico en estos niños, encontrándose el 29.9% de desnutrición moderada y 8.4% de desnutrición severa. A través del indicador talla/edad, se observó que los departamentos más afectados fueron: Quetzaltenango, San Marcos, Huehuetenango, El Quiché, Las Verapaces, Chimaltenango, Sacatepéquez, Suchitepéquez y Jalapa (8).

vi. Control y prevención de enfermedades - Las infecciones de todo tipo afectan considerablemente el estado nutricional, principalmente de los niños, para reducir estos efectos, son importantes los siguientes aspectos: primero, prevención específica de enfermedades mediante la inmunización; segundo, reconocimiento y tratamiento correcto de infecciones antes que llegue a avanzar demasiado; tercero, mejoramiento de la sanidad ambiental (9).

vii. Deficiencias nutricionales

- Hierro - En los países en desarrollo la anemia es de origen nutricional y fundamentalmente por la deficiencia de hierro, según la Encuesta Nacional de Micronutrientes realizada en 1995, se encontró que la prevalencia de anemia corregida por altitud fue 26% en niños de uno a cinco años y de 25.5% en niñas de la misma edad; los niños más pequeños de 12 a 23 meses padecen anemia, cuando tienen entre 48-59 meses de edad mejoran pero aún prevalece la anemia en un 12.1%, porque el niño tiene bajo consumo de frijol, que fue la fuente más importante de hierro en todos los grupos estudiados (13).

En las mujeres en edad fértil o sea, entre 15 y 44 años de edad la prevalencia fue de 35.4%, afectando más al grupo de edad entre 15 y 19 años. En las mujeres embarazadas la prevalencia fue de 39.1% y en las no embarazadas 34.9%. Los alimentos fuentes de hierro fueron: la tortilla de maíz que aportó 6 a 20%, el pan 9 a 15% y el huevo 6 a 11%; en las áreas noroccidental y nororiental, las hierbas contribuyeron con 3% y 4% de la ingesta de hierro (13).

- Yodo - En los niños en edad escolar y en mujeres en edad fértil, la excreción de yodo en la orina fue de 22.2% mcg /dl, siendo el indicador de 10 mcg/dl, o sea que la situación es buena. A pesar de este resultado obtenido en la Encuesta Nacional de Micronutrientes, es importante resaltar, que la sal para consumo humano se encuentra fortificada en un 92%, pero el 61.6% presenta niveles de fortificación por debajo de lo establecido y el 31.62% sí cumple con estas normas. El valor establecido es de 30 - 100 ppm (13).

- Vitamina A - Los niveles de retinol en la sangre determinan la deficiencia de Vitamina A, siendo los rangos: entre 2 a 10% leve ; entre 10 a 20% moderada y más de 20% severa. La deficiencia actual de vitamina A en el país es de 15.8%, o sea que es moderada; por regiones el altiplano y el nororiente presentaron los niveles más altos de

prevalencia con 15% y la costa sur los niveles más bajos con 14.6%, de acuerdo a resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Micronutrientes, realizada en 1995 (13).

En todas las regiones la principal fuente de retinol fue el azúcar fortificada (49%), el huevo contribuyó con 5 a 7% en todas las regiones; de 2 a 10% la leche (Guatemala y en el nororiente), la tortilla de maíz con 8 % y la hierbamora con 7%, (en el altiplano del país); y en la costa sur el mango aportó 12% y la zanahoria con 7%.

También es importante mencionar, que el 99% del azúcar se encuentra fortificada, pero solo el 23.6% cumple con la norma que establece la ley, la cual es de 10-20 ug (13).

- Flúor - En Guatemala la población sufre enfermedades bucales que afectan la nutrición en general. Este problema está relacionado con la deficiencia de flúor, pobre higiene oral teniendo repercusiones psíquicas en el individuo (1).

La Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizó un estudio en 43 poblaciones entre 1981 y 1983. Encontrando que el 50% de las piezas dentales de adolescentes de 12 a 15 años, estaban afectadas por caries dental y sus secuelas, y el 94% de la población presentaba enfermedades bucales (1).

Información más reciente del Departamento de Salud Bucal del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, muestra que el índice dental CPCT (número de dientes con caries, perdidos y obturados), es de siete en la escala de cero a veintiocho (1).

B. Medios de Comunicación

1. Definición

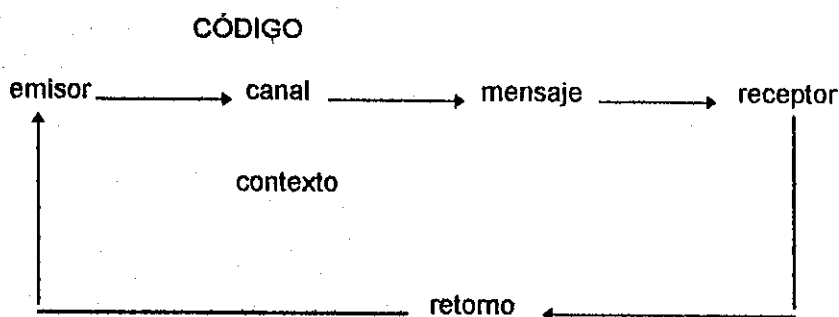
La comunicación humana ha sido definida como el proceso por el cual se intercambian conocimientos, ideas y sentimientos. Es el proceso que interrelaciona unos con otros ya sea a través de la palabra hablada o a través de los gestos y movimientos corporales (3).

2. Procesos de comunicación

Para que la comunicación se dé, es indispensable la presencia de los siguientes elementos (2):

- a) Emisor - Es quien emite el mensaje.
- b) Mensaje - Lo que se desea comunicar. Para comunicar el mensaje se deben emplear signos variables (palabras), signos no verbales (actitudes, colores, olores, gestos, lenguaje corporal) y signos combinados (combinación de ambos).
- c) Canal - Es el medio por el cual se envían mensajes, pueden ser visibles, auditivos, audiovisuales, olfatorios, táctiles, dependiendo al sentido al que se afecte. La mayoría de las veces se usa una combinación de los medios.
- d) Receptor - Es el que recibe, interpreta, descifra el mensaje.
- e) Respuesta - Es la retroalimentación que el receptor da al emisor como respuesta al mensaje recibido.

En el siguiente esquema se ilustra el proceso de comunicación.



Fuente: (2).

3. Formas de comunicación

Existen diferentes formas de comunicación siendo éstas:

- a) Comunicación interpersonal - La que se da directamente de persona a persona, entre emisor, otra persona, o grupo de receptores.

Este tipo de comunicación puede incluir la participación de personal capacitado a nivel de la comunidad, maestros de escuela, trabajadores sobre terreno y líderes de la comunidad, a fin de instruir a los individuos o grupos de personas. Este proceso de comunicación se centra en la realización de actividades o experiencias de aprendizaje que están relacionadas con los contenidos a comunicar, para informar, motivar, entretener o intercambiar y concientizar (2).

Cada actividad debe procurar la participación mayor posible del sujeto a través de la respuesta, pregunta y experiencias de acuerdo y desacuerdo en lo que se dice o hace (2).

b) Medios masivos de comunicación

i. La prensa escrita - Al hablar de prensa escrita se está agrupando una diversidad de categorías como denominador común de comunicación impresa: Un periódico, un diario, una revista, etc., que presentan varias diferencias entre sí. La prensa se divide en dos categorías que son (4):

- La prensa diaria - Está considerada como un producto de gran consumo y se puede definir de tres maneras: por entrega a domicilio, por venta de ejemplares sueltos en puestos especiales y por suscripción postal (4).

- La prensa periódica - De gran difusión que incluye semanarios, revistas que tienen gran demanda, ya que su presentación es más atractiva y manejable, su contenido es especializado y variable (4).

El contenido del diario debe ser universal, es decir debe satisfacer a los intereses de distintas personas, por consiguiente, deben tener lugar en la publicación desde la alta política nacional e internacional hasta las recetas de cocina. Desde el punto de vista del contenido se divide en dos grandes partes (11):

- Parte redaccional - Se divide en textos informativos y secciones. Los textos informativos son noticia o información, reportajes; ó crónica que pertenece al género informativo (ver anexo No. 6), artículos editoriales, comentarios y críticas que pertenecen al género interpretativo; y además los subgéneros sueltos, entrevistas, cuestionarios, encuestas, mesas redondas, conferencias de prensa, declaraciones, tribuna libre (cartas, consultorio), boletín informativo, comunicados, notas. Las secciones son las que una vez seleccionadas las noticias que han de aparecer, se distribuyen en las páginas del periódico, y pueden ser fijas, de aparición diaria o periódica.

- Parte publicitaria - La publicación de anuncios aparece en diversas formas, ocupando una página entera o dos enfrentadas, o bien páginas enteras a diversos anuncios. Es frecuente encontrarlos también insertos en las páginas de redacción. Estos anuncios son debidamente repartidos a lo largo y a lo ancho de la publicación, para que resulte económico y grato a la vista y para que el lector localice lo que le interesa .

ii. La radio - Según Machnany, las ventajas potenciales de la radio son: gran cobertura, alcanzando un porcentaje alto de hogares rurales; su bajo costo, que la transforma en un medio masivo barato al alcance de la mayoría de la población. En el cuadro No. 1 se presenta el número de emisoras de radio por frecuencia en la República de Guatemala (10, 16, 19).

CUADRO No. 1

NÚMERO DE EMISORAS DE RADIO POR FRECUENCIA
EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

No. DE EMISORAS	FRECUENCIA
91	AM
48	FM
02	ONDA CORTA

Fuente: (19).

Según el cuadro, se aprecia que la mayoría de las emisoras se encuentra en la frecuencia AM. Del total de emisoras cinco son estatales, estimándose que en los países en desarrollo se dedica menos del 5% del tiempo de las emisoras para fines educativos (19).

iii. La televisión - Este medio de comunicación se está introduciendo cada vez más en los países en desarrollo, su uso para educación también está aumentando. En Guatemala igual que la radiodifusión, la televisión es dependiente de la iniciativa privada, existen nueve estaciones que salen al aire: canal 3, 5, 7, 11, 13, 21, 25, 27 y 31; de los cuales ocho son privados y el canal 5 es estatal. La programación de los canales 3, 5, 11 y 13 por lo general se transmiten todo tipo de programas, como: noticias, deporte, musicales, etc. Los canales 21, 25, 27 y 31 son específicos y transmite programas religiosos, musicales, documentales y la vida social del país, respectivamente. El canal 5 por ser estatal, transmiten programas diversos y educativos (4, 10).

