

Luz Angelina Jiménez Portillo

*LA EDUCACION Y LOS MEDIOS
DE COMUNICACION*

(ocho diarios capitalinos)



TESIS DE REFERENCIA
NO

SE PUEDE SACAR DE LA BIBLIOTECA
BIBLIOTECA CENTRAL - USAC.

Universidad de San Carlos de Guatemala
FACULTAD DE HUMANIDADES
Escuela Centroamericana de Periodismo

Guatemala 1976.

I N D I C E

TITULO: LA EDUCACION Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

(Ocho diarios capitulinos)

INTRODUCCION.

- I. FINALIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.
- II. EDUCACION: DIRECCION GENERAL EN LA FORMACION DEL HOMBRE.
- III. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN EL PROCESO EDUCATIVO.
- IV. LA EFECTIVA PARTICIPACION DE LOS MEDIOS.
- V. INVESTIGACION DE CAMPO EN OCHO DIARIOS CAPITULINOS.

A: Plan de trabajo

1: Objetivos

2: Esquema básico

3: Metodología

B: Ejecución

- 1: Selección de los diarios y período de la investigación.
- 2: Morfología: identificación de los diarios
Ficha de cada diario.
- 3: Contenido de la información. Carácter de la información.
- 4: Información sobre Educación, Ciencia y Cultura.
- 5: La primera página.

VI. ORIGEN Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

A: Fuentes Nacionales

B: Agencias Internacionales.

**VII. APENDICES: CUADROS ESTADÍSTICOS
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
BIBLIOGRAFÍA.**

INTRODUCCION

Los medios de comunicación, su uso e influencia, no han sido investigados seria y sistemáticamente en Guatemala. La Escuela Centroamericana de Periodismo, adscrita a la Universidad de San Carlos, ha realizado trabajos de investigación en forma esporádica, dentro de las tareas que determinan algunas asignaturas del plan de estudios.

Asimismo, varios periodistas independientemente han escrito trabajos relacionados con los medios de comunicación en nuestro ámbito. Sin embargo, sus esfuerzos están dispersos y el valor de sus trabajos no ha podido establecerse en forma rigurosa para que pueda aprovecharse en futuras investigaciones.

A partir de la iniciación de labores del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina CIESPAL en 1960, tanto los organizadores de cursos anuales como los disertantes y participantes, observaron la carencia de trabajos de investigación sobre los medios de comunicación social y se dieron a la tarea de principiarlos y estimularlos.

Los periodistas profesionales reunidos en Quito, Ecuador, durante varios cursos sucesivos estuvieron de acuerdo en que los medios de comunicación, su uso adecuado y su proyección en la formación de la opinión pública, son de gran importancia y tienen gran influencia en el proceso socio-económico y educativo de los pueblos latinoamericanos, tanto desarrollados como en vías de desarrollo.

La investigación de los medios de comunicación en cada país permitirá conocer los logros y fracasos, analizar las causas y comprender las consecuencias de su situación actual. Servirá además como documento de consulta y como estímulo para nuevas perspectivas profesionales.

CIESPAL alcanzó un triunfo sin precedentes al realizar la investigación DOS SEMANAS EN LA PRENSA DE AMÉRICA LATINA, en una ejecución de 32 mil horas-hombre de trabajo. Comprende un estudio morfológico y de contenido de 389 ediciones-8,583 páginas- de 29 diarios de América Latina. Se investigaron además 4 diarios de otras áreas para estudios comparativos. Por Guatemala fue investigado el diario El Imparcial.

Participemos de la creencia de que los medios de comunicación social son factores y agentes determinantes dentro del proceso de educación de los pueblos. Entre ellos la prensa escrita puede ser considerada en su doble papel de factor y agente.

Como factor, la prensa escrita debe ser un elemento que contribuya a un resultado. El resultado que nos interesa es la educación.

Como agente, obra y tiene el poder de producir un efecto.

A este respecto en su texto Sociología, el sociólogo J.J. Nodarse dice: "La prensa como agente educativo y socializador. La prensa, el cine, la radio y la televisión, constituyen actualmente los medios más eficaces no sólo de información sino también de contacto social y propaganda. Y la importancia de ellos en la formación de estados de opinión pública y como agentes educativos indirectos, no es menor en nuestra época. La ---

prensa-periódicos y revistas- surge primero en el tiempo que los otros me-
dios de comunicación mencionados. Sus antecedentes se remontan hasta el
boletín periódico llamado Acta Diurna, que publicaba las noticias más impor-
tantes junto con asuntos oficiales en el Imperio Romano. Pero antes de que
la invención de la imprenta hiciera posible la difusión en gran escala de
la palabra escrita, no pudo existir la prensa como agente importante de in-
formación pública, de propaganda y de educación".

"La función educativa más notoria de la prensa se realiza -
por medio de la divulgación de información sobre asuntos de interés cientí-
fico o cultural en general, pero también la lleve a cabo orientando la opi-
nión del público por medio de la interpretación de las noticias y de la -
crítica de las cuestiones de valor para la comunidad". (1)

El doble papel de informadora y formadora de la opinión pú-
blica que desempeña la prensa incide en el proceso educativo. Tan necesaa-
rio es estar informados como formarnos un criterio definido acerca de esa -
información. Y en algunas sociedades, como aquellas que están en pro-
ceso de desarrollo, es más importante lo segundo: la interpretación de las-
noticias, que ha venido a constituir el periodismo interpretativo practica-
do ya en muchos países.

La prensa está sujeta a presiones externas que obstaculizan
su acción constructiva. En ella influyen tanto el hecho de ser una empresa
lucrativa como los intereses creados de la sociedad tales como los poderes
económicos, políticos, los gobiernos, etc.

A pesar de ello, la prensa trata de polarizar la opinión pública, la ayuda a definirse, a defenderse y a expresarse. La educación, en cierto sentido, para buscarse vías de progreso y para alcanzar una vida mejor. Mantiene además el contacto social, interrelaciona al hombre con su medio y su sociedad, lo cual es también parte de la educación.

Todas esas funciones las cumple la prensa al informar y al formar la opinión pública. Además, por medio de secciones específicas actúa como agente; a través de campañas contra el analfabetismo participa directamente en la solución del problema; por medio de las opiniones de expertos en educación educa a los lectores en diversas disciplinas y, en igual forma, publicando columnas y artículos sobre temas educativos, contribuye a esclarecer los complejos y dispersos mecanismos de la vida social.

Abundaríamos en argumentaciones sobre la importancia de la prensa escrita, que es más perdurable, y acerca de su valor como factor y agente educativo.

Conocer cómo se hace periodismo escrito en Guatemala, su naturaleza y peculiaridades, su importancia en el trabajo desarrollista en que estamos empeñados, su influencia orientadora, en fin, sus posibilidades y limitaciones, son algunos de los objetivos del presente trabajo.

Nos limitaremos exclusivamente a la prensa escrita ya que hacer una investigación de todos los medios de comunicación colectiva impli-

caría mucho trabajo y por la vastedad del campo de acción posiblemente no lograríamos determinar con exactitud y veracidad la situación actual.

Dejamos para otros investigadores los campos de periodismo radiofónico, televisado y de nuevos medios. En igual forma, nos limitaremos a la ciudad capital en donde se editan ocho diarios independientes pero cuya cobertura es significativa. Queda asimismo para posteriores investigaciones el periodismo departamental y el llamado periodismo de comunidad, ambos de gran influencia en nuestro medio y que son factores y agentes en los cambios económico, social y cultural de nuestro pueblo.

Trataremos de establecer hasta qué nivel asciende la participación de la prensa escrita capitalina en el camino que recorremos los guatemaltecos para llegar a desarrollo y obtener una mejor calidad de vida; cuáles son los índices educativos capaces de ayudarnos a progresar y a formar ese tipo de guatemalteco integral que nuestra legislación educativa se propone.

AGRADECIMIENTO.

Para la realización de este trabajo recibimos la colaboración de CIESPAE---por medio de sus publicaciones especializadas---, de las empresas periodísticas investigadas que nos proporcionaron los datos requeridos sin ninguna reserva y la asesoría del Licenciado Adrián Ramírez Flores, de gran valor para alcanzar en mejor forma nuestros objetivos.

I. FINALIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.

Los canales o cauces por los cuales los mensajes son enviados del transmisor al receptor reciben el nombre de medios de comunicación. El diagrama de Lasswell resume así el proceso de la comunicación: Quién dice Qué para Quiénes.

Otros científicos del periodismo han agregado: con qué intención y en qué condiciones.

Se han hecho muchos estudios acerca del proceso de transmisión y recepción de los mensajes, pero lo fundamental no ha variado: los individuos se comunican y por lo tanto la sociedad se relaciona y se expresa.

El contenido de los mensajes ha sido objeto de investigaciones por considerar que es la "materia prima" que sufre elaboración de parte de los transmisores, difusores, comunicadores o intérpretes. Los mensajes deben llamar la atención de la audiencia, utilizar palabras o señales que tengan un significado común para quienes los envían y para quienes los reciben; deben estimular las necesidades de las personas y deben sugerir las formas de satisfacer esas necesidades y las de la sociedad en general.

Los receptores, audiencia, públicos o destinatarios de los mensajes que emanan de las fuentes, difusores o transmisores, tienen participación en la comunicación que se establece por medio del mensaje. Según esa participación, los medios de comunicación más destacados son: la con-

versación personal, los debates en grupo, las reuniones, conversaciones telefónicas, el cine, la televisión, el radio, el telégrafo, la correspondencia, los periódicos, carteleras, revistas y libros.

Todos los medios participan a su vez en otro proceso: el de la educación, tanto individual como social. Aquellos que tienen un carácter personal por ser más directos se reconocen como comunicación primaria y los que estimulan indirectamente forman parte de la comunicación secundaria. Los secundarios se han trascendido en importancia a tal grado que se les llama medios de comunicación de las masas, "mas media" o comunicación social.

Se ha hecho una subdivisión recientemente llamando medios se mi-masivos a aquellos que manejan los mensajes destinados a sectores determinados de la sociedad, por ejemplo, a las comunidades rurales y a las áreas marginadas.

Entre los medios de comunicación de masas se destacan la prensa escrita (para diferenciarla de la no impresa), la radio, el cine, y la televisión, porque la técnica de su difusión permite afectar a grandes públicos que reciben los mismos mensajes simultáneamente.

El proceso educativo de toda sociedad está expuesto a la influencia que los medios de comunicación social más importante ejercen sobre sus elementos, de tal manera que mucho de la efectividad de la educación dependerá del grado de intensidad y del buen uso que se haga de los omales.

El buen uso de los medios es al mismo tiempo supervisado por la sociedad en forma constante y ésta se convierte en índice acusador de los desmanes, equivocaciones y abusos de los manejadores de dichos medios. Las finalidades de todo medio de comunicación se pueden resumir en: vigilancia; interpretación de los hechos; transmisión de la cultura; entretención. Son aquellas mismas funciones que se atribuyeron a la prensa tradicional: informar, orientar, anunciar y entretener.

Con respecto a la cultura, los medios cumplen con las funciones de: a) facilitar los contactos culturales y b) facilitar el crecimiento cultural (aun cuando pueden permitir la invasión de otra cultura). Los contactos culturales son facilitados por medios al informar sobre actividades creativas, difundir los conocimientos básicos sobre la cultura del propio país y orientar sobre otras culturas.

Faciliten el crecimiento cultural informando sobre las actividades nuevas que se relacionan con la cultura, dando orientación por medio de críticas constructivas para que las manifestaciones artísticas y culturales sean comprendidas por el gran público y generen adeptos. De tal manera que mas crecerá la cultura de un pueblo si los comunicadores que — tienen a su cargo la tarea de difundirla y hacerla accesible a las mayorías cumplen con efectividad su misión.

En la misma forma, los medios de comunicación pueden ser — propicios para que un pueblo recibe la invasión de culturas foráneas, al

permitir una constante transmisión de las expresiones culturales ajenas (música, bailes, vocabulario, literatura, etc.)

No es preciso que la cultura invasora llegue en forma avasalladora pues bastan los medios de comunicación para que logre penetrar con lentitud pero con seguridad, invadiendo los campos culturales abiertos a todo mensaje por extranjero que sea. De ahí la importancia de que los medios de comunicación estén en manos de personas conscientes y con alto espíritu de nacionalismo.

Es necesario señalar que también es perjudicial para la sociedad que los medios de comunicación mantengan un muro que impida a los públicos conocer otras culturas, admirarlas y en algunos casos justificadas, imitarlas. En una sociedad universal no puede concebirse el aislamiento de ningún grupo humano por más que se desee conservar ciertos patrones propios con el fin de transmitirlos a las generaciones jóvenes, dentro del proceso natural de la evolución de la humanidad.

Los medios pueden y deben facilitar el acceso de todos a la cultura, por lo que los mensajes o contenidos deben ser de interés general y estar escritos en un lenguaje comprensible para todos los niveles. Asimismo, cumplen con la función de mantener un espíritu de orgullo basado en la justa apreciación de los valores nacionales.

Los medios pueden caer en el peligro de degradar y pervertir los valores culturales de la sociedad, presentando una imagen negativa de

la creatividad y sirviendo de canal a las manifestaciones inmorales de quienes se aprovechen de ellos para expresar actitudes que la sociedad misma considera inaceptables.

Se manifiesta entonces el poder de los medios de comunicación social cuando se aprecian las ventajas y desventajas que pueden ofrecer a la sociedad y el peligro de que sean manejados por quienes no tengan un juicio acertado ni un conocimiento y aceptación de su responsabilidad.

Al utilizar los medios en forma ordenada e intencional, con el propósito de educar al pueblo, éste se beneficiará con la promoción de sus valores culturales y sociales.

II. EDUCACION: DIRECCION GENERAL EN LA FORMACION DEL HOMBRE.

En su largo recorrido la educación ha recibido el impacto innovador o modificador de las sociedades a las cuales ha servido. Ha tenido que atender a innumerables y variados elementos que se le han puesto como condiciones para que sea efectiva y positiva.

Esos elementos han cambiado con las épocas. Actualmente la educación tiene que atender a dos elementos: el individuo y la sociedad. Se dirá que siempre ha sido así; pero la diferencia está en que los conceptos individuo y sociedad han ido cambiando.

Si tomamos al individuo tal y como se le exige actualmente, lo encontramos como "recurso humano", "hombre al servicio de", "buen consumidor", "agente para el cambio", "elemento para el desarrollo", etc.etc. En igual forma el término sociedad; se le identifica con "el bien común", los "intereses de la colectividad", "el bienestar colectivo", etc y ha dejado de ser singular para convertirse en el plural sociedades, esto es, -- sectores, fracciones, áreas de una sociedad totalizada.

Desde el punto de vista educativo se aspira en la mayoría de las sociedades y dentro de los sistemas políticos respectivos, a formar un hombre integral: unidad de cuerpo, mente y espíritu; persona que siendo individual sólo se realiza plenamente en sociedad, en perfecta coordinación de sus aspiraciones y finalidades múltiples.

Dante Morando se refiere a este aspecto:

"Si el fin supremo de la educación es la formación de la per-
sona en su unitotalidad esencial, y si el concepto completo de persona im-
plica una síntesis de los principales elementos que en ella han sido his-
tóricamente aclarados, un moderno humanismo integral no puede tener sola-
mente en cuenta todo cuanto constituye el hombre y la persona en sí, sino
que debe tener en cuenta también cuanto constituye de hecho el complejo de
los intereses que prevalecen hoy en la Humanidad. Esta es la utilidad que
se puede obtener de la historia de la educación y de las doctrinas pedagó-
gicas. Esta es la utilidad que ofrecen indiscutiblemente a la educación y
a la pedagogía, que no quiere continuar siendo sólo concepto, sino que de-
sea convertirse en acción efectiva, que desee las diversas ciencias y téc-
nicas fundadas sobre ciencias de las ciencias biológicas y naturales a las
psicológicas y a las ciencias sociales".

