

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

Trabajo de tesis

**LOS ANUNCIOS NAVIDEÑOS EN DIARIO
EL IMPARCIAL**

presentado por

LUIS EDUARDO CASTELLANOS HERRERA

Previo a optar por el Título de

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Asesor

Lic. Ismael Avendaño Amaya

Guatemala, septiembre de 2006

DL
16
T(15)

Director

Lic. Gustavo Bracamonte

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Sergio Morataya

Lic. Victor Carillas

Representantes de los Egresados

Lic. Marcer Arévalo

Representantes estudiantiles

Edgar Hernández

Estevens Mencos

Secretaría

Licda. Miriam Isabel Yucuté

Tribunal Examinador

Lic. Ismael Avendaño (Presidente)

Lic. Domingo Chiapas (Revisor)

Lic. Miguel Angel Juárez (Revisor)

Lic. Mario Campos (Examinador)

Licda. Ana Ligia Segura (Examinador)

Lic. Axel Santizo (Suplente)



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

Guatemala, 3 de febrero de 2006

M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis
Ciudad Universitaria

Distinguida M.A Mérida:

Por medio de la presente informo a usted que he revisado la versión final de la TESIS del estudiante:

Luis Eduardo Castellanos Herrera

Carné No. 199911871

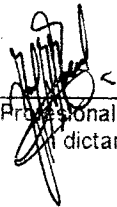
cuyo tema es:

Los anuncios navideños en el periódico El Imparcial

El citado trabajo llena los requisitos de rigor, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



(f) Profesional que emite el
dictamen

Coordinador
estudiante



17:15hr



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

Guatemala, 22 de febrero de 2006
ECC 177-06

Señor(a)(ita).
Luis Eduardo Castellanos Herrera
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a)(ita):

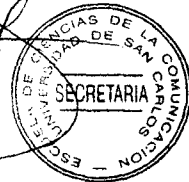
Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 22.6, del Punto VIGESIMO SEGUNDO del Acta No.03-06, de sesión celebrada el 21-02-06.

“VIGESIMO SEGUNDO: ... 22.6... El Consejo Directivo, ACUERDA: El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA:
1) Nombrar a los profesionales: Lic. Ismael Avendaño (Presidente), Lic. Miguel Angel Juárez, Lic. Domingo Chiapas para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante Luis Eduardo Castellanos Herrera, Carné No. 199911871, cuyo título es: LOS ANUNCIOS NAVIDEÑOS EN EL PERIÓDICO EL IMPARCIAL. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑADA A TODOS”

Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/csg

Por una Escuela con luz propia



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

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala, 26 de Marzo de 2006

Señores:
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio M2

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante

Jairo Eduardo Castellanos Herrera

Camé No. 190911971

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su **TRABAJO DE TESIS**,
cuyo tema es

Los arboles navideños en diario el imparcial

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Miembro Comisión Revisora
Lic. Domingo Chiapas

Miembro Comisión Revisora
Lic. Miguel Ángel Juárez

cc/ archivo

Presidente Comisión Revisora
Lic. Israel Avendaño



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

Guatemala, 16 de agosto de 2006.
ECC 944-06

Señor (a)(ita)
Luis Eduardo Castellanos Herrera
Esc. Ciencias de la Comunicación

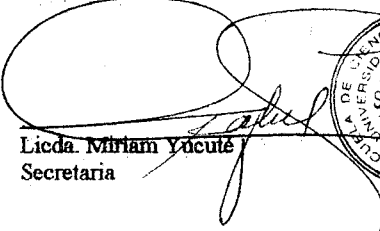
Estimado (a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 29.4 del Punto VIGESIMO NOVENO del Acta Extraordinaria No. 20-06 de sesión celebrada el 11-08-06.