C. Rol de los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación han demostrado ser un buen instrumento en la difusión de programas y proyectos en materia de salud, educación y otros. Siendo informar, orientar, influir y entretener sus principales objetivos (10, 11).

1. Informar

La información de los acontecimientos recientes en los más cortos y regulares períodos de tiempo, es la misión fundamental que se proporciona al audiente. Tal información debe ser presentada objetiva y honestamente, sin manipulaciones, para que la audiencia se forme su propia opinión sin interferencias sobre determinado asunto.

2. Orientar

La información no debe perseguir dirigir a la opinión pública, sino solamente orientarla y guiarla. Este proceso se lleva a cabo siguiendo el camino de la libertad en la información y en la formación de la opinión.

3. Influir

El éxito de la comunicación es influir, basándose en la preferencia del consumidor. Un ejemplo real lo constituyen las campañas sobre lactancia materna y el cólera, que repercutió positivamente en el problema de diarrea a nivel nacional.

4. Entretener

Los medios de comunicación conceden un espacio más o menos amplio a temas de entretenimiento, para atraer la atención de la audiencia que gusta de este tipo de programas.

D. Bases para la Publicación en los Medios de Comunicación Escrita

La lectura del diario es como un diálogo con el mundo, rompe el aislamiento del individuo; es por excelencia un acto de participación y por sus diferentes funciones, la prensa es un verdadero servicio público. Antes de mencionar las normas que rigen la publicación en los medios de comunicación escrita, es importante enumerar sus características (18).

1. Características y ventajas de los medios de comunicación escrita

- a) Pueden alcanzar audiencias rápidamente.
- b) Cuentan con servicios públicos de anuncios.
- c) Poseen amplia cobertura.
- d) Es importante su función en las campañas a nivel nacional sobre salud, educación y nutrición.
- e) Los mensajes al publicarse pueden ser ampliados.
- f) Por el gran número de anunciantes que publican sus productos, los diarios tienen un bajo costo.
- g) La información puede ser archivada, de acuerdo a las preferencias del lector.

2. Reglas básicas en la publicación

Según Jacques Kayser, la valorización que le dé el receptor a un mensaje va a depender de lo que la prensa escrita quiera darle mayor énfasis, es así que la valorización es función de muchos elementos (18).

- a) La publicación y el material de redacción deben ser fácilmente diferenciados para el lector. Un medio que permita que su anunciante imite su propio estilo está reduciendo su propia creatividad.
- b) El material de redacción no debe ser tratado como un relleno a agregar entre un anuncio y otro. Se pueden tener altas cuotas publicitarias sin reducir el material de redacción.
- c) Legibilidad
 - i. La página debe disponer de una variedad de información en un orden claro. Debe considerarse prioridad a la colocación regular de ciertos artículos para que aparezcan cada día en la misma secuencia, si no en el mismo número de página, y debe existir también un índice detallado que aparezca siempre en el mismo lugar. En una página ciertos emplazamientos llaman

más la atención, el título de la primera columna es el lugar privilegiado (primera columna o grupo de columnas).

ii. La columna no es una ordenación de las noticias sino una fuerza de fragmentación. Un artículo no debe exceder 7.6 cms. (3") por debajo de un titular de varias columnas. Esta disposición es superada poniendo subtítulos y con recursos de color para éstos.

d) Contenido - El contenido exige dar información útil, favorecer la reflexión del lector y ser partícipe de la distracción. En el contenido deben ser considerados los siguientes elementos:

i. Ilustración - Para aumentar la importancia de un texto, las ilustraciones juegan un papel evidente. Las ilustraciones (fotografías, dibujos, caricaturas, mapas, esquemas gráficos) adornan un documento, lo esclarecen, aportan al mismo la justificación de una prueba visual, le añaden elementos suplementarios de información o de apreciación.

El contenido en sí mismo, de la ilustración debe considerarse bajo dos aspectos: estático (fotos oficiales, retratos, composiciones, etc.) y dinámico (instantáneas, con ángulos de visión inesperados, etc.)

ii. Tipografía - Ha sido valorizado como caracteres diferenciados como mayúsculas. Conviene registrar la diferencia que existe entre un texto con caracteres normales a la página donde se encuentra y un texto con tipografía excepcional,

iii. Estructura - En éste se agrupan varios elementos, pero los más importantes son:

- Origen y fuente - Es importante reconocer el origen de un texto y su fuente, para poder ser tomados como objetos de referencia y creatividad.

- Longitud - Un texto breve tiene más posibilidades de ser íntegramente leído por un mayor número de lectores, incluso superficialmente, que un texto más largo.

- Fragmentación - Debe evitarse fragmentar el mensaje hasta donde sea posible, ya que se pierde la secuencia; cuando la publicación empieza en una página y termina en otra distinta de ésta.

e) El punto óptimo - "Daniel Morgaine", explica que las partes altas son más leídas que las bajas. El ojo necesita un mayor esfuerzo para fijarse en las zonas de abajo. La zona alta de la derecha es la que generalmente se lee primero, seguido de la zona baja de la derecha, la zona alta izquierda y por último la zona baja izquierda.

3. Consideraciones para la construcción de un mensaje

Tanto el canal como el propósito a comunicar influyen en el diseño del mensaje; la información debe ser diseñada para conservar los nuevos hechos, cambiar actitudes y comportamiento, o bien estimular la participación en la toma de decisiones. Sin embargo, todos estos propósitos por lo regular toman un proceso, por tal razón el trabajo para persuadir a la audiencia debe incluir: llevar la información, que ésta se entienda, que se esté de acuerdo con dicha información y luego actuar (18).

No importa cuál es el propósito del mensaje, éste debe desarrollarse con base a lo que se desea obtener, los factores que ayudan a determinar la aceptación pública incluye (18):

a) Claridad - Los mensajes deben cubrir claramente información que asegure el entretenimiento público y que limite las oportunidades de entender mal o tomar acciones inapropiadas. Los mensajes claros tienen tan pocos términos técnico-científicos como sea posible y eliminan la información que la audiencia no necesita, para lograr hacer que se tomen las decisiones necesarias. Un examen de lectura puede ayudar a determinar el nivel de lectura para entender el material escrito y seleccionar las palabras y frases más sencillas.

b) Puntos principales - Deben ser presionados y nunca escondidos en la información estratégicamente menos importante.

c) Tono y atracción - Un mensaje debe ser asegurador, alarmante, retador o impulsante; dependiendo del impacto deseado y la audiencia blanco. Los mensajes además deben ser verdaderos, honestos y tan completos como sea posible.

d) Credibilidad - La persona que habla y fuentes de información deben ser creíbles y verdaderas.

e) Necesidad pública - Para que un mensaje informativo capte la atención de la sociedad, éste debe basarse en lo que la audiencia blanco percibe como lo más importante para ellos (18).

Además de lo anteriormente expuesto, es importante mencionar que previo a la producción final, los mensajes deben ser preexaminados con audiencias blanco, confirmando así, respuestas esperadas; en particular con publicaciones sobre educación, salud, alimentación y nutrición. De tal manera que se cubran todos los aspectos que se consideren esenciales para asegurar una disponibilidad suficiente de alimentos, un consumo adecuado, así como una utilización satisfactoria de los nutrientes (18).

E. Comunicación Escrita en Guatemala

En Guatemala circulan varias revistas que son de carácter privado, entre las de mayor venta están: *Crítica y Crónica*; también circulan los diarios: *Prensa Libre*, *El Gráfico*, *Siglo XXI*, *La Hora*, *El Imparcial*, *El Regional*, *El Trajín*, *La República*, *Al Día* y *Guatemala Weekly* (diario en inglés).

También se encuentra el *Diario de Centroamérica* que es estatal y publica la aprobación de las Leyes y Decretos, ésto marca la diferencia con el resto de los diarios. Así mismo se encuentran revistas estatales, como la publicada por SEGEPLAN y las revistas publicadas por las Municipalidades Departamentales con aspectos sociales, monografías y otros temas variados. Los Organismos Internacionales, Regionales y Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), tienen una gran contribución en la publicación de revistas sobre temas de salud, alimentación y nutrición con carácter educativo, general y específico a la población, entre estas figuran: INCAP, UNICEF, OPS, OMS, APROFAM, etc.

1. Prensa Libre

Fue fundada el 20 de agosto de 1951. Es un medio informativo basado en la independencia, la honradez y la dignidad; siendo aún hoy en día su lema. En principio era un diario vespertino y tres años después circuló como diario matutino. El departamento de ventas cuenta con diferentes áreas que tienen funciones específicas, que son (17):

a) **Arte** - Su función principal es atender y apoyar las demandas de los ejecutivos del departamento de ventas, produciendo y creando arte con el fin de que el anunciante pueda presentar sus productos al lector de una manera atractiva. Además, presta servicios a los diferentes departamentos de la empresa y crea campañas publicitarias, mediante estudios de mercado.

b) Sección de anuncios - Destinada para todos aquellos anunciantes que desean colocar sus anuncios directamente en el diario y atender a las agencias publicitarias que van a dejar órdenes y materiales.

c) Sección de telemercadeo - Como parte del plan estratégico de Prensa Libre, nace Clasiring, en medio de Marketing directo orientado principalmente a la sección de clasificados del periódico con la finalidad básica de darle un mejor y cómodo servicio a los anunciantes.

d) Sección de Cliente Directo - Esta sección está destinada a prestar servicio a todos aquellos anunciantes que deseen trabajar directamente con el diario, sin que exista de por medio una agencia publicitaria. También es responsable de generar la búsqueda de nuevos anunciantes.

e) Sección Suplementos Especiales y Revistas - La función principal es comercializar los suplementos especiales, es decir aquellos suplementos que se publican eventualmente, además son responsables de innovar y crear constantemente suplementos, revistas o catálogos. La revista Amiga es comercializada en esta sección.

f) Sección de atención a agencias de publicidad - Atiende a todas las agencias publicitarias y son responsables de atender sus demandas y participación en los proyectos que el diario promueve.

g) Área de Venta de Sección Z - Su misión es incrementar la venta de la sección Z y buscar nuevos clientes.