"La pedagogía que pretende propugnar un integral humano mo-
derno debe poner a contribución la filosofía y las distintas ciencias, pa-
ra conocer a la persona en sí y las condiciones particulares de la reali-
dad humana en nuestra época. Se cae en la abstracción si se hace de la pe-
dagogía solamente un problema filosófico o si se piensa en una incurable
oposición entre hombre moderno y hombre integral, pero se cae sólo en el
fragmentarismo en caso de que se haga de la pedagogía sólo un problema ci-
científico. Por lo tanto, el arte educativo, siempre mejor guiado por la
reflexión filosófica y los datos de las ciencias, procederá a elegir los

medios más adecuados para poner en práctica, en la formación del hombre moderno, los ideales de que éste es portador. Ahora bien, de hecho, se ha ido acentuando en el hombre contemporáneo la exigencia de una más profunda y madura curiosidad racional, se han desarrollado las ciencias y las técnicas especializadas, y la vida industrial ha revolucionado el orden económico. Ha aparecido la cuestión social, y los problemas del trabajo, con el aumento del proletariado han determinado un rápido desarrollo de la democracia y la destrucción de las precedentes jerarquías de base hereditaria. Claro es que la educación del hombre moderno debe tener en cuenta -- también todo esto, porque la persona humana ha de vivir en el propio ambiente, adaptándose a él lo mejor posible sin ser absorbida por él" (2)

La formación del hombre actual moviéndose en su contexto requiere el uso debido de innumerables medios y entre ellos, los de comunicación ocupan un lugar preferente. De ahí la importancia que tenga el hecho de que los medios estén a disposición del hombre y sean usados para su beneficio.

La educación sistemática le dará los conocimientos que necesita pero la educación asistemática, de su propia cultura, le dotará de -- los instrumentos para su autosuperación, para asumir actitudes, tomar decisiones, aceptar responsabilidades, etc.

La educación actual considera el aspecto "Integración" como uno de los más importantes pues se refiere a la inclusión espiritual del -

individuo en la sociedad, no como un número o cosa, sino como persona que comprende y ama a su medio y a sus semejantes. Entre él y los demás miembros de la comunidad existe un ámbito común de ideales, aspiraciones y esfuerzos. La integración social, cuando se realiza, lleva al individuo a identificarse con las preocupaciones y aspiraciones de su grupo; a sentir y a querer lo que el grupo siente y quiere; a tomar conciencia de los problemas de su comunidad, a querer asumir responsabilidades dentro del grupo; esto implica querer ejercer funciones que no sean meramente lucrativas, sino que configuren un papel de importancia para la vida en común dentro de la colectividad; a querer en suma, participar de manera responsable en la vida del grupo." (3)

En el aspecto de integración, dentro del proceso social que es la educación, la influencia de estímulos sobre el individuo modificar su comportamiento. Los estímulos que más influyen sin constituir educación sistemática, son los medios de comunicación social- la radio, la televisión, los periódicos, el cine- los clubes, las emistades, etc.

Considerando al individuo como "buen consumidor" o como "buen productor" la educación tiene que capacitarle para que haga uso de las nuevas técnicas, el confort y la cultura, comprando bienes; o bien, -- que adquiera una formación profesional, técnica y científica con la cual pueda participar en el desenvolvimiento de su sociedad.

También se considera actualmente la importancia de educar en forma "adecuada a las necesidades nacionales", esto es, formar **ciudadanos** útiles que participen en el desarrollo socio-económico de su país.

En cualesquiera de los criterios anteriormente expuestos debe reconocerse la **poderosa** influencia que ejercen los medios de comunicación social, a través de las múltiples funciones que desempeñan dentro del conglomerado en el cual nacen y al cual sirven.

III. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN EL PROCESO EDUCATIVO.

La educación se considera como un proceso social. Recibe por lo tanto la influencia de una serie de actividades que se realizan gracias a diversos medios que no tienen la misión específica de educar.

"Basta dirigir una mirada en torno nuestro para comprobar la existencia del hecho educativo y su importancia. En todos los países del mundo, los padres desde la primera floración de la personalidad de sus hijos se preocupan no solamente de "criarlos" como hacen los animales, sino de "educarlos". Son innumerables los niños y muchachos que van a la escuela durante diversos meses del año. En la organización escolástica y en la educación moral y civil, no sólo por lo que respecta a las generaciones -- adolescentes, se interesan la Iglesia, los Estados y los partidos políticos, sirviéndose de todos los medios que tienen a su disposición y explotando en beneficio propio los recursos de la ciencia y del arte por medio de la prensa, la radio y cualquier otra forma de difusión escrita y oral".

(4)

Comunicarse, en sentido universal, es no sólo conocer los problemas cercanos y lejanos, sino comprenderlos. Aprovecharlos para nuestra experiencia, acumularlos y servirnos de ellos para hacerle frente a situaciones nuevas de la vida. Comunicarse, viene a ser entonces educarse para vivir mejor.

No puede negarse la importancia de los medios de comunicación social dentro del proceso educativo del hombre del siglo XX.

Aun cuando la comunicación con las masas es antigua, nunca - antes como ahora el hombre ha tenido al alcance los medios para efectuarla con resultados positivos. Los medios han vencido poco a poco los obstáculos de oposición a una comunicación adecuada. A tal grado que hasta el analfabetismo se supera gracias al novedoso invento del transistor y al auge que toma cada vez más el uso de la pantalla chica como medios de comunicación masiva. En Periodismo Moderno leemos: "Sí, vivimos en una edad maravillosa. Es la edad de la propulsión a chorro, la edad atómica y la edad del espacio. ¡ Pero, y esto tiene mayor significación aún, vivimos en la edad de las comunicaciones con las masas!

"Las comunicaciones con las masas representan en nuestra vida diaria un papel mucho más importante que la energía atómica o el vuelo en el espacio, y esto se debe a que nuestra capacidad para entender el mundo que nos rodea depende de nuestra capacidad para juzgar los hechos, especialmente los hechos contradictorios. Como ciudadanos responsables, tenemos la obligación de saber qué esté sucediendo en un mundo que cada día se vuelve más pequeño a fin de que conozcamos los problemas de ese mundo y -- obremos en conformidad."(5)

La prensa en la educación.

En los albores de la prensa como institución la sociedad se valió de ella para "informar" sobre sucesos. Los sistemas políticos también

se valieron de ese valiosísimo recurso.

Antes de eso el medio de comunicación más sencillo fue el lenguaje. La transmisión de la cultura se hizo en las civilizaciones primitivas a través de la palabra. Tanto dentro del grupo social como fuera de éste.

Luego las ideas se transmitieron por la escritura. Los manuscritos desempeñaron un papel indiscutible en la realización los diversos ideales educativos que se sucedieron en Europa Central y en otros continentes. Durante muchos siglos la cultura y por ende su transmisión, dependieron de los claustros. Los copistas fueron "comunicadores" de innegable importancia. Ya en la civilización egipcia los "escribas" eran especializados.. "ocupaban la más alta jerarquía social; estudiaban las tres escrituras, contabilidad, agrimensura, religión. La posición social del escriba era envidiable: "hazte escriba y obtendrás honores y fortuna" El oficio de escriba aventaja a los demás oficios." (6)

Las ideas, aspiraciones y realizaciones de las distintas civilizaciones siempre se han transmitido. Esa comunicación ha permitido recopilar en la Historia todo el proceso evolutivo de la Humanidad.

El ideal formativo de la mujer romana, por ejemplo, se quedó para la historia en los versos de Hermodoro de Efeso que pueden considerar se como un "lead" y dicen:

"Extranjero, mi historia se dice con brevedad;
escuche y lee con cuidado:
esta tumba contiene los restos
de una mujer hermosa
cuyo nombre fue Claudia. A su señor
lo amó con todo su corazón.
Tuvo dos hijos; uno aún vive
otro lo tiene a su vera,
sus palabras fueron tiernas, sus costumbres puras.
Gobernó en paz su hogar.
Supo usar la rueca y el telar." (7)

Las historias de la Pedagogía hablan de un Jesús educador que se adaptaba siempre a su auditorio. Esto lo señala como un "comunicador" perfecto. "Pronuncia sus palabras de modo que el oyente las comprenda y en las ocasiones más oportunas. Recurre con frecuencia a la imagen y a la parábola, para hacer más plásticos sus ideas." (8)

Los ideales educativos se suceden en la historia sujetos a los movimientos políticos y científicos de la época e influyen en el tipo de sociedad que ha de formarse.