“VIGESIMO NOVENO:....29.4... El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: LOS ANUNCIOS NAVIDEÑOS EN DIARIO EL IMPARCIAL, presentado por el (la) estudiante Luis Eduardo Castellanos Herrera, Carné No. 199911871, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Mario Campos, Licda. Ana Ligia Segura y Lic. Axel Santizo (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Ismael Avendaño (Presidente), Lic. Domingo Chiapas y Lic. Miguel Angel Juárez, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/csg

Dedico esta tesis:

Al creador

A mis padres:

*Luis Eduardo Castellanos Portillo
Marta de Jesús Herrera de Castellanos*

A mis abuelos:

*Maria Catalina Portillo de Castellanos
Eduardo Castellanos
Maria del Socorro Ruano de Herrera
Medardo Herrera*

A mis hermanos:

*Allan Rodrigo Castellanos Herrera
Claudia Vanessa Castellanos*

*Para efectos legales únicamente
el autor es responsable del
contenido de este trabajo.*



Capítulo III. Marco Metodológico

3.1. Método.....	34
3.2. Identificación del universo.....	34
3.3. Muestra.....	35
3.4. Instrumentos utilizados.....	35
3.5. Ficha de análisis.....	36
3.6. Fuentes de consulta.....	37

Capítulo IV. Análisis y resultados

4.1. Características de los anuncios navideños.....	38
4.2. Elementos técnicos utilizados por el publicista en los anuncios navideños.....	40
4.4. Símbolos navideños en diario El imparcial.....	48

Conclusiones.....	51
Recomendaciones.....	52
Bibliografía.....	53
Anexo.....	59



Índice

Índice.....	01
Introducción.....	03

Capítulo 1. Marco Conceptual

1.1. Planteamiento del problema.....	04
1.2. Delimitación del problema.....	04
1.3. Justificación.....	05
1.4. Objetivos.....	05

Capítulo II. Marco Teórico

✧ Diario El Imparcial y anuncios publicitarios

2.1. El periódico.....	06
2.2. Reseña del periódico en Guatemala.....	06
2.3. Diario El Imparcial.....	07
2.3.1. Características de diario El Imparcial.....	07
2.3.1.1. El formato.....	07
2.3.1.2. El contenido.....	07
2.3.2. Desaparición de diario El Imparcial.....	09
2.4. El anuncio publicitario.....	09
2.5. Elementos de diseño en el anuncio.....	11
2.6. Los anuncios publicitarios en diario El Imparcial.....	13
2.6.1. El anunciante.....	15
2.6.2 La producción de anuncios.....	16

✧ Celebración de Navidad

2.6. Aproximación histórica a la navidad.....	16
2.7. La navidad como fenómeno folklórico.....	20
2.8. Las fiestas populares en Guatemala.....	22
2.9. La navidad en Guatemala.....	23
2.9.1. Los símbolos navideños.....	27
2.9.1.1 La navidad tradicional.....	28
2.9.1.2 La navidad del regalo.....	29



Introducción

El trabajo de investigación contempla características que poseyeron anuncios navideños publicados por diario El Imparcial entre los años de 1926 a 1936, en un principio se contemplaba investigar entre 1924 a 1935 pero la ausencia de los periódicos de diciembre de 1925 en la Hemeroteca Nacional a la hora de hacer la investigación de campo lo imposibilitó, sustituyéndolos por 1926 a 1936, es relevante resaltar que éstos anuncios son parte de la historia publicitaria guatemalteca, debido a que la industria se encontraba en ascenso y era por medio del movimiento comercial que las formas de hacer publicidad empezaban a desarrollarse, por lo que constituyen piezas invaluable de diseño gráfico en el arte guatemalteco.

El estudio esta formado por cuatro capítulos de la siguiente manera:

El capítulo I, compuesto por el Marco Conceptual consta de: Planteamiento del problema, delimitación, Justificación y objetivos.

El Capítulo II es el Marco Teórico, son antecedentes del trabajo, cuenta con entrevistas e información acerca de diario El Imparcial, consta de dos partes: 1) El Imparcial, el anuncio publicitario y 2) Celebración de Navidad.

El Capítulo III. Es el marco metodológico en donde se ordenaron los pasos de la investigación, compuesto por método, identificación del universo, muestra e instrumento.