2. Diario El Gráfico

Nació el 19 de julio de 1963, con la idea de ser un diario dinámico, moderno y el primero por introducir gráficas en su contenido, hecho al cual se atribuye su nombre (6).

Se ha caracterizado por tener técnicas tipográficas que han contribuido a ampliar el campo periodístico en Guatemala, haciendo desaparecer algunos criterios tradicionales. Su éxito se basa en las nuevas ideas, el sistema de impresión técnica de diagramado, sistema de titulación que resume los distintos estilos europeos y norteamericanos; numerosas ilustraciones, los rompimientos atractivos, nuevas técnicas de "Gran Reportaje", el subtítulo, los croquis explicativos, etc., hicieron que Diario El Gráfico ganara la confianza de anunciantes y publicistas (6).

3. Siglo XXI

Salió a luz el 1ro. De marzo de 1990. Su objetivo más importante es mantener el equilibrio noticioso y publicitario, con 40% de publicidad y 60% de información. Su tendencia es de montar un diario para cumplir con la educación formativa, que promueve el fortalecimiento de los procesos políticos, económicos y sociales del país.*

4. Crónica (Revista)

Nació en el año de 1987 a iniciativa de un grupo de empresarios, con el propósito de fortalecer y coadyuvar al desarrollo democrático del país, siendo su información dirigida a personas que tienen alguna influencia en la toma de decisiones. Durante un año previo a su aparición, se realizaron estudios de mercadeo.

Su enfoque es de análisis e interpretación, publica acontecimientos nacionales e internacionales y por ser un periódico revela las causas de los acontecimientos que ya se publicaron en los diarios. En su contenido tiene secciones fijas, entre las que figuran: Canchinflin, Naranja y Limón, El Dato, Preguntas sin Respuesta y otros. Entre las que no son fijas están las que no se tratan en los diarios y no son extensas (chismes comprobados). También es importante mencionar que para cada sección tiene más de 60 formatos de diagramación, los cuales se seleccionan de acuerdo al contenido de las distintas publicaciones.**

F. Estudios Realizados

En 1979, Domené (5) realizó una investigación para evaluar la efectividad utilizando grabaciones en la adquisición de conocimientos sobre nutrición y educación nutricional de las madres de niños preescolares en el área rural del municipio de Tecpán, departamento de Chimaltenango. Tomando como aldea control a Chirijuyú y la aldea Pachalí como experimental, participando un total de 15 madres por aldea. Los hallazgos encontrados fueron los siguientes: ninguna de las madres de ambas aldeas había recibido educación nutricional previa, las madres que utilizaron las grabadoras y cassettes no tuvieron dificultad en su uso, las grabaciones fueron

** ARROYAVE, NANCY. 1996. Miembro de la Junta Directiva de Aprobación de Publicaciones Especiales. Guatemala, Revista Crónica (Entrevista personal).

* COLMENARES, BEATRIZ. 1996. Jefe de Redacción del Suplemento Femenino. Guatemala. Diario Siglo XXI. (Entrevista personal).

escuchadas mientras realizaban oficios domésticos y en compañía de esposos e hijos; concluyendo que este método es útil, porque no tienen que salir de sus hogares para recibir educación nutricional

En 1980, Monroy (14) realizó un estudio con el objeto de investigar el tiempo que la radio difusión tiene disponible para la transmisión de programas o mensajes de nutrición y para esto se contó con la participación directa de las 32 emisoras de onda larga que transmitían desde la ciudad de Guatemala, y que presentan las de mayor potencia y más largo alcance. Para obtener la información se entrevistó en cada emisora a la persona que se encontraba en turno en el momento de la visita. Los resultados en relación con la duración del programa indican que las franjas radiales de 30 minutos de duración son las más frecuentes. Los programas relacionados con nutrición, son sumamente pocos, entre estos están: Club Femenino, Nuestro Mundo Dinámico, Cápsula Científica, Noticiero ABC, Un Poco de Todo y Cátedra del Hogar. Entre los anuncios comerciales de alimentos que más se transmiten están los de sopas Malher, cerveza Gallo, sopas Paviera y aguas gaseosas.

IV. JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación tienen como finalidad la emisión de mensajes orientados a informar, motivar, concientizar y educar a la población sobre diferentes temas relacionados con la situación socioeconómica y política del país, así como orientar a la población sobre otros temas tales como salud, educación, nutrición y alimentación.

Actualmente los medios de comunicación escrita generan mensajes nutricionales, por lo que es importante determinar la calidad de éstos que incluye: Contenido, grado de lectura, secciones donde se publican, extensión del mensaje, estructura, criterios empleados para su publicación, si cuentan con un programa establecido en cada medio de comunicación escrita a estudiar; así como también, los anuncios comerciales de alimentos y las instituciones o empresas que los promueven.

El presente estudio tiene como objetivo investigar los anteriores aspectos, a través de la revisión de diarios y periódicos publicados en la ciudad de Guatemala, que editan mensajes de alimentación y nutrición, siendo éstos: Prensa Libre, Diario El Gráfico, Siglo XXI y Revista Crónica.

A la fecha no se ha hecho ningún estudio al respecto, por lo que su determinación será de mucha utilidad tanto para la población en general como para las personas que publican mensajes de alimentación y nutrición en los medios de comunicación escrita antes mencionados.

V. OBJETIVOS

A. GENERAL

Determinar la calidad de la publicación de los mensajes de alimentación y nutrición en los medios de comunicación escrita de la ciudad de Guatemala, dirigidos a la población.

B. ESPECÍFICOS

1. Determinar la extensión que los medios de comunicación escrita utilizan para publicar mensajes sobre alimentación y nutrición.
2. Determinar el contenido de los mensajes de alimentación y nutrición según la cadena alimentaria y su vinculación con los problemas de salud prioritarios de la población guatemalteca.
3. Identificar el promedio del grado de lectura de los mensajes de alimentación y nutrición publicados.
4. Identificar las secciones que los medios de comunicación escrita utilizan para publicar los mensajes de alimentación y nutrición.
5. Determinar la periodicidad con que aparecen los mensajes de alimentación y nutrición por sección y medio.
6. Determinar los criterios en que se basan para seleccionar los mensajes de alimentación y nutrición que se publican en los medios de comunicación escrita a estudiar.
7. Determinar si las publicaciones sobre mensajes de alimentación y nutrición se basan en un programa ya establecido.
8. Determinar la fuente de donde se obtiene la información publicada sobre alimentación y nutrición.
9. Identificar el tipo y distribución de los anuncios sobre alimentación y nutrición publicados.

10. Determinar la influencia de comidas rápidas y de las clínicas de reducción de peso en los hábitos y patrones alimentarios de la población.

VI. MATERIAL Y MÉTODOS

A. Población

1. El 100% de los diarios Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y el periódico Revista Crónica, publicados durante el período del 1 de abril al 30 de junio de 1995.
2. El 100% de los jefes de redacción encargados de publicar mensajes de alimentación y nutrición de cada diario y periódico incluido en este estudio.

B. Tipo de Estudio

Retrospectivo y descriptivo.

C. Materiales

1. Recursos

a) Humano

i. Jefes de redacción encargados de la publicación de los mensajes de alimentación y nutrición en los medios de comunicación escrita.

ii. Investigador

b) Físicos

i. Diarios y periódicos publicados del 1 de abril al 30 de junio de 1995 y que publican mensajes de alimentación y nutrición en la ciudad de Guatemala, siendo: Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y la revista Crónica.

ii. Papelería y útiles de escritorio.

iii. Computadora.

2. Instrumentos

a) "Mensajes de Alimentación y Nutrición publicados en los Medios de Comunicación Escrita" (anexo No. 1).

b) "Determinación del Grado de Lectura de los Mensajes de Alimentación y Nutrición Publicados" (anexo No. 2).

c) "Entrevista a Jefes de Redacción Encargados de la Publicación de los Mensajes de Alimentación y Nutrición" (anexo No. 3).

d) "Anuncios de Alimentación y Nutrición Publicados en los Medios de Comunicación Escrita (anexo No. 4).

D. Metodología

1. Para la selección de la población

a) Se seleccionaron los diarios Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y el periódico Revista Crónica, debido a que son los que publicaban mensajes de alimentación y nutrición en el periodo de estudio establecido.

b) Se trabajó con el 100% de los jefes de redacción, debido a que son ellos los que deciden qué mensajes se publican.

2. Para la elaboración de instrumentos

a) El formulario "Mensajes de Alimentación y Nutrición publicados en los Medios de Comunicación Escrita" (anexo No. 1), se elaboró con base a la cadena alimentaria (ver figura No. 1), las consideraciones para la construcción de un mensaje y las reglas básicas en la publicidad (ver antecedentes en las páginas No. 17 y No. 19 respectivamente) y las primeras causas de mortalidad y morbilidad en Guatemala que son: (en forma descendente) 1) Infecciones respiratorias agudas; 2) parasitismo intestinal; 3) desnutrición proteico energética; 4) síndrome diarreico; 5) enfermedades de la piel; 6) bronconeumonía; 7) enfermedad péptica; 8) infección urinaria; 9) anemia; 10) amebiasis.