Así, el Renacimiento es un retorno a la literatura y la plástica de la antigüedad, pero al mismo tiempo es una renovación de conceptos acerca del mundo y la vida misma. Hombres ilustres contribuyen a ello con sus ideas, invenciones y descubrimientos.

La gran invención de la época fue la imprenta, que permite la expansión de los conocimientos y las "ideas impresas", que al multiplicarse, facilitan los cambios educativos.

En América el periodismo desempeña un importante papel dentro de la educación americana. "La prensa periódica vino, en este siglo, a promover y proteger en parte no menor, este afán de modernizar y exaltar la enseñanza. La política liberal de Carlos III, opuesta a una legislación restrictiva de imprenta, dió alas al deseo de instruirse y a la avidez de leer libros. La imprenta se había generalizado en América, y en las ciudades importantes de los virreinos, circulaban publicaciones periódicas dedicadas al estudio de la historia y de las ciencias. Entre la biblioteca del pensador y los afanes, del público interesado, se creó un órgano de ilustración: la prensa periódica. Algunos ejemplos: en el virreinato de la Nueva Granada se editó, hacia 1785 la Gaceta de Santa Fe; en el Perú hacia 1790 el Diario erudito, económico y comercial y, hacia 1791, el Mercurio peruano de historia, literatura y noticias públicas; en la Nueva España, cuyo origen del periodismo data del siglo XVII, con sus celebradas hojas volantes, se publicó en 1722, la Gaceta de México y en 1740 el Mercurio volante." (9)

IV. UNA EFECTIVA PARTICIPACION DE LOS MEDIOS

Los medios de comunicación participan en forma efectiva en el proceso educativo y, por ende, en el desarrollo socio-económico y cultural, de los pueblos, siempre y cuando coadyuven a cambiar la actitud de los miembros de la sociedad a la cual sirven.

La participación de los medios se manifiesta al informar, -- promover e incitar a la acción, capacitar y formar a los recursos humanos.

El papel de los medios es trascendental cuando tratan de controlar a la sociedad para evitar los riesgos a que se expone el trabajar por su desarrollo. Ese control no es más que el equilibrio entre promover el desarrollo y evitar las consecuencias nocivas que puedan tener los cambios, al no ser comprendidos y aceptados por los individuos.

Este equilibrio se logra al explicar a las sociedades las -- causas, los hechos y las consecuencias de los cambios sociales y al plan-- tear la necesidad de aceptar y mantener los nuevos estados dentro de límites razonables.

Los medios participan efectivamente en el desarrollo cuando permiten un diálogo abierto entre gobernantes y gobernados, entre mayorías y minorías, entre quienes defienden el "status quo" y quienes luchan por -- el cambio. Para cumplir estas funciones en pro de la transformación so--- cial es necesario que los medios crezcan en intensidad, aumenten en número y sean orientados en forma adecuada por profesionales de la comunicación.

Una tarea importante dentro del proceso de comunicación que propende a la transformación social corresponde a los medios: el cambio de mentalidad, o mejoramiento de actitud del individuo. Si el individuo no está pensando o preparado para el cambio ni en el desarrollo, ni es motivado para hacerlo, difícilmente actuará para alcanzarlo. Uno de los factores básicos para lograr el cambio de actitud es la comunicación.

El cambio puede ocurrir al estar informados sobre los fines que la sociedad pretende, los medios que utilizará y en resumen, al estar informados sobre la realidad nacional. Esta tarea es mucho más importante cuando un pueblo está decididamente empeñado en alcanzar cuanto antes su desarrollo. La pendiente que tiene que escalar desde el subdesarrollo hasta el pleno goce de una vida mejor, será menos dura si está informado de lo que sucede a su alrededor, en su país, en el mundo y aún más allá de la atmósfera.

Naturalmente que mientras más individuos se integran a su sociedad más efectivo será el proceso del desarrollo. Eso significa que la información cotidiana debe ser no sólo intensiva y completa sino horizontal.

Tan importante como informar es la misión de promover a los individuos a una acción concreta. Esto se cumple por medio de campañas directas o indirectas, las cuales inciten a los individuos a participar. La actividad social se logra mejor si los medios de comunicación la noti-

ven a través de editoriales, artículos, columnas y otra serie de selecciones especializadas y orientadoras.

"A nuestro juicio, la más importante función de la información colectiva es ofrecer incentivos para lograr la motivación, y esta función la vincula íntima e inexorablemente el proceso de desarrollo de los pueblos de América Latina!"

La información opera de tal modo en la mente humana, en el nivel de las actitudes psicosociales, que crea necesidades, exigencias y requerimientos que se traducen en cambios en el orden social, económico - cultural y político.

La información colectiva pone el mundo a disposición de todo el mundo. La universalidad e instantaneidad de la noticia, de lo que sucede a los hombres en el mundo entero y en el orden nacional o local, ese flujo diario ininterrumpido de cuanto acontecimiento ha ocurrido, y pueda interesar a la vida humana, amplía el horizonte social y cultural poniendo a la disposición de todos, sin distinción de ninguna especie, el conocimiento del ritmo del acontecer humano. Ha creado lazos de solidaridad esencial en escala mundial. (10)

"El hombre se ha habituado a ver el mundo como cosa propia pues la comunicación colectiva lo ha reducido a los términos de una conciencia. Los límites geográficos han perdido significación y sentido. Una nueva dimensión tiene su soporte en este hecho incontrastable: lo universal

tiene cabida en la mente humana como un dominio propio. Hágase el cómputo de la información colectiva diariamente proporcionada a través de la prensa, la radio, el noticiero de la televisión o el cine".

"Se verá reflejada en la medida que hemos venido analizando la vida social humana. Desde lo habitual, los programas de cine, teatro - televisión y radio, noticias útiles y el día social, hasta noticias sobre la bolsa y el comercio, artes plásticas, agropecuarias, sin contar las informaciones sobre los portos, tribunales y universitarias, sin contar las informaciones sobre los sucesos de mayor importancia, los comentarios editoriales, los anuncios de todo tipo y los entretenimientos, desde las palabras cruzadas a las historietas. La información extranjera se complementa con la nacional y aún con la local y está escrita en forma directa, accesible, al alcance de todos. No puede extrañar, por eso, que cuando la gente extraña su diario está extrañando, de hecho, una herramienta para el vivir cotidiano".

También los medios de comunicación están en condiciones de capacitar y formar a los individuos de la sociedad si así lo desean. Es decir, si están siendo manejados por profesionales conscientes de la necesidad de que los individuos aprendan nuevas cosas sin asistir a centros de centros, sino simplemente leyendo el periódico, escuchando la radio, viendo un programa de televisión, leyendo una revista, etc. etc. Es la educación llamada asistemática, informal o cósmica.

La educación puede llegar a todos los estratos de la sociedad en todo momento permitiendo así el tránsito por nuevas rutas de progreso las cuales conducirán a la formación del individuo y al desarrollo del país. Ese proceso enseñanza - aprendizaje, que se puede lograr por los medios de comunicación, debe ser aprovechado por la sociedad.

Respecto a lo anterior, la UNESCO cita los datos del trabajo hecho por Wilbur Schramm y los publica en el libro "Mass media and national development". El autor dice, en una de sus conclusiones, que la tarea de los medios de información y de los nuevos medios de educación es acelerar el lento proceso de transformación social requerido para el desarrollo económico, y en particular, acelerar y lubricar la tarea de movilizar todos los recursos humanos existentes en pos del esfuerzo nacional común. (11)

Tenemos entonces que: "El desarrollo es proceso y medio de transformación y progreso, que eleva a cada persona, pueblo y país de una etapa particular superable, a otra más elevada en términos de satisfacción para aquellos, para la propia comunidad y para el mundo entero. Dicho proceso está basado en cinco factores de naturaleza educativa, política, socio cultural, económico y moral, que actúan de manera interrelacionada y cuyos límites están yuxtapuestos".

El papel del factor educativo destaca entre los mencionados ya que está referido a la niñez y a la juventud, a esas nuevas generaciones que están a las puertas del presente en espera de su herencia cultural y que constituyen el más valioso capital de una nación.