Por último el Capítulo IV en donde se detalla el análisis y conclusiones de los resultados de las características de los anuncios navideños, publicados en diario El Imparcial de 1926 a 1936.



1.3. Justificación

El motivo principal para realizar la presente investigación fue porque nunca se desarrollaron estudios que presenten las características de los anuncios navideños, de tal forma que desconocemos cuales son los elementos técnicos que se utilizaron en su producción. También es importante resaltar que se seleccionó diario El Imparcial por que fue uno de los más significativos de Guatemala, y pionero en utilizarlos como soporte financiero, además que son parte de la historia de diseño gráfico en Guatemala.

El alcance principal de esta investigación es ofrecerle al comunicador social identificadores de los anuncios publicitarios navideños analizados entre los años de 1926 a 1936, para demostrar sus características y de esa manera apreciar los diseños de la época, así mismo fomentar el interés por estudios comunicacionales relacionados con folklore e historia.

1.4. Objetivos

General:

Determinar cuales fueron las características que durante once años presentaron los anuncios navideños de diario El Imparcial en las ediciones publicadas en los años de 1926 a 1936.

Específicos:

1. Describir las características de los anuncios navideños que fueron publicados de 1926 a 1936 en diario El Imparcial.
2. Identificar los elementos técnicos sobresalientes que están implícitos en la creación de los anuncios publicitarios navideños publicados durante 1926 a 1936 en diario El imparcial.
3. Identificar que símbolos culturales de la tradición popular navideña- guatemalteca fueron utilizados en los anuncios publicitarios publicados durante 1926 a 1936 en diario El Imparcial.



Capítulo I. Marco Conceptual

1.1. Planteamiento del problema

En diciembre de cada año se celebra una de las tradiciones más importantes y populares de Guatemala, la época navideña. Esta temporada es útil al publicista para crear campañas con mensajes navideños.

Los anuncios publicitarios publicados en los diarios por navidad tienen características que desconocemos. Por lo tanto la presente investigación tiene como propósito indagar sobre ¿Cuáles fueron las características que durante once años presentaron los anuncios navideños en el periódico El Imparcial de 1926 a 1936? .

1.2. Delimitación del Problema

El presente estudio sobre las características de los anuncios navideños se efectuó en los anuncios publicitarios publicados en el mes de diciembre de 1926 a 1936 en el diario El Imparcial.

- Temporal: Años de 1926 a 1936.
- Geográfica: Municipio de Guatemala
- Institucional: Diario El Imparcial.
- Personal: Anuncios navideños.



2.3. El Diario El Imparcial

El 16 de junio de 1922 nació el diario El Imparcial, León Aguilera (1952:3) menciona “Un grupo de periodistas en esos días sin trabajo y de empresarios de tipografía en ciernes, planificaron el periódico. Allí estaba Alejandro Córdova, quienes dirigirían el medio junto con Cesar Brañas y Carlos Gandára Durán, el hombre férreo de la administración”.

2.3.1. Características del diario El Imparcial

2.3.1.1 El formato:

El formato es el tamaño de un impreso, relacionándolo con el número de hojas por pliego tomando en cuenta lo ancho y la altura de la página.

García De Portillo (1993:20) dice que “El diario El Imparcial nació con el formato conocido como estándar, sábana o clásico cuyas dimensiones son de 13 X 21 pulgadas que hacen doscientas setenta y tres pulgadas cuadradas”, , es importante señalar que la primera edición constaba de seis columnas, así siguió por unos años hasta diagramarse en ocho.

En 1985, cuando divulgó sus últimas ediciones pasó a ser tamaño tabloide 13 X 10 pulgadas, con ciento treinta pulgadas de formato útil y cinco columnas en su diagramación.

2.3.1.2. El contenido:

Tres secciones sobresalen en el contenido de diario El Imparcial: 1.la página literaria, 2. el muñequito y 3.la morgue.