Este formulario consta de los siguientes aspectos: datos generales, clasificación del contenido y de los mensajes y clasificación de las características de los mensajes. Cuenta

además con un instructivo donde se presentan los códigos para anotar la respuesta de cada pregunta y facilitar la tabulación y posterior análisis.

b) El formulario "Determinación del Grado de Lectura de los Mensajes de Alimentación y Nutrición" (anexo No. 2), se elaboró tomando en cuenta los datos necesarios para aplicar posteriormente la fórmula llamada SMOG (ver anexo No. 5) (18), que determina el grado de lectura de un mensaje o artículo publicado. El instructivo del formulario presenta códigos para facilitar su tabulación y análisis.

c) El formulario "Entrevista a Jefes de Redacción Encargados de Publicar Mensajes de Alimentación y Nutrición" (anexo No. 3), se elaboró tomando en cuenta los objetivos de este estudio y para determinar cuál es el proceso que sigue un mensaje para ser publicado. Este formulario consta de los siguientes aspectos: información general e información interna, también consta de un instructivo.

d) El formulario "Anuncios de Alimentación y Nutrición Publicados en los Medios de Comunicación Escrita" (anexo No. 4), se elaboró con base a la descripción para cada tipo de anuncio, siendo (13):

i. Anuncio Informativo - Como su nombre lo indica anuncia o da a conocer la información de productos nuevos que salen al mercado donde las empresas y los MCE dan a conocer los productos mediante una conferencia de prensa o una reunión social, que se publica posteriormente

ii. Anuncio Educativo - Desarrolla las habilidades y destrezas de los lectores a través de la publicación de actividades para que ejecute el lector. Dichos anuncios son patrocinados por empresas que ganan reputación y prestigio.

iii. Anuncio de Propaganda - Promociona productos líderes en el mercado que aumentan sus ventas, de hecho las empresas de estos productos son anunciantes permanentes. No se incluyeron los anuncios publicados por supermercados sobre productos alimenticios, por ser únicamente distribuidores y no productores.***

*** PEREZ CASTRO, D. 1996. Sección Anuncios. Guatemala. Diario Siglo XXI. (Entrevista personal).

3. Para la recolección de datos

a) Para la recolección de datos se recurrió a la Hemeroteca Nacional, donde se revisaron diarios y periódicos publicados del 1 de abril al 30 de junio de 1995. Utilizando los formularios de los anexos 1,2 y 4.

b) La entrevista a jefes de redacción se realizó utilizando el formulario del anexo 3, a través de preguntas directas formuladas por el investigador.

4. Para la tabulación y análisis de los datos

a) "Mensajes de Alimentación y Nutrición Publicados en los Medios de Comunicación Escrita". Para este componente se utilizó el formulario del anexo No. 5. Los aspectos tabulados y analizados fueron: extensión del mensaje, contenido de los mensajes de alimentación y nutrición, cobertura de los problemas prioritarios en salud, sección, periodicidad; presentándose según número y porcentaje por MCE.

b) "Promedio de Grado de Lectura de los Mensajes de Alimentación y Nutrición Publicados", se tabuló y analizó el promedio del grado de lectura por cada MCE, según su frecuencia.

c) "Entrevistas a Jefes de Redacción Encargados de la Publicación de los Mensajes de Alimentación y Nutrición", se tabularon y analizaron las respuestas que proporcionaron los jefes de redacción de cada MCE.

d) "Anuncios de Alimentación y Nutrición Publicados en los Medios de Comunicación Escrita". se tabularon y analizaron los anuncios según el tipo, distribución de los anuncios por alimentos e instituciones y empresas comerciales; por cada MCE, según frecuencia en número y porcentaje.

VII. RESULTADOS

Se revisaron los diarios Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y el periódico Crónica (ver definición de diario y periódico en la página 14 de antecedentes); publicados durante el período del 01 de abril al 30 de junio de 1995. A través de un estudio retrospectivo, se determinó en los mensajes de alimentación y nutrición publicados, los siguientes aspectos: extensión, contenido de los mensajes de alimentación y nutrición según la cadena alimentaria, cobertura con los problemas prioritarios en salud; sección, periodicidad, el grado de lectura. Se entrevistó a las personas encargadas de publicar estos mensajes, para determinar los criterios en que se basaron, si existe un programa educativo, de qué fuente obtuvieron la información, los pasos que sigue un artículo antes de ser publicado por los MCE. Así también, los anuncios según el tipo, distribución de anuncios por alimento y las instituciones y empresas que los publicaron; a continuación se presentan los resultados obtenidos.

En el cuadro No. 1 se presenta la extensión de los mensajes publicados en los MCE, encontrándose el mayor número de publicaciones en la extensión de "un cuarto de página" con 77 mensajes (28.4%); seguida de ésta, la extensión de "una página" con 75 mensajes (27.9%) donde El Gráfico tiene el mayor número y porcentaje con 61 mensajes (22.5%); y Prensa Libre con 30 mensajes (11.0%) para cada extensión respectivamente.

CUADRO No.1

EXTENSIÓN DE LOS MENSAJES DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DURANTE EL PERÍODO DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

EXTENSIÓN (Páginas)	PRENSA LIBRE		EL GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Un cuarto	8	3.0	61	22.5	8	3.0	0	0.0	77	28.4
Media	21	77.0	3	1.1	9	3.3	1	0.4	34	12.5
Una	30	11.0	16	5.9	27	10.0	2	0.7	75	27.7
Dos columnas	16	5.9	3	1.1	5	1.8	0	0.0	24	8.9
Otros (*)	36	13.3	6	2.2	14	5.2	5	1.8	61	22.5
Total	111	41.0	89	32.8	63	23.2	8	3.0	271	100

(*) dos páginas o más, media y una columna.

En el cuadro No. 2 se presentan los contenidos del tema "Disponibilidad y Acceso de los Alimentos" donde factores ecológicos aparece con 22 mensajes (51.2%); seguido de "Técnicas agrícolas" con 10 mensajes (23.3%). Prensa Libre y Siglo XXI publicaron primer contenido con igual número y porcentaje, siendo 9 mensajes (20.9%). En cuanto al contenido "Técnicas agrícolas" El Gráfico publicó 7 mensajes (16.3%), Prensa Libre con 2 (4.7%) y Siglo XXI con 2 mensajes (2.3%).

CUADRO No.2

NÚMERO Y PORCENTAJE DE LOS CONTENIDOS DEL TEMA DISPONIBILIDAD Y ACCESO DE ALIMENTOS, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

CONTENIDO	PRENSA LIBRE		EL GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Producción de alimentos	4	9.3	0	0.0	1	2.3	0	0.0	5	11.6
Factores ecológicos	9	20.9	4	9.3	9	20.9	0	0.0	22	51.2
Técnicas agrícolas	2	4.7	7	16.3	1	2.3	0	0.0	10	23.3
Prácticas de almacenamiento	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Tecnología de alimentos	1	2.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.3
Otros (*)	1	2.3	0	0.0	1	2.3	3	7.0	5	11.6
TOTAL	17	39.5	11	25.6	12	27.9	3	7.0	43	100.0

(*) Otros: Ayuda alimentaria, reforma agraria.

El cuadro No. 3 presenta los contenidos del tema "Consumo de Alimentos" publicados en los MCE, de estos el más publicado fue el contenido "Preparación de alimentos" con 84 mensajes (76.4%), seguido de "Hábitos y creencias alimentarias" con 22 mensajes (20.0%).

El MCE que más publicó estos contenidos fue El Gráfico con 56 mensajes (50.9%), Prensa Libre con 17 mensajes (15.6%) y Siglo XXI con 12 mensajes (11.0%), estos datos con relación a

"Preparación de alimentos". Con respecto al contenido "Creencias y hábitos alimentarios", fue El Gráfico con el mayor número y porcentaje de 16 (14.5%), seguido de Siglo XXI con 4 (3.6%) y Crónica con 2 (1.8%) mensajes.

CUADRO No. 3

NÚMERO Y PORCENTAJE DE LOS CONTENIDOS DEL TEMA CONSUMO DE ALIMENTOS PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA, DURANTE EL PERÍODO DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

CONTENIDO	PRENSA LIBRE		EL GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Hábitos y creencias alimentarias	16	14.5	0	0.0	4	3.6	2	1.8	22	20.0
Capacidad de compra	0	0.0	0	0.0	1	0.9	0	0.0	1	0.9
Distribución intrafamiliar	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Preparación de alimentos	17	15.5	56	50.9	12	11.9	0	0.0	84	76.4
Otros (*)	2	1.8	0	0.0	0	0.0	1	0.9	3	2.7
TOTAL	35	31.8	56	50.9	16	14.5	3	2.7	110	100.0

(*) Otros: Niveles de ingreso, medidas contra el hambre.

En el cuadro No. 4 se encuentran los contenidos del tema "Utilización Biológica de los Alimentos" teniendo el mismo número y porcentaje de publicaciones con 16 mensajes (25.06%), los contenidos "Infecciones que afectan el estado nutricional" y "Cobertura de servicios de salud". Siglo XXI publicó 7 mensajes (10%), seguido de El Gráfico con 6 mensajes (9.4%), respectivamente.

CUADRO No. 4

NÚMERO Y PORCENTAJE DE LOS CONTENIDOS DEL TEMA UTILIZACIÓN BIOLÓGICA DE LOS ALIMENTOS, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

CONTENIDO	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Control y prevención de enfermedades	5	7.8	2	3.1	5	7.8	0	0.0	12	18.5
Infecciones afectan estado nutricional	3	4.7	6	9.4	7	10.9	0	0.0	16	25.0
Higiene y manipulación de alimentos	4	6.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	6.3
Saneamiento ambiental	3	4.7	0	0.0	2	3.1	1	1.6	6	9.5
Estado de salud	1	1.6	1	1.6	2	3.1	0	0.0	4	6.3
Cobertura de servicios de salud	2	3.1	6	9.5	7	10.9	1	1.0	16	25.0
Otros (*)	1	1.6	3	4.7	2	3.1	0	0.0	6	9.5
TOTAL	19	29.7	18	28.1	25	39.1	2	3.1	64	100.0

(*) Otros: Medicamentos que afectan el apetito.

El cuadro No. 5 muestra los contenidos del tema "Estado Nutricional Normal" publicado en los MCE, siendo el contenido de "Micronutrientes" con 9 mensajes (29.0%), seguido con los mismos números y porcentajes "Valor Nutritivo de los Alimentos" y "Alimentación en Diferentes Edades y Estadíos Especiales" con 8 mensajes (25.8%).