La eficiencia de la educación no radica únicamente en la capacidad del educador. Otros medios educan. "Esto exige que el educador dinamice el concepto de su profesión: el monopolio de la educación no esté en las aulas escolares. La vida, la calle, el cine, la TV, todos los medios de comunicación de masas, también educan al hombre, lo informan, lo forman y lo transforman". (12)

V. INVESTIGACION DE CAMPO EN OCHO DIARIOS CAPITALINOS.

A. PLAN DE TRABAJO.

Este trabajo analiza los aspectos de morfología, contenido y carácter informativo de ocho diarios de la capital de Guatemala en una semana tomada al azar.

En su primera parte se indican los objetivos, el esquema - básico y la metodología. En la segunda parte se realiza la investigación en diversas fases: selección e identificación de los diarios y clasificación de los contenidos y el carácter de la información, todo lo cual se resume en varios cuadros estadísticos que proporcionan los datos numéricos.

1. Objetivos.

- a) motivar futuras investigaciones de los medios de comunicación en Guatemala;
- b) presentar una muestra de la forma y contenidos de los diarios, cantidad de materiales, distribución de los mismos, orientación que reciben los públicos etc.
- c) conocer las prioridades de materia informativa que los diarios establecen en nuestro medio;
- d) establecer comparaciones entre los diarios;
- e) determinar qué lugar ocupa la información sobre Educación, Ciencia y Cultura, en un país en vías de desarrollo.

- f) estimular la investigación del periodismo en los estudiantes de esta profesión.

2. Esquema básico.

Realizamos dos investigaciones fundamentales:

- a) se investigó la morfología de los diarios
- b) se precisó el número de informaciones de cada diario para investigar el contenido y el carácter de la información.

3. Metodología.

Se siguió un ordenamiento al trabajar directamente con los diarios seleccionados.

- 1) seleccionamos los diarios de una semana--de lunes a domingo--que se publican en la capital de la República.
- 2) procedimos al estudio morfológico identificando cada diario. Con las características especiales obtuvimos las diferencias entre los diarios.
- 3) Estudiamos el contenido de las informaciones por medio de conteo y, ajustándonos a una clasificación --científica, interpretamos los resultados. Luego estudiamos el carácter de las informaciones para sacar conclusiones respecto a lo que le proporciona los medios al lector guatemalteco.

- 4) investigamos el número de informaciones sobre Educación, Ciencia y Cultura e interpretamos los resultados, comparándolos con otro tipo de informaciones.
- 5) investigamos la primera página de cada diario.

B. Ejecución.

1. Selección de los diarios y período de investigación.

Al estudiar los diarios que circulan en la capital tomamos en cuenta que llenan las condiciones esenciales señaladas por el Comité de Expertos, reunidos por la UNESCO para catalogarlos dentro de la categoría de "diarios y otros periódicos", que son las siguientes:

- a) la publicación debe ser impresa (abarcando todas las formas de impresión).
- b) la publicación debe ser ofrecida al público (pagada o gratuita).
- c) la publicación debe presentarse en serie continua y bajo un mismo título.
- d) el ritmo de la publicación hecha a intervalos regulares o irregulares debe ser superior a una vez por año.
- e) cada ejemplar debe estar fechado y numerado.

Los diarios capitalinos ofrecen las variantes suficientes para realizar con ellos un estudio sobre morfología, contenido y carácter informativo, que tiene como objetivo primordial revelar lo que el medio ha querido comunicar a sus lectores, esto es, el mensaje.

Los diarios investigados son:

1. Alerta!
2. Diario El Gráfico
3. Diario La Tarde
4. El Imparcial
5. Impacto
6. La Hora
7. La Nación
8. Prensa Libre.

Diarios investigados	No. de días	No. de ediciones	No. Págs.	No. informaciones.
8 (ocho)	7 (siete)	50 (cincuenta)	1,312	3,131

Aparte de los diarios capitalinos, hasta la fecha no se editan diarios en los demás Departamentos de la República. El periodismo departamental que puede ser estudio de otro trabajo de tesis, ofrece características y variantes especiales. Los periódicos capitalinos se distribuyen en todos los Departamentos y en numerosos Municipios del interior.

También circulan en la capital varios semanarios--o magazines--que pueden ser motivo de investigación posterior, y varios semanarios políticos y humorísticos que estén sujetos a los vaivenes de la conciencia política y a diversas circunstancias económicas.

En cuanto al período de investigación se han aplicado diferentes criterios para escoger un período apropiado, puesto que la dinámica de la comunicación afecta la clase de información que reciben los lectores.

Jacques Kayser indica de acuerdo con su experiencia, que las investigaciones deben realizarse en períodos que no sean perturbados por acontecimientos extraordinarios que cambian el desarrollo normal de la información. Otros investigadores como Wilbur Schramm han hecho estudios sobre las reacciones de los diarios respecto a un suceso que sacude la normalidad de la información cotidiana.

Nos pronunciamos por la sugestión de Kayser y fijamos la fecha con anticipación, sin que pudiéramos prever el futuro de los acontecimientos, asegurándonos de que no sucedió nada extraordinario, estudiamos la semana del lunes 15 al 21 de abril de 1974.

2. Morfología: identificación de los diarios. Características especiales. Ficha de los diarios.

Cada diario fue "fichado", de acuerdo con los siguientes aspectos fundamentales:

Datos generales

- a) nombre
- b) ciudad donde se edita, consignada en la primera página
- c) año de fundación
- d) fecha del primer número

- e) número de ediciones diarias.
- f) número de ediciones en la semana
- g) periodicidad
- h) tiraje
- i) momento de la aparición
- j) cobertura por Departamentos
- k) precio
- l) Directorio
- m) editora
- n) edificio
- ñ) dirección
- o) Director.

Características Especiales.

- a) idioma
- b) formato
- c) ancho de cada columna
- d) publicidad en primera página
- e) contenido del titular principal
- f) colores
- g) técnica de impresión
- h) lema que acompaña al nombre

La morfología o "fisonomía" se manifiesta en los factores externos que saltan a la vista y tienen mucha influencia en los lectores, hasta el grado de decidirle y habituarle a preferir un diario determinado.

El conjunto de la estructura de un diario es tan importante que "no se puede estudiar validamente un texto o un documento extraído de un periódico sin estudiar el ejemplar entero de este periódico".

- a) Nombre: es fácil de localizar ya que siempre figura en un lugar visible y tiene dos variantes: a) en el mismo lugar
b) en diferente lugar.

En esta investigación se registró el nombre auténtico y no el que los voceadores o el público le dan, modificando el original en algunos casos.

- b) Ciudad donde se edita, consignada en la primera página. Un dato importante para la hemeroteca, a la cual se acude en casos de investigación
- c) Año de fundación: la fecha de aparición del primer número es importante para la historia del periodismo de un país, pues establece las épocas de publicación y la estabilidad y periodicidad de la publicación. La indicación: "número XXX" no indica necesariamente esa cantidad de ediciones, por las interrupciones debidas de diversas causas como accidentes, huelgas, disturbios interiores, falta de papel, suspensiones, etc.
- d) Número de ediciones diarias: en otros países es importante porque el mismo diario tiene dos o tres ediciones al día. En nuestro caso todos los diarios se editan una sola vez.
- e) Número de ediciones en la semana: es variable. Algunos diarios no se editan en días hábiles. Otros descansen los domingos.

- f) **Periodicidad:** es importante porque los contenidos dependen de ella. El diario no debe perder por ningún motivo su periodicidad.
- g) **Tiraje:** las empresas son la única fuente de información para obtener este dato. En algunos países el tiraje es público y fácilmente controlable. Aquí hemos consignado el número de ejemplares salidos de prensa y no el número de vendidos, porque a que muchos ejemplares no se venden. El tiraje es afectado por las temporadas publicitarias, concursos, alza o baja en el precio de venta, temporadas de contienda política y otros factores.
- h) **Momento de la aparición:** tanto la morfología como el contenido dependen de la hora de aparición del diario. En Guatemala no hay diarios del mediodía, únicamente de la mañana y de tarde. Se han editado diarios con salida al mediodía y en la noche, pero han fracasado o bien han tenido que cambiar su hora de aparición.
- i) **Cobertura por Departamentos:** las zonas de circulación de un diario nos permiten conocer su influencia. Nos señalan las zonas descuidadas y las zonas saturadas de comunicación. En este sentido hay publicaciones con carácter nacional, otras son regionales y algunas son locales. Los diarios capitalinos en Guatemala aspiran a una difusión nacional, en vista de que no hay diarios departamentales.
- j) **Precio:** cada ejemplar imprime el precio de venta al público en la primera página. Es el precio por unidad. El precio de suscripción--que generalmente ofrece una rebaja--se consulta en Administración.