MCE que tuvo el mayor número de publicaciones con respecto al contenido "Micronutrientes" fue Prensa Libre con 7 mensajes (22.6%), seguido de El Gráfico y Siglo XXI con 1 mensaje (3.2%) cada uno

CUADRO No. 5

NÚMERO Y PORCENTAJE DE LOS CONTENIDOS DEL TEMA ESTADO NUTRICIONAL NORMAL, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995

CONTENIDO	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Macronutrientos	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Micronutrientos	7	22.6	1	3.2	1	3.2	0	0.0	9	29.0
Antropometría	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Valor nutritivo de los alimentos	5	16.1	0	0.0	3	9.7	0	0.0	8	25.8
Alimentación en diferentes edades y estadios especiales	5	16.1	0	0.0	3	9.7	0	0.0	8	25.8
Dietas	4	12.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	12.9
Otros (*)	2	6.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	6.4
TOTAL	23	74.2	1	3.2	7	22.6	0	0.0	31	100.0

(*) Otros: Necesidades nutricionales.

En el Cuadro No. 6 se presentan los contenidos del tema "Mal Nutrición" publicados en los MCE, de los cuales los contenidos de "Obesidad" y "Enfermedades cardiovasculares" fueron los más publicados con 5 mensajes (21.7%) cada uno. El primer contenido en mención fue publicado mayor número de veces por Prensa Libre con 5 mensajes (21.7%) mensajes, con igual número y porcentaje se publicó el contenido de "Enfermedades cardiovasculares", en los diarios Prensa Libre y Siglo XXI con 2 mensajes (8.7%).

CUADRO No. 7

RESUMEN DE LOS TEMAS DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PUBLICADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995

TEMA	PRENSA LIBRE		EL GRAFICO		SIGLO XX1		CRONICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Disponibilidad y Acceso de Alimentos	17	6.3	11	4.1	12	4.4	3	1.1	43	15.9
Consumo de Alimentos	35	13.0	56	20.7	16	5.9	3	1.1	110	40.7
Utilización Biológica de los Alimentos	19	7.0	18	6.7	25	9.3	2	0.7	64	23.7
Estado Nutricional Normal	23	8.5	1	0.4	7	2.6	0	0.0	31	11.5
Malnutrición	17	6.3	3	1.1	3	1.1	0	0.0	23	8.1
TOTAL	111	41.1	89	33.0	63	23.3	8	3.0	271	100.0

En el cuadro No. 8 se presenta la Cobertura de los Problemas Prioritarios en Salud, publicados en los MCE, se puede apreciar que de 271 mensajes sobre Alimentación y Nutrición publicados 215 (79.3%) no están relacionados con los prioritarios en Salud Pública. Únicamente 56 mensajes (20.7%) publicados si están relacionados con estos.

El MCE que más publicó mensajes vinculados con los problemas prioritarios en Salud Pública fue Siglo XXI con 20 mensajes (7.4%), seguido de Prensa Libre con 18 mensajes (6.6%), El Gráfico con 16 mensajes (5.9%) y Crónica con 2 mensajes (0.7%).

CUADRO No. 8

COBERTURA DE LOS PROBLEMAS PRIORITARIOS EN SALUD, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

COBERTURA DE LOS PROBLEMAS PRIORITARIOS EN SALUD	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Sí	18	6.6	16	5.9	20	7.4	2	0.7	56	20.7
No	93	34.3	73	26.9	43	15.9	6	2.2	215	79.3
TOTAL	111	40.9	89	32.8	63	23.3	8	2.9	271	100.0

El cuadro No. 9 presenta la sección de los mensajes de Alimentación y Nutrición publicados en los MCE, donde de un total de 271, 202 mensajes (74.5%) fueron publicados en la sección de "Suplementos"; seguido de la sección "otros" con 37 mensajes (13.7%). Prensa Libre fue el medio que más publicó en esta sección con 98 mensajes (36.2%); seguido en forma descendente por El Gráfico con 69 mensajes (25.5%) y Siglo XXI con 35 mensajes (13.0%).

CUADRO No. 9

MENSAJES DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE
PUBLICACIÓN ESCRITA POR SECCIÓN, DURANTE EL PERÍODO
DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

SECCION	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Reportaje	7	2.6	9	3.3	1	0.4	1	0.4	8	6.6
Entrevista	0	0.0	3	1.1	1	0.4	0	0.0	4	1.5
Nota científica	0	0.0	1	0.4	9	3.3	0	0.0	10	3.7
Suplemento	98	36.2	69	25.5	35	13.0	0	0.0	202	74.5
Otros (*)	6	2.2	7	2.6	17	6.3	7	2.6	37	13.7
TOTAL	111	41.0	89	32.8	63	23.2	8	3.0	271	100.0

(*) Otros: Noticia, editorial, opinión, suceso, crítica, crónica

En el cuadro No. 10 se presenta la periodicidad de los diferentes temas que se publicaron en el período de tiempo que se tomó para este estudio. Se presentan los temas mediante códigos, correspondiendo: 101 para Disponibilidad y Acceso de Alimentos; 102 para Consumo de Alimentos; 103 para Utilización Biológica de los Alimentos; 104 para Estado Nutricional Normal y 105 para Malnutrición.

El tema de Disponibilidad y Acceso de Alimentos, se publicó en suplementos semanales y mensuales (código 101). El tema Consumo de Alimentos (código 102), se publicó diariamente y cada mes en suplementos en fechas trascendentales como el Día de la Madre, Día del Padre, y. Otras fechas similares en el período de tiempo que fue realizado este estudio.

El tema Utilización Biológica de los Alimentos (código 103), se publicó cada 15 días. Los temas de "Estado Nutricional Normal y Malnutrición" (códigos 104 y 105 respectivamente), se publicaron quincenal y mensualmente. También se publicaron cada dos o tres días, cada cuatro o cinco días y hasta en ocasiones cada dos meses. Por lo que fue necesario escribir

en periodicidad un espacio en el cuadro No. 10; siendo llamado "otro", que representa la irregularidad de estas publicaciones.

Los temas publicados con irregularidad fueron: "Disponibilidad y Acceso de Alimentos, Utilización biológica y Dietoterapia".

En este cuadro se observa que, Prensa Libre y El Gráfico publicaron de manera diaria, semanal, quincenal, mensual y también irregularmente. En tanto Siglo XXI publicó : semanal, mensual e irregularmente. Crítica publicó mensual e irregularmente.

En el cuadro No. 11 se presenta el promedio del Grado de Lectura de los temas publicados en los MCE, observándose que el mayor número se encuentra en el grado de lectura 13 con 52 mensajes; lo que representa entre 91 y 110 palabras polisilabas. Lo anterior requiere un nivel de escolaridad de secundaria para facilitar su comprensión, el tema que más se publicó con el Grado de Lectura 13 fue el de Consumo de Alimentos, en el cual se encuentran los contenidos de "Hábitos y Creencias Alimentarias", "Capacidad de Compra", "Distribución Intrafamiliar", "Preparación de Alimentos" y "Otros".

El MCE que más publicó mensajes de Alimentación y Nutrición con éste grado de lectura fue El Gráfico con 25 mensajes; tres del tema Disponibilidad y Acceso de Alimentos y 22 del tema Consumo de Alimentos.

CUADRO No.11

PROMEDIO DEL GRADO DE LECTURA DE LOS MENSAJES DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

GRADO DE LECTURA	PRENSA LIBRE					EL GRÁFICO					SIGLO XXI					CRÓNICA					TOTAL MENSAJES
	101	102	103	104	105	101	102	103	104	105	101	102	103	104	105	101	102	103	104	105	
4																					
5																					
6																					
7																					
8				2																	15
9	1	2	3	1		1	1				2										10
10																					12
11				2																	20
12				1																	31
13	3	5	8	2		3	22				3	4									52
14	3	4	1	1	3		9				1	2									30
15	2	3	4	1	2	1	4				2	1									26
16	2	4	1	4	2	2	2				1	1									21
17	4	4	4	5	2	1	1				1	1									35
18	2			3	3	1	1				1	2									19
TOTAL	17	35	19	23	17	11	56	18	1	3	12	16	25	7	3	3	3	2	0	0	271

101: Disponibilidad y Acceso de Alimentos; 102: Consumo de Alimentos; 103: Utilización Biológica de Alimentos; 104: Estado Nutricional Normal; 105: Malnutrición

CUADRO No. 12
**RESPUESTAS OBTENIDAS DE LOS JEFES DE REDACCIÓN ENCARGADOS DE LA PUBLICACIÓN DE MENSAJES
 DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN, EN UNA ENTREVISTA CONCERTADA DEL DOS AL SEIS DE SEPTIEMBRE DE 1996.**

ELEMENTOS CONSIDERADOS	PRENSA LIBRE	EL GRÁFICO	SIGLO XXI	CRÓNICA
Qué cargo o puesto ocupa ?	Jefe de redacción en temas de salud.	Encargado del Suplemento Femenino	Jefe de redacción y Edición del Suplemento Femenino.	Miembro de la Junta de Aprobación de Publicaciones
Qué tiempo tiene de laborar en la empresa ?	Dos años y seis meses	Seis años	Dos años y Cuatro meses	Cuatro años
Tiempo que tiene de ocupar el cargo actual ?	Dos años y seis meses	Tres años	Dos años	Tres años
En qué criterios se basan para seleccionar los mensajes de alimentación y nutrición ?	En la opinión de subscriptores y no subscriptores, mediante llamadas telefónicas y estudios de mercadeo.	De acuerdo a las necesidades del ama de casa y los temas de actualidad sobre alimentación y nutrición que hacen noticia.	Temas de actualidad basados en las costumbres y creencias nacionales.	En el perfil y nivel educativo de sus subscriptores. Y la convicción de no repetir ningún tema.
Cuentan con un programa educativo sobre temas alimentario-nutricionales ?	Se cuenta con un programa para establecer qué temas serán publicados, durante un periodo de tiempo.			
Fuentes de información sobre alimentación y nutrición utilizadas ?	Entrevista con profesionales (medios y nutricionistas), agencias internacionales de noticias vía satélite, Internet, acudiendo a seminarios y congresos sobre nutrición.			
Proceso de Publicación	<ul style="list-style-type: none"> • Fuente o entrevista • Transcripción exacta • Redacción • Corrección • Revisión • Aprobación • Diagramación • Archivo de fotos • Impresión • Publicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación • Entrevista • Redacción • Corrección • Diagramación • Impresión • Publicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de los temas para un mes • Revisión de libros o entrevista • Diagramación • Corrección • Aprobación • Impresión 	<ul style="list-style-type: none"> • Leen todo lo que llega durante siete días • Se reúnen y aprueban los temas a publicar • Confeccionar y levantar texto • Diagramación • Editar • Revisión de estilo • Selección de fotos • Impresión • Publicación

En el cuadro No. 13 se muestra el número y porcentaje del tipo de anuncios publicados en los MCE; siendo, los anuncios de propaganda los más emitidos, con 683 (87.0%). Prensa Libre publicó el mayor número de anuncios, siendo 300 comerciales (38.2%); seguido de El Gráfico con 204 (26.0%); Siglo XXI 171 (21.8%) y Crónica con 8 anuncios (1.0%).