El precio de un ejemplar no es estable. Varía según los días de la se
mana y es afectado por circunstancias económicas.

- k) Directorio: es una guía para el público acerca de cómo está organizado el diario y quiénes lo hacen. Informe los nombres de sus editores, Di
rectores, redactores, reporteros, colaboradores, corresponsales, etc. Se le llama el "staff" cuando se refiere al Departamento de Redacción.
- i) Editora: en algunos casos el diario se imprime en editora ajena a la em
presa.
- m) Edificio: hay variantes tales como un edificio propio y construido pa-
ra el diario; edificio alquilado y no adecuado para la empresa o bien edificio propio, modificado para adaptarlo a las necesidades.
- n) Dirección: es importante que se consigne en la primera página el alcan
ce del lector. Dato para la historia del periodismo.
- g) Distribución: zonas de venta; entrega a domicilio; suscripciones.
- o) Director: Dato para la historia del periódico.

Características especiales

- a) Idioma: dato que se consigna en una investigación porque en algunos países circulan diarios en varios idiomas.
- b) Formato: influye en el público. El lector prefiere casi siempre el ta-
bloide por razones de comodidad. Sin embargo el estandar conserva su tradición. No es necesariamente cierto que un formato tabloide sea sen
sacionalista y un gran formato o estandar sea conservador. Tampoco es rigurosamente cierto que un tabloide sea más gráfico que un estan-
dar. Algunos diarios cambian su formato durante su corta o larga vida

entendiendo razones diversas. Un cambio en su estructura es importante porque a veces determina el aumento o la disminución de su venta.

- El formato es importante para archivar e incluye las características especiales de altura, ancho, y otras medidas.

- c) Ancho de cada columna: varía en centímetros e influye en la fisonomía del diario.
- d) Publicidad en primera página: algunos diarios acostumbra la publicidad en primera página en "cintillos" o bien en las "orejas" (a los lados del nombre del diario). Otros no imprimen publicidad.
- e) Contenido del titular principal: es importante porque a) atrae o no al lector y b) refleja la política del diario.
- f) Colores: es característica especial que depende de la situación económica de la empresa, y es un atractivo más para el lector así como para el anunciante.
- g) Técnica de impresión: influye en la presentación del diario y las ventajas y desventajas de cada técnica influyen en el suceso de la empresa.
- h) Logo que acompaña el nombre del diario: en cierta forma refleja la política del diario; orienta al lector y llegan a identificar el medio ante su público. Generalmente se conservan siempre.
- i) Estructura jurídica: es importante investigar la naturaleza de la empresa: propiedad individual o sociedad anónima. Asimismo establecer si es una editorial o si solamente imprime el diario.

Los datos de esta investigación fueron tomados de la edición del día lunes 15 de julio de 1974 de cada uno de los diarios capitalinos, agregando a los datos consignados el del número correspondiente a esa edición.

Seguimos un orden alfabético de la primera letra de su nombre.

Ficha de los diarios.

Datos generales.

Número 1

- a) nombre: ALENDA: No.1020 Año XII
- b) ciudad donde se edita, consignada en la primera página: Guatemala.
- c) Año de fundación: mayo de 1963 (como semanario)
- d) fecha del primer número: 10. de octubre de 1972, (como diario)
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en la semana: seis (6)
- g) periodicidad: diario
- h) tiraje: 28,000
- i) momento de la aparición: matutino
- j) cobertura por Departamentos: promedio de 12 Departamentos
- k) precio: Q.0.05 (cinco centavos)
- l) Directorio: completo
- m) editora: Editorial Luz S.A.
- n) edificio: propio
- ñ) Dirección: 16 calle 12-49 zona 1 o) Director: Augusto Milet Descarp.

Características especiales.

- a) idioma: español
- b) formato: tabloide
- c) número de columnas: cinco (5)
- d) ancho de cada columna: 4.8
- e) publicidad en primera página: sí
- f) contenido del titular principal: Información accidente
- g) colores: sí
- h) técnica de impresión: Litografía
- i) lema que acompaña al nombre: El Diario con Ideario
- j) número de páginas: 20 (veinte)
- k) gráficas: sí

Datos generales.

Número 2

- a) nombre: DIARIO EL GRAFICO. Año XI No.3593
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1963
- d) fecha del primer número: 19 de julio de 1963
- e) número de ediciones diarias: una. (1)
- f) número de ediciones en la semana: siete (7)
- g) periodicidad: diario.
- h) tiraje: 52,000
- i) momento de la aparición: matutino
- j) cobertura por Departamentos: todos los Departamentos
- k) precio: Q.0.05 de martes a viernes; Q.0.10 sábado, domingo y lunes
- l) Directorio: completo
- m) editora: Editora El Gráfico
- n) edificio: propio, en construcción
- ñ) Dirección: 14 avenida 4-33 zona 1
- o) Director: Jorge Carpio Nicolle

Características especiales.

- a) idioma: español
- b) formato: tabloide
- c) número de columnas: cinco (5)
- d) ancho de cada columna: 2 pulgs.
- e) publicidad en primera página: no
- f) contenido del titular de primera página: información Accidente.
- g) colores: sí
- h) técnica de impresión: Off-set
- i) lema que acompaña al nombre: no
- j) número de páginas: 40 (cuarenta)
- k) gráficas: sí.

Datos generales.

Número 3

- a) nombre: DIARIO LA TARDE. Año IV Número 1156
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1970
- d) fecha del primer número: 27 de agosto
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en la semana: seis (6)
- g) periodicidad: diario
- h) tiraje: 22,000
- i) momento de la aparición: vespertino.
- j) cobertura por Departamentos: promedio de diez Departamentos
- k) precio: Q.0.05 de lunes a sábado
- l) Directorio: completo
- m) editora: Talleres El Gráfico
- n) edificio: propio, en construcción
- ñ) Dirección: 14 avenida 4-33 zona 1
- o) Director: Jorge Carpio Nicolio

Características especiales.

- a) idioma: español
- b) formato: estandar
- c) número de columnas: siete (7)
- d) ancho de cada columna: 2 pulgs.
- e) publicidad en primera página: no
- f) contenido del titular de primera página: información económica
- g) colores: sí
- h) técnica de impresión: Gff-set
- i) lema que acompaña al nombre: "Prensa Guatemalteca Independiente"
- j) número de páginas: dieciseis (16)
- k) gráficas: sí.

Datos generales

Número 4

- a) nombre: EL IMPARCIAL - AÑC. LIII No.16926
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1922
- d) fecha del primer número: 16 de junio
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en una semana: seis (6)
- g) periodicidad: diario.
- h) tiraje: 20,000
- i) momento de la aparición: vespertino.
- j) cobertura por Departamentos: todos
- k) precio: Q.0.05 de lunes a viernes; Q.0.10 los sábados
- l) Directorio: completo
- m) editora: Unión Tipográfica
- n) edificio: propio y adecuado.
- ñ) dirección: 7a. calle 10-5A zona 1
- o) Director: Lic. David Vela

Características especiales

- a) idioma: español
- b) formato: estandar
- c) número de columnas: ocho (8)
- d) ancho de columna: 4.9 cms.
- e) publicidad en primera página: no
- f) contenido del titular de primera página: información Económica
- g) colores: no
- h) técnica de impresión: tipografía
- i) lema que acompaña el nombre: "Verdad-Belleza-Justicia"
- j) número de páginas: doce (12)
- k) Características especiales: caricatura El muñequito, con el comentario del día.
- l) gráficas: sí.

Datos generales

Número 5

- a) nombre: IMPACTO AÑO XXIII No.6434
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1951
- d) fecha del primer número: 12 de agosto
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en la semana: seis (6)
- g) periodicidad: diario.
- h) tiraje: 20,000
- i) momento de la aparición: matutina
- j) cobertura por Departamentos: promedio de diez Departamentos
- k) precio: Q.0.05 todos los días.
- l) Directorio: completo
- m) editora: Diario Impacto
- n) edificio: propio
- ñ) Dirección: 9a. calle "A" 1-56 zona 1
- o) Director: Oscar Marroquín Rojas

Características especiales

- a) idioma: español
- b) formato: tabloide
- c) número de columnas: cinco (5)
- d) ancho de cada columna: 4.8
- e) publicidad en primera página: sí- orejas-
- f) contenido del titular de primera página: información económica
- g) colores: no
- h) técnica de impresión: Off-set
- i) lema que acompaña al nombre: "Diario Independiente"
- j) número de páginas: veinticuatro (24)
- k) gráficas: sí.

Datos generales

Número 6

- a) nombre: LA HORA. Epoca IV- No.9562
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1944
- d) fecha del primer número: 2 de noviembre
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en la semana: seis (6)
- g) periodicidad: diario
- h) tiraje: 15,000
- i) momento de la aparición: vespertina
- j) cobertura por Departamentos: todos
- k) precio: Q.0.05
- l) directorio: completo
- m) editora: Imprente Marroquín Hnas.
- n) edificio: propio
- ñ) Dirección: 1a. avenida 9-13 zona 1
- o) Director: Clemente Marroquín Rojas

Características especiales

- a) idioma: español
- b) formato: estándar
- c) número de columnas: ocho (8)
- d) ancho de cada columna: 4.8
- e) publicidad en primera página: no
- f) contenido del titular de primera página: información económica.
- g) colores: no
- h) técnica de impresión: Off-set
- i) lema que acompaña al nombre: "Diario Independiente"
- j) número de páginas: ocho (8)
- k) gráficas: sí.

Datos generales

Número 7

- a) nombre: LA NACION - Año. 7- No.1534
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1970
- d) fecha del primer número: 22 de febrero
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en la semana: siete (7)
- g) periodicidad: diario
- h) tiraje: 32,000
- i) momento de la aparición: matutino
- j) cobertura por Departamentos: todos
- k) precio: Q.0.05
- l) directorio: completo
- m) editora: Editorial del Itzmo S.A.
- n) edificio: propio
- ñ) Dirección: 2a. calle 6-51 zona 1
- o) Director: Héctor Cifuentes Aguirre

Características especiales.

- a) idioma: español
- b) formato: tabloide
- c) número de columnas: cinco (5)
- d) ancho de cada columna: 4.8
- e) publicidad en primera página: sí- orejas-
- f) contenido del titular de primera página: información Accidente
- g) colores: sí
- h) Técnica de impresión: Off-set
- i) lema que acompaña al nombre: nó
- j) número de páginas: veinticuatro (24)
- k) gráficas: sí.

Datos generales

Número 8

- a) nombre: PRENSA LIBRE - Año XXIII- No. 7009
- b) ciudad donde se edita: Guatemala
- c) año de fundación: 1951
- d) fecha del primer número: 20 de agosto
- e) número de ediciones diarias: una (1)
- f) número de ediciones en la semana: seis (6)
- g) periodicidad: diario
- h) tiraje: 55,000
- i) momento de la aparición: matutino
- j) cobertura por Departamentos: todos
- k) precio: Q.0.10
- l) directorio: completo
- m) oficinas: Prensa Libre.
- n) edificio: propio, en construcción
- ñ) Dirección: 13 calle 9-31 zona 1
- o) Director: Pedro Julio García.

Características especiales

- a) idioma: español
- b) formato: tabloide
- c) número de columnas: cinco (5)
- d) ancho de cada columna: 4.9
- e) publicidad en primera página: sí- orejas-
- f) contenido del titular de primera página: información internacional
- g) colores: sí.
- h) técnica de impresión: tipografía
- i) lema que acompaña al nombre: "Por un periodismo independiente,
honrado y digno. El periódico de
mayor circulación"
- j) número de páginas: ochenta (80)
- k) gráficos: sí.

C. Contenido de la información. Carácter de la información.

El contenido de la información es importantísimo. Es el mensaje. Constituye la base informativa sobre la cual el lector construye su mundo. Al investigar el contenido nos damos cuenta de lo que los medios de comunicación le dan al lector, lo que permiten que pase a formar parte de su conocimiento. Por lo tanto, nos damos cuenta de lo que no le dan, de lo que le niegan o bien, de lo que el lector apenas conoce, desconoce o conoce mal.

En un país en vías de desarrollo esto es mucho más importante. Apreciaremos al investigar, por ejemplo, que hay una cantidad de informaciones cuyo contenido no ayuda al individuo a integrarse y participar en el desarrollo de su sociedad. Otras informaciones son distractoras, que lo alejan de aquellos asuntos que requieren racionalización y discusión.

Es difícil investigar el contenido de la información. Los diarios de un mismo país tienen distintos criterios para servir información puesto que tienen distintos intereses. Una de las razones es la competencia y otra es la política de los dueños de los medios de comunicación que se refleja en la información que dan al público.

Siendo tan vasto el campo de las materias que trata un diario se hace aun más difícil agruparlas en clasificaciones ya que éstas pueden ser válidas en algunos países pero inaceptables en otros. Las mismas materias son tan complejas que en muchos casos una información corresponde a varias categorías.

Los investigadores indican que es preferible que cada estudio se haga con base en una clasificación particular, de acuerdo al contexto periodístico de cada país.

En este trabajo hemos seguido muy de cerca la clasificación de Jacques Kayser utilizada por CIESPAL en el trabajo Dos semanas de Prensa en América Latina que ya hemos citado. Sin embargo, le hicimos algunas modificaciones para adaptarla a nuestro medio y al volumen de material investigado.

El estudio de contenido se referirá solamente a la materia comprendida en las informaciones, esto es, a los asuntos mismos sobre los cuales se informa.

El primer paso consiste en determinar los asuntos contenidos en las informaciones. Para esta catalogación es necesario clasificar las Materias, que a su vez se dividen en Categorías.

Trabajemos con 10 (diez) Materias y suprimamos algunas categorías por considerarlas poco aplicables dentro de nuestra realidad.

La clasificación es la siguiente:

1.- ASUNTOS DE CARACTER INTERNACIONAL.

1.1 Asuntos internacionales en general. Guerras.

1.2 Política internacional del país.

1.3 Asuntos internacionales de influencia en el país.

2.- ASUNTOS ADMINISTRATIVOS Y DE POLÍTICA INTERNA.

- 2.1 Política interna.
- 2.2 Gobierno y administración del país.
- 2.3 Asuntos municipales y vida comunal.
- 2.4 Asuntos legislativos y asuntos judiciales.
- 2.5 Asuntos militares y de defensa.
- 2.6 Disturbios públicos.

3.- ASUNTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

- 3.1 Asuntos económicos y financieros.
- 3.2 Asuntos industriales y agropecuarios.
- 3.3 Asuntos monetarios y bancarios.
- 3.4 Transportes, telecomunicaciones, turismo, viajes.
- 3.5 Desarrollo de recursos naturales.
- 3.6 Préstamos y ayuda internacional.

4.- BIENESTAR PÚBLICO Y PROBLEMAS DE ORDEN SOCIAL

- 4.1 Asuntos de orden social en general.
- 4.2 Asuntos de trabajo.
- 4.3 Asuntos sindicales.
- 4.4 Salud Pública y Sanidad.
- 4.5 Problemas indígenas.
- 4.6 Actividades cívicas.

5.- EDUCACION, CIENCIA Y CULTURA.

- 5.1 Enseñanza y educación
- 5.2 Asuntos literarios y artísticos
- 5.3 Progresos científicos y tecnológicos
- 5.4 Ciencia y cultura en general.

6.- RELIGION Y CULTOS.

- 6.1 Asuntos religiosos en general

7.- DEPORTES Y ESPECTACULOS.

- 7.1 Deportes y espectáculos en general.

8.- CONDUCTA ANTISOCIAL, DESASTRES.

- 8.1 Delincuencia y crónica policial.
- 8.2 Alcoholismo y estupefacientes.
- 8.3 Catástrofes y accidentes.

9.- MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA.

- 9.1 Comunicación colectiva en general.

10.- INFORMACION PRACTICA, AMENIDADES, PERSONALES.

- 10.1 Asuntos de hogar, información práctica.
- 10.2 Vida Social
- 10.3 Asuntos sentimentales
- 10.4 Distracciones, pasatiempos, historietas, gráficas, tiras cómicas, modas.