CUADRO No. 13

NÚMERO Y PORCENTAJE DEL TIPO DE ANUNCIOS SOBRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

TIPO DE ANUNCIO	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Informativo	14	1.8	0	0.0	29	3.7	0	0.0	43	5.5
Educativo	31	3.9	0	0.0	28	3.6	0	0.0	59	7.5
Propaganda	300	38.2	204	26.0	171	21.8	8	1.0	683	87.0
Otros (*)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0.0
TOTAL	555	70.3	212	27.0	228	29.0	8	1.0	785	100.0

- Otros: Mezcla entre los tres tipos.

El cuadro No. 14 presenta el número y porcentaje de la distribución de los anuncios por alimento publicados en los MCE. Se observa que los anuncios de comidas preparadas tienen 273 publicaciones (34.6%), seguido de bebidas con 219 publicaciones (27.8%) y golosinas con 103 publicaciones (13.1%). Clínicas de reducción de peso también figura en las publicaciones más emitidas con 96 (12.2%). El MCE que más publicó comerciales sobre comidas preparadas fue Prensa Libre con 124 publicaciones (15.7%); seguido de El Gráfico con 112 (14.2%).

CUADRO No. 14

NÚMERO Y PORCENTAJE DE LA DISTRIBUCIÓN DE ANUNCIOS SOBRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN, PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

DISTRIBUCIÓN	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Carne	6	0.8	0	0.0	2	0.2	1	0.1	9	1.1
Cereales	12	1.5	0	0.0	27	3.4	0	0.0	39	4.9
Verduras	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Frutas	1	0.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.1
Leches	5	0.6	40	0.0	40	0.0	0	0.0	5	0.6
Bebidas	73	9.3	94	11.9	49	6.2	3	0.4	219	27.8
Embutidos	2	0.2	0	0.0	1	0.1	0	0.0	3	0.4
Comidas Preparadas	124	15.7	112	14.2	34	4.3	3	0.4	273	34.6
Golosinas										
Clínicas de Reducción de Peso	13	1.6	15	1.9	75	9.5	0	0.0	103	13.1
	81	10.3	0	0.0	15	1.9	0	0.0	96	12.2
Otros (*)	12	1.5	21	2.7	4	0.5	0	0.0	37	4.7
TOTAL	329	41.7	242	30.7	207	26.2	7	0.9	785	100.0

(*) Otros: Aceites, grasas.

En el cuadro No. 15 se muestra el número y porcentaje de las instituciones y empresas que publican anuncios sobre Alimentación y Nutrición en los MCE. Los restaurantes de comida Internacional, (por ejemplo, Restaurantes de comida rápida; Burger King, Mc Donald, Restaurante de comida china, mexicana, etc.), tienen el mayor número de publicaciones con 255 (32.5%). El MCE que más publicó estos anuncios fue

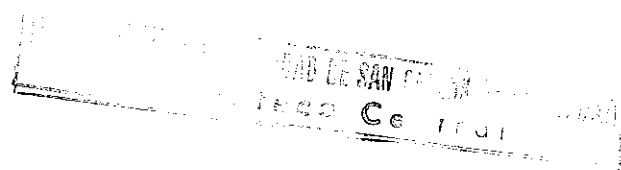
Prensa Libre con 132 anuncios (16.8%); seguido de El Gráfico con 80 (10.2%); Siglo XXI con 40 (5.1%) y Crónica con 3 anuncios (0.4%).

CUADRO No. 15

NÚMERO Y PORCENTAJE DE LAS PUBLICACIONES SOBRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN HECHAS POR LAS EMPRESAS ALIMENTICIAS Y REDUCCIÓN DE PESO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL 1 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DE 1995.

EMPRESAS E INSTITUCIONES	PRENSA LIBRE		GRÁFICO		SIGLO XXI		CRÓNICA		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Clínicas de Reducción de Peso	81	10.3	0	0.0	15	1.9	0	0.0	96	12.2
Restaurantes Nacionales	7	0.9	4	0.5	3	0.4	0	0.0	14	1.8
Restaurantes Internacionales	132	16.8	80	10.2	40	5.1	3	0.4	255	32.5
Fabricas Nacionales de Alimentos	22	2.8	22	2.8	97	12.4	4	0.5	145	18.5
Fabricas Internacionales de Alimentos	30	3.8	20	2.5	30	3.8	0	0.0	88	10.2
	75	9.6	91	11.6	29	3.7	0	0.0	195	24.8
Otros (*)										
TOTAL	347	42.2	217	27.6	214	27.3	7	0.9	785	100.0

(*) Otros: Embotelladoras de aguas gaseosas.



VIII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación permitió determinar la calidad de los mensajes de alimentación y nutrición, publicados en los medios de comunicación escrita, a través de la extensión, contenido de los mensajes, cobertura de los problemas prioritarios en salud, sección, periodicidad, promedio del grado de lectura; los criterios para la comunicación de los mensajes en los MCE, los cuales se analizaron tomando en cuenta parámetros descriptivos.

Se analizaron también los anuncios según el tipo, distribución de anuncios por alimentos y las empresas e instituciones que se anunciaron.

En lo referente a extensión, un cuarto de página (28.4%) fue el más utilizado para la publicación de los artículos sobre alimentación y nutrición, lo que podría suponer que se utilizó como relleno entre un anuncio y otro o bien, entre artículos de diferentes temas. Sin embargo, es probable que un texto breve sea íntegramente leído por mayor número de lectores, que incluso un texto más largo, pero superficialmente.

Por otra parte, la extensión de una página (27.9%); es fácil de identificar por la ausencia de otros artículos y anuncios que distraen al lector. En esta extensión es probable incluir toda la información necesaria y concisa, evitándose la fragmentación de los contenidos, los cuales empiezan en una página y terminan en otra diferente.

Los contenidos se analizaron según la cadena alimentaria, donde en el tema "Disponibilidad y Acceso de Alimentos" (43 mensajes) se destacó "Factores ecológicos" (51.2%). Sin embargo, aun cuando el país es eminentemente agrícola estos contenidos son publicados en las secciones de noticia, editorial, crítica (ver anexo No. 6), etc. quedando en el lector la opinión del MCE o bien de una persona en particular, sin dar a conocer las causas que afectan principalmente la producción de alimentos de tal forma que eduquen al lector.

En los contenidos del tema "Consumo de Alimentos" (110 mensajes) se destacó "Preparación de Alimentos" (76.4%), en donde se publicaron recetas de cocina para diferente ocasiones; sin tomar en cuenta la importancia de distribuir los alimentos a nivel familiar; mejorar los hábitos alimentarios, o bien dar a conocer recetas sencillas de acuerdo a las costumbres, creencias y capacidad de compra de la población; informar el porqué de cada preparación y su beneficio al estado nutricional.

Por otro lado, algunos artículos (ejemplo: Alimentación intrafamiliar) son manejados como élite, porque se publicaron en suplementos que únicamente llegan a los suscriptores de los MCE, y de hecho no aparecen en la muestra de este estudio.

Los contenidos del tema "Utilización Biológica de los Alimentos" (64 mensajes), fueron publicados como noticia, reportaje e incluso como nota científica, cuando es más importante dar a conocer las causas que afectan el estado nutricional, mediante artículos educativos de medicina preventiva y acciones que lleven a un buen estado nutricional, debido a que se cuenta con menos del 50% de cobertura específica de los Servicios de Salud Pública y Asistencia Social y un creciente deterioro ambiental.

De los contenidos del tema "Estado Nutricional Normal" (31 mensajes), "Macronutrientes" y "Antropometría" no fueron publicados, probablemente se debe al desconocimiento de su importancia, por parte de los MCE; debido a la relación con el crecimiento físico y la mala nutrición de la población guatemalteca. La dieta básica de la población está compuesta por cereal-leguminosa (maíz-frijol) que podría ser variada o modificada con otros alimentos de bajo costo que al mezclarse provean los nutrimentos necesarios para un crecimiento normal, siendo información útil para los lectores.

Los contenidos del tema "Malnutrición", por ser más especializados se publicaron en suplementos o bien en secciones fijas; del contenido "Dietas especiales" se publicaron cuatro mensajes (17.4%), aunque fueron pocos, el problema radica en el hecho que los lectores los pongan en práctica sin una evaluación profesional.

Entre las primeras causas de morbilidad y mortalidad a nivel nacional se encuentra la desnutrición protéico energética que se relaciona con las deficiencias nutricionales por micronutrientes, y aún siendo así no se publicaron estos contenidos; lo cual es comprensible porque de 271 mensajes publicados en los tres meses de estudio (1 de abril al 30 de junio de 1995) únicamente 56 mensajes (20.7%) se vincularon con los problemas prioritarios en salud (ver cuadro No. 8).

Referente a sección, el Suplemento (74.5%) fue la sección más utilizada por los MCE para publicar los mensajes de alimentación y nutrición, esto es conveniente porque permite diferenciar fácilmente los artículos especiales de los de aparición frecuente. Así también, la periodicidad de mayor frecuencia fue semanal, coincidiendo con la sección Suplemento, la cual aparece cada ocho días.

Con relación al grado de lectura de los mensajes publicados, el promedio fue de 13, significando un rango de 91 a 110 palabras polisílabas por mensaje publicado; requiriéndose para su comprensión un nivel escolar medio, lo cual es contradictorio dado el bajo nivel escolar en nuestro país. Los

términos técnico -científicos utilizados limitan la comprensión de la lectura en extensiones de un cuarto de página y mayores a ésta; lo que le resta interés e importancia a un artículo dando lugar, incluso, a que ya no sea leído.