11.- ASUNTOS VARIOS

Misceláneas no clasificables en las categorías anteriores.

Para situar una información en su correspondiente categoría no se catalogó esa misma información en más de una categoría, y se procedió según el aspecto predominante en la información.

Esta clasificación de contenidos nos dió el siguiente resul-
tado:

- a) cuántas informaciones publica cada diario, cada materia, en un día;
- b) cuántas informaciones de cada materia publican todos los diarios en una semana;
- c) qué contenido tienen los editoriales;
- d) qué informaciones destacan los titulares principales;
- e) cuántas informaciones sobre 5.-Educación ciencia y cultura publica cada diario en un día, y en la semana;
- f) qué materias ocupan los primeros lugares en la información diaria, según los medios investigados.

Carácter de la información. Se considera el carácter de la información a la influencia que pueda tener la noticia sobre el lector -- actuando como motivador e impulsor del ciudadano hacia un cambio favorable al desarrollo de su sociedad.

Determinar el carácter de la información de un diario implica caer en los terrenos de lo subjetivo, a menos que se establezca un cri-
terio concreto en cuanto a lo que entendemos por material informativo, y su influencia.

El criterio que hemos seguido en este trabajo es el siguiente: a) información con carácter positivo; b) con carácter negativo y c) con carácter neutro.

a) Información con carácter positivo es la que se refiere a hechos, actividades o acontecimientos útiles o provechosos para el bienestar social, --y en el caso específico de Guatemala-- para el desarrollo socio-económicos del país, tales como programas de educación, cultura, artes beneficencia, obras públicas, producción, planes de vivienda, desarrollo en general, etc.

b) Información con carácter negativo, es la que informa sobre hechos, actividades o acontecimientos perjudiciales, dañinos, perturbadores del bienestar social, tales como conducta antisocial, sublevaciones, motines, guerras, revoluciones, plagas, accidentes, terrorismo, pestes, ataques a la ley, etc.

c) Información con carácter neutro se considera aquella que es sobre política nacional o extranjera, que comprende campañas partidarias y doctrinarias; propaganda gubernamental y también los asuntos religiosos, que aunque tengan carácter positivo, se pueden prestar a controversias.

También tienen carácter neutro las informaciones sobre deportes, amenidades, asuntos personales, información práctica y otras que no tienen relación directa con el desarrollo socio-económico y cultural de la sociedad guatemalteca.

Dejamos asentado que pueden existir otros criterios para calificar el carácter de la información de los diarios y establecer así una clasificación distinta a la nuestra.

Las conclusiones de esta investigación demuestran la relación directa que hay entre las materias sobre las cuales informa la prensa y el carácter de las mismas.

Las informaciones con carácter Neutro son numerosas en un país en vías de desarrollo, porque las grandes masas no participan diariamente en la discusión de los asuntos verdaderamente importantes tales como la economía, la educación, la ciencia y la cultura en general.

Efectivamente, las mayorías están distraídas en los deportes por ejemplo, que no necesitan una racionalización ni conducen a la toma de decisiones importantes. La escasa información religiosa es controversial, por cuanto la religión ha pasado a ser un asunto cada vez más personal y tampoco ayuda al desarrollo. La religión apenas se discute y las mayorías aceptan una u otra, dependiendo de la labor proselitista que hacen sus dirigentes. Entre los medios de comunicación, es la radio la que difunde más programas religiosos- con diversidad de enfoques y la prensa escrita diaria

se limita a proporcionar poca información al respecto.

LA PRIMERA PAGINA.

En los inicios del periodismo impreso la primera página desempeñó un papel de suma importancia. Era el atractivo número uno para lograr lectores. Se le adjudicaba la noticia de mayor importancia, la mejor gráfica y en algunos casos la voz editorial.

La primera página sigue siendo lo que los periodistas llaman con certeza "la vitrina" del periódico. Es la página de las prioridades, llamada también primera plana, simplemente "primera" o "la uno".

A partir de la página uno la jerarquía es variable en cuanto a información, secciones, páginas especializadas. Pero lo que figura en "la uno" ha sido valorizado debidamente y en eso los responsables de la edición no pueden equivocarse; la inserción en primera página es determinante.

Entre las razones que fundamentan la importancia de la primera página, la más obvia es que se ve primero. La muestran los puestos de periódicos al público, le anuncian los vendedores y constituye, en resumen el estímulo que moverá la acción del lector. Su importancia aumentó al crecer la competencia por la circulación.

Todos los tipos de periódicos--tabloides, estandar o medio--de todas las tendencias--conservadores, moderados, sensacionalistas se preocupan por la buena impresión que debe causar la primera página. Y por

su impacto a simple vista.

Para estudiar la primera página es necesario atender a:
A-Formato y B- Contenido.

Formato

Consideraremos algunos aspectos importantes en cuanto a formato o distribución de las noticias y resto del material en el espacio de la primera página. Usaremos la palabra en el sentido de diagrama o esquema.

- a) tabloide
 - medio
 - estándar
- b) simétrico
 - asimétrico
- c) nombre: en lugar fijo
 - en diferente lugar
- d) con una gráfica
 - con varias gráficas
- e) con índice de noticias
 - sin índice de noticias
- f) con informaciones completas
 - sólo con titulares
- g) con anuncios
 - sin anuncios

h) con colores

sin colores

- B- Contenido (Materia): a) del titular principal
b) del segundo titular

Resultados de la investigación

1.. Alerta!

A. Formato:

- a) tabloide
- b) asimétrico
- c) nombre fijo
- d) con varias gráficas
- e) sin índice de informaciones
- f) con información
- g) con publicidad
- h) con color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categorías VIII
- b) del segundo titular: Categoría II
- c) indica el precio.

2.. Diario El Gráfico.

A. Formato:

- a) tabloide
- b) asimétrico
- c) nombre en diferente lugar
- d) con una gráfica

- e) sin índice de informaciones
- f) sólo titulares
- g) sin publicidad
- h) con color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría VIII
(desastros).
- b) del segundo titular: Categoría II
(política interna)
- c) indica el precio.

3.. Diario La Tarde.

A. Formato:

- a) estándar
- b) asimétrico
- c) nombre en diferente lugar
- d) con varias gráficas
- e) con índice de informaciones
- f) con informaciones
- g) sin publicidad
- h) con color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría II
- b) del segundo titular: Categoría VIII
- c) indica el precio.

4.. El Imparcial.

A. Formato:

- a) estándar
- b) asimétrico
- c) con el nombre movable
- d) con varias gráficas
- e) sin índice de informaciones
- f) con informaciones
- g) sin publicidad
- h) sin color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría II
(política interna)
- b) del segundo titular: Categoría I.
(Internacional)
- c) indica el **precio**.

5.. Impacto.

A. Formato:

- a) tabloide
- b) asimétrico
- c) nombre en lugar fijo
- d) con varias gráficas
- e) sin índice de informaciones
- f) con informaciones
- g) con publicidad
- h) sin color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría VIII
(violencia)
- b) del segundo titular: Categoría II
(política interna)
- c) indicar el precio.

6.. La Hora.

A. Formato:

- a) estándar
- b) asimétrico
- c) nombre móvil
- d) con varias gráficas
- e) sin índice de informaciones
- f) con informaciones
- g) sin publicidad
- h) sin color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría II
(gobierno)
- b) del segundo titular: Categoría I
(internacional)
- c) indicar el precio.

7.. La Nación.

A. Formato:

- a) tríptico
- b) simétrico
- c) con el nombre fijo

- d) con varias gráficas
- e) sin índice de informaciones
- f) con informaciones (en plé de grabado)
- g) con publicidad
- h) con color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría VIII
(violencia)
- b) del segundo titular: Categoría II
(política interna)
- c) indicar el precio.

2.. Prensa Libre.

A. Formato:

- a) tabloide
- b) asimétrico
- c) nombre en lugar fijo
- d) con una gráfica (en esta edición)
- e) sin índice de informaciones
- f) sin informaciones
- g) con publicidad
- h) con color

B. Contenido:

- a) del titular principal: Categoría I
(internacional)
- b) del segundo titular: Categoría VIII
(delincuencia)
- c) indicar el precio.