Respecto a los anuncios comerciales sobre alimentos, fueron diferenciados en Anuncio : informativo, educativo y de propaganda (ver pagina No. 30); donde este último tiene mayor influencia en el lector, destacándose los anuncios de restaurantes internacionales de comida rápida (Mc Donals, Burguer King, Two Amigos, etc.), bebidas, golosinas y las clínicas de reducción de peso. Es probable que estos productos estén ya en los hábitos alimentarios de las poblaciones urbanas, lo cual es razonable con una sociedad que afronta problemas de mala nutrición, aunado al estilo de vida cómoda y sin esfuerzo para obtener una figura esbelta que atractivamente anuncian las clínicas de reducción de peso.

En la entrevista realizada a los jefes de redacción, el título del cargo que cada uno ocupaba presentó características heterogéneas, lo que reflejó el enfoque que cada MCE estudiado le dió a los mensajes que publicaron. El tiempo que tenían de laborar en la empresa y el tiempo de ocupar el cargo de jefes de redacción, sugiere que tienen la experiencia para publicar mensajes que captan la atención de anunciantes y lectores.

En términos generales los criterios para seleccionar los mensajes de alimentación y nutrición se relacionaron con el grado de lectura del mensaje (Crónica y Prensa Libre), y relativamente a las necesidades del ama de casa basándose en creencias y costumbres nacionales. Esto es debido a que toman en cuenta la opinión de los subscriptores, quienes probablemente tienen un nivel de escolaridad de secundaria y superior.

Lo anterior contrasta con la necesidad real de la problemática del país, pero está acorde a la necesidad sentida por los subscriptores. Sin embargo, es importante dar a conocer las dificultades de la población enfocándolas de acuerdo a un programa educativo sobre temas en salud y nutrición del cual carecen los Medios de Comunicación Escrita.

La fuente de información sobre alimentación y nutrición utilizados es igual para los cuatro medios de comunicación estudiados. En cuanto al proceso que sigue un mensaje antes de ser publicado difiere de un diario y un periódico, en donde para éste último no depende de una persona aprobar un artículo, sino de una directiva, posiblemente porque el periódico publica información especializada por ser su enfoque de análisis e interpretación, porque revela las causas de los acontecimientos que ya se publicaron en los diarios.

En general Prensa Libre publicó mayor número de mensajes 111 artículos (41.1%) y Crónica únicamente 8 mensajes (3.0%) de un total de 270, posiblemente se deba a su periodicidad semanal, en donde los mensajes de alimentación y nutrición aparecen no siempre en este período de tiempo.

IX. CONCLUSIONES

1. Las extensiones que más utilizaron los MCE fue un cuarto de página y una página.
2. Los contenidos publicados sobre alimentación y nutrición se relacionaron únicamente en un 20.7% con los problemas prioritarios en salud.
3. El promedio del grado de lectura de los mensajes publicados es de 13, correspondiendo un rango entre 91 a 110 palabras polisílabas, requiriéndose una escolaridad media para la comprensión de lectura.
4. Para diferenciar los artículos especiales de los de aparición frecuente, los MCE utilizaron la sección Suplemento, debido a su fácil identificación para atraer la atención de anunciantes y lectores.
5. La periodicidad frecuente para publicar mensajes de alimentación y nutrición es semanal, que coincidió con la sección Suplemento.
6. Los criterios que se tomaron en cuenta para la publicación de un mensaje alimentario nutricional son variados, entre ellos el perfil y nivel educativo de los subscriptores, las costumbres y creencias alimentarias nacionales, las necesidades del ama de casa (a través de llamadas telefónicas) y estudios de mercadeo.
7. Los MCE no cuentan con un programa educativo sobre temas de alimentación y nutrición.
8. La fuente de información sobre alimentación y nutrición utilizada por los MCE fue la entrevista a profesionales nutricionistas y médicos, agencias internacionales de noticias vía satélite, internet, acudiendo a seminarios y congresos sobre nutrición.
9. El tipo de anuncios de propaganda fueron los más publicados, siendo estos: comidas preparadas, bebidas, golosinas y clínicas de reducción de peso. Influyendo en los hábitos y costumbres alimentarias de la población.
10. El título del puesto de los jefes de redacción es diferente en cada MCE, donde se entrevistaron; lo que influyó en el enfoque que cada medio escrito le da a los mensajes de alimentación y nutrición que publicaron.

X. RECOMENDACIONES

1. Elaborar un programa educativo considerando los elementos necesarios para que los mensajes sean adecuados al nivel educativo de la población tomando en cuenta los factores que afectan la cadena alimentaria y los problemas prioritarios en salud.
2. Que los MCE fortalezcan la educación alimentario nutricional.
3. Motivar a las empresas alimenticias para que patrocinen los mensajes alimentario nutricionales.



XI. BIBLIOGRAFÍA

1. AGENCIA DE LOS ESTADOS UNIDOS PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL. 1993. tercer taller sobre deficiencia de vitamina A y otros micronutrientes en América Latina y el Caribe. Informe No. IN - 14 Brasí, pp 55 -56.
2. ALMORZA, MARGOT. 1987. La Comunicación Hoy. 3ro. Ed Editorial Piedra Santa. Guatemala, pp 52 - 71.
3. ALVAREZ, F. M. C. 1987. módulo de educación y participación Comunitaria. Guatemala, INCAP. pp 8 - 11, 27, 33.
4. CHORING, A. 1968. medios visuales auxiliares en la educación en nutrición. Italia, Roma. FAO. pp 88 -94.
5. DOMENE, A. A. 1979. El uso de las grabaciones en la educación nutricional de madres de preescolares en el área rural. Guatemala, 44 p. Tesis de Licenciatura en Nutrición Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. INCAP CESNA Escuela de Nutrición .
6. EL GRÁFICO. 1973. Resumen de la historia de fundación de diario El Gráfico. (G). (11)(32243):2-3.
7. INSTITUTO DE NUTRICIÓN DE CENTROAMERICA Y PANAMÁ. 1980. Alimentación y nutrición en Centroamérica y Panamá. INCAP. Guatemala, del 11 al 12 de septiembre. pp 51, 72, 84, 309, 354.
8. _____. 1986. Primer censo nacional de talla de escolares de primer grado de primaria, Guatemala, pp 3 -5.
9. JELLIFE, M. D. et al. 1990. Nutrición infantil en países en desarrollo. 1er. ed México, Editorial LIMUSA. pp 138 - 150.
10. LEMUS, B., et al. 1975. introducción a audiovisual, tecnología y métodos, traducido al español por: Ricardo Cruz. México, Editorial LIMUSA. México, pp 423.
11. MARTÍNEZ DE SOUZA, José. 1992. Información, comunicación y periodismo. 2da, ed. Madrid, Paraninfo S.A. pp 50 - 98, 293 - 299, 386 - 387.
12. MENCHU, MARIA TERESA, et al. 1981. Estudio sobre el uso intrafamiliar de alimentos donados. Caso de El Salvador. Guatemala, OPS/OMS INCAP C-311, pp 1 -2.
13. MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL. 1996. Encuesta nacional de micronutrientes. Guatemala, pp 9, 12 -14, 16, 17, 20.
14. MONROY DE ALONZO, B. M. 1980. Uso de la radio en la educación nutricional. Guatemala, 45 p. Tesis Licenciada en Nutrición. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. Escuela de Nutrición.
15. OFICINA PANAMERICANA DE LA SALUD. 1991. Situación alimentario nutricional. Guatemala, OPS/INCAP, pp 3 -12.

16. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES PARA LA AGRICULTURA Y LA AGRICULTURA. 1986. Reunión taller. La radio como instrumento de desarrollo. Santiago de Chile, pp. 1-4.
17. PRENSA LIBRE. 1986. Organización administrativa. Revista Nosotros. 43 de Guatemala, pp 12 - 14.
18. U. S. DEPARTAMET OF HEALTH AND HUMAN SERVICES. 1989. Making Health Communication Programs Work. A Planners. United States of America, pp 77 - 140.
19. YUCUTE, M. 1988. La radio y la mujer en Guatemala. Comunicación Social y Supervivencia Infantil. Honduras, Tegucigalpa, pp 3-4.

XII. ANEXOS

ANEXO No. 1

FORMULARIO DE RECOLECCIÓN

"MENSAJES DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA"

NOMBRE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: _____

MES Y AÑO DE COMUNICACIÓN: _____ TIPO DE MEDIO: _____

DÍA	SECCIÓN	EXTENSIÓN DEL MENSAJE	DISPONIBILIDAD Y ACCESO	CONSUMO DE ALIMENTOS	CONTENIDO DE LOS MENSAJES				CPPS *
					UTILIZACIÓN BIOLÓGICA	DIETÉTICA	DIETOTERAPIA		
1 2 3 4 5		6 7 8 9 10	11 12 13 14 15 16	17 18 19 20 21	21 22 23 24 25 27	28 29 30 31 32 33 34	35 36 37 38 39 40	41 42 43	44
Total									

* Cobertura de problemas prioritarios en salud.

INSTRUCTIVO DEL FORMULARIO

MENSAJES DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA

- Nombre del medio de comunicación escrita, se anotará el nombre del diario o periódico que corresponda (Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y Crónica).
- Mes y año de la publicación, se anotará el mes que corresponda (abril, mayo o junio) y se anotará el año 1995.
- En la columna DÍA, se anotará el número del día que se encuentre en el periódico que se revise (abril del 1 al 30, mayo del 1 al 31 y junio del 1 al 30).
- En la columna SECCIÓN, se anotará con una "X" en la casilla del código a la cual corresponda el género periodístico donde se publicó el mensaje.

	Código
Reportaje	01
Entrevista	02
Nota Científica	03
Suplemento	04
Otro	05

- En la columna EXTENSIÓN DEL MENSAJE, se anotará con una "X" en la casilla a la cual corresponda el código de la extensión que se le dió al mensaje publicado.

	Código
Un cuarto de página	
Media página	06
Una página	07
Dos columnas	08
Otro	09
	10

- En las columnas CONTENIDO DE LOS MENSAJES, se anotará con una "X" en la casilla del código al cual corresponda el subtema de alimentación y nutrición,

	Código
DISPONIBILIDAD Y ACCESO DE ALIMENTOS	
Producción de alimentos	11
Factores ecológicos	12
Técnicas agrícolas	13

Prácticas de almacenamiento	14
Tecnología de alimentos	15
Otro	16
CONSUMO DE ALIMENTOS	
Hábitos y creencias alimentarias	17
Capacidad de compra	18
Distribución intrafamiliar	19
Preparación de alimentos	20
Otro	21
UTILIZACIÓN BIOLÓGICA DE LOS ALIMENTOS	
Control y prevención de enfermedades	
Infecciones que afectan estado nutricional	22
Higiene y manipulación de alimentos	23
Sanearamiento ambiental	24
Estado de salud	25
Cobertura de servicios de salud	26
Otro	27
ESTADO NUTRICIONAL NORMAL	28
Macronutrimientos	
Micronutrimientos	29
Antropometría	30
Valor nutritivo de los alimentos	31
Alimentación en diferentes edades y estadios especiales	32
Dietas	33
Otro	34
MALA NUTRICION	
Obesidad	35
Desnutrición proteico energética	36
Diabetes mellitus	37
Enfermedades cardiovasculares	38
Enfermedades renales	39
Enfermedades digestivas	40
Deficiencias nutricionales por micronutrientes	41
Dietas especiales	42
Otro	44

- En la columna COBERTURA DE PROBLEMAS PRIORITARIOS EN SALUD (CPPS), si el mensaje publicado esta relacionado con los principales problemas de salud, se marcará con una "X" en la casilla correspondiente.

	Código
Sí	45
No	46

**INSTRUCTIVO DEL FORMULARIO
DETERMINACIÓN DEL GRADO DE LECTURA DE LOS MENSAJES
DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PUBLICADOS**

- Nombre del medio de comunicación escrita, se anotará el nombre del diario o periódico que se este revisando (Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI o Crónica).
- Mes y año. Se anotará el mes que corresponda (abril, mayo o junio) y el año a anotar será 1995.
- En Tipo de medio. Se anotará si se trata de un diario o un periódico.
- En la columna de DÍA. Se anotará el número del día del mes que se revisa siendo del 1 al 30 de abril, del 1 al 31 de mayo y del 1 al 30 de junio.
- En la columna CONTENIDO DE LOS MENSAJES, se marcará con una "X" en la casilla a la que corresponda el tema a determinar siendo:

	Código
DISPONIBILIDAD Y ACCESO DE ALIMENTOS	101
CONSUMO DE ALIMENTOS	102
UTILIZACIÓN BIOLÓGICA	103
DIETÉTICA	104
DIETOTERAPIA	105

- En la columna No. DE POLISÍLABAS, se anotará el número de polisílabas encontradas en cada mensaje publicado (ver aplicación fórmula SMOG para determinar grado de lectura en Anexo No. 5).
- En la columna $\sqrt{n} + 3$, se aplicará al número de polisílabas encontradas.
- En la columna GRADO DE LECTURA, se anotará el número que salga de aplicar la fórmula (Anexo No. 5).
- La columna TOTALES, servirá para poder posteriormente tabular los datos.

ANEXO No. 3

ENTREVISTA A JEFES DE REDACCIÓN ENCARGADOS DE PUBLICAR
MENSAJES DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓNA. INFORMACIÓN GENERAL

1. Cargo o puesto del entrevistado: _____
2. Tiempo en laborar la empresa: _____
3. Tiempo de tener el cargo mencionado: _____
4. Nombre del medio de comunicación escrita donde se obtuvo la información:

B. INFORMACIÓN INTERNA

5. En qué criterios se basan para seleccionar los mensajes de alimentación y nutrición:

Descríbalo: _____

6. Existe algún programa para la publicación de los mensajes de alimentación y nutrición:

Descríbalo: _____

7. De qué fuente obtienen la información sobre alimentación y nutrición:

- 8.Cuál es el proceso que sigue un artículo antes de ser publicado:

**INSTRUCTIVO DEL FORMULARIO
ANUNCIOS DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PUBLICADOS
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA**

- Nombre del medio de comunicación escrita. Se pondrá el nombre del medio al que corresponda (Prensa Libre, El Gráfico, Siglo XXI y Crónica).
- Mes y año de publicación. Se anotará el mes que corresponda (abril, mayo o junio) año 1995.
- Tipo de medio. Se anotará si es diario o periódico.
- En la columna DÍA. Se anotará el número del día del mes que se este revisando en el diario o periódico (del 1 al 30 de abril, del 1 al 31 de mayo o del 1 al 30 de junio).
- En las columnas anuncios comerciales, se anotará con una "X" en la casilla según el código que correspondan los subtemas:

	Código
TIPO DE ANUNCIO COMERCIAL	
Informativo	47
Educativo	48
Propaganda	49
Otro	50
DISTRIBUCIÓN DE ANUNCIOS COMERCIALES	
Carnes	51
Cereales	52
Verduras	53
Frutas	54
Leches	55
Bebidas	56
Embutidos	57
Comidas preparadas	58
Golosinas	59
Clínicas de reducción de peso	60
Otro	61
INSTITUCIONES Y EMPRESAS COMERCIALES	
Clínicas de reducción de peso	62
Restaurantes/Ventas de comida nacional	63
Restaurantes/Venta de comidas multinacionales	64
Fábricas de alimentos internacionales	65
Otro	66

ANEXO No. 5
FORMULA DE SMOG PARA DETERMINAR EL GRADO DE LECTURA

Para calcular el grado del nivel de lectura se debe leer el trabajo escrito totalmente y seguir los cuatro pasos siguientes:

1. Cuente diez oraciones consecutivamente al principio, a la mitad y al final del texto.
2. En estas 30 oraciones circule todas las palabras que contienen tres o más sílabas, incluyendo las palabras repetidas.
3. Estime la raíz cuadrada del número total de palabras polisílabas encontradas.
4. Finalmente sume la constante tres (3) a la raíz cuadrada, resultado dará el grado de nivel de lectura. Ver tabla adjunta. O sea el grado del nivel de lectura que una persona ha alcanzado.

Unas pequeñas guías adicionales para ayudar a clarificar estas instrucciones:

- Una oración esta definida como un conjunto de palabras puntualizadas, con un signo de interrogación o de exclamación.
- Cada número escrito en el texto debe ser pronunciado para saber si es una palabra polisílaba.
- Si los nombres propios son polisílabas, deben ser considerados también.
- Si las abreviaturas son polisílabas también deben tomarse en cuenta.

De hecho no todas las láminas de los folletos, u otros materiales impresos contienen 30 oraciones, a continuación se detalla la forma de saber el grado del nivel de lectura, cuando un texto tiene menos de 30 oraciones:

1. Cuente todas las palabras polisílabas del texto.
2. Cuente el número de oraciones.
3. Averigüe el número total de palabras polisílabas por oración, como sigue:

$$\text{Promedio} = \frac{\text{\# total de palabras polisílabas}}{\text{\# total de oraciones}} = \text{\# palabras polisílabas por oración}$$

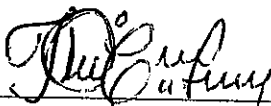
4. Multiplique el valor encontrado por el número de oraciones que faltan para 30.
5. Sume el número total de palabras polisílabas.
6. Encuentra la raíz cuadrada y sume la constante tres (3).

TABLA DE CONVERSIÓN

TOTAL DE PALABRAS POLISÍLABAS ENCONTRADAS	GRADO APROXIMADO (+/- 1.5 GRADOS)
0 - 2	4
3 - 6	5
7 - 12	6
13 - 20	7
21 - 30	8
31 - 42	9
43 - 56	10
57 - 72	11
73 - 90	12
91 - 110	13
111 - 132	14
133 - 156	15
157 - 182	16
183 - 210	17
211 - 240	18

ANEXO No. 6**GLOSARIO**

1. **CRÍTICA:** Arte de juzgar la bondad, verdad y belleza de las cosas. Conjunto de opiniones vertidas sobre cualquier asunto.
2. **CRÓNICA:** Historia que se observa el orden de los tiempos. Artículo periodístico sobre temas de la actualidad.
3. **EDICIÓN:** Impresión o estampación de una obra o escrito para su publicación. Conjunto de ejemplares de una obra impresos de una sola vez.
4. **EDITORIAL:** Relativo a editores o ediciones, artículo de fondo no firmado.
5. **ENTREVISTA:** Encuentro convenido entre dos o más personas para tratar un asunto, informar al público.
6. **NOTA CIENTÍFICA:** Reporte que se hace de un hallazgo científico.
7. **NOTICIA:** Noción, conocimiento, divulgación o publicación de un hecho.
8. **OPINIÓN:** Concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable.
9. **OPINIÓN PÚBLICA:** Sentir o estimación en que se coincide la generosidad de las personas de asuntos determinados.
10. **REPORTAJE:** Información periodística gráfica o literaria, hecha por un reportero que ha sido testigo de los hechos que relata.
11. **SUCESO:** Cosa que sucede, especialmente cuando es de alguna importancia. Hecho delictivo o accidente desgraciado.
12. **SUPLEMENTO:** Acción o efecto de suplir. Complemento para convertir una cosa en íntegra o perfecta. Hoja que publica un periódico o revista y cuyo texto es independiente del número ordinario de edición.



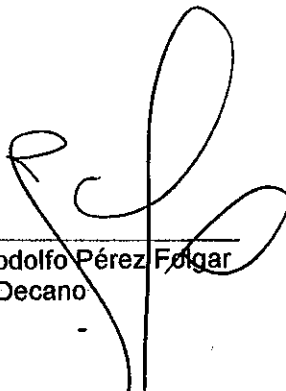
Flor Olivia Coronado Leverón
Autora



Licda. Magda Fischer
Asesora



Licda. Julieta Salazar de Ariza
Directora



Lic. Jorge Rodolfo Pérez Folgar
Decano