1-La página literaria:

Nora Navarro (2000:18) menciona la importancia de la página literaria señalando “No era una página literaria propiamente dicha, ni mucho menos un suplemento cultural, sino era una página diaria en que aparte del editorial aparecían los escritores con su firma. Por



Capítulo II. Marco teórico

Capítulo I. Diario El Imparcial y los anuncios publicitarios

2.1. El periódico

Los periódicos son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. Los periódicos también contienen comentarios sobre éstas, defienden diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos se basan en la inserción de publicidad (Encarta, 2003)

2.2. Reseña del periódico en Guatemala

En la época colonial Guatemala no pudo tener periodismo porque no era permitido por los gobernantes, ni el medio sentía tal necesidad, ni las instituciones eran propicias para el desarrollo.

En noviembre de 1729, aparece La Gaceta que era el órgano mensual del Gobierno, esta se convirtió inmediatamente en semanario y al cabo de algunos años se suspendió; apareciendo nuevamente en el siglo XVIII. La constitución de 1812 permitió la libertad de imprenta. Pero no fue hasta 1815 cuando se fundó el periódico "De la Sociedad Económica".

En 1820 "El Amigo de la Patria" de don José Cecilio del Valle, "Genio de la Libertad" en 1821. Después de los regímenes de Rafael Carrera y Vicente Cerna, el movimiento de publicaciones se paralizó y el periodismo se redujo a "La Gaceta Oficial", "El Museo Guatemalteco" y "la Semana". "El triunfo de la revolución de 1871 emitió la ley de libertad de imprenta, dando como resultado la aparición de "El Antigüero" y "El Centro Americano". El 1 de agosto de 1880 Marco J. Kelly fundó Diario de Centro América siendo éste el diario oficial. En el siglo XX se fundaron periódicos como: Nuestro Diario, Alerta, La nación, La Tarde, La Hora, Prensa Libre, Impacto, Diario El Gráfico, La Razón y El Imparcial". (SANCHEZ, 1984:40).

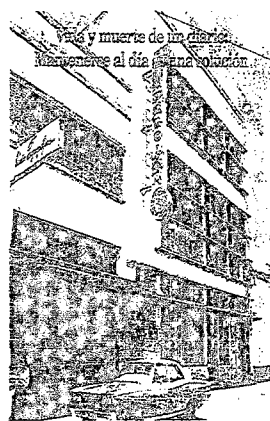


2.3.2. Desaparición del imparcial

El 28 de junio de 1985 dejó de circular el diario el Imparcial, según el reportaje de Jorge Luis Font para revista Pulso (1991:9) varios factores lo llevaron a su fin, entre ellos enumera :

- Era el único periódico impreso en plomo, y no ofrecía color a sus anunciantes .
- Tamaño estandard, mientras los demás eran tabloides.
- Exigia clisés de las agencias de publicidad.
- No renovó personal en la redacción.
- Se envejecieron los lectores y no pudieron atraer a los jóvenes.

Para el licenciado Eduardo Villatoro (2005) que trabajó en el Imparcial en 1974 , dice: “ *A pesar de que en los últimos días yo ya había emigrado, las circunstancias especiales derivado de la muerte de la esposa de Alejandro Córdova doña Marta , tuvo problemas testamentarios, era una estructura simbólica pero no tenía solidez; se fue diluyendo entre conflictos de herencia, quedándose sin cabeza siendo esa la detonante*”



Instalaciones del Imparcial

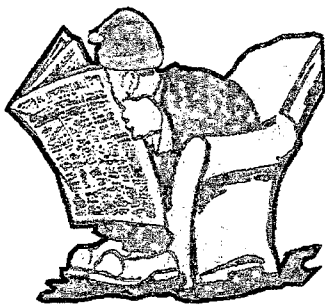
fuenta: Revista Pulso,1999:1

2.4. El anuncio publicitario

El diccionario de la Comunicación de Anabitarte y Claudin (1986:194) lo define como un “*Texto acompañado de ilustración o no que sirve para dar a conocer una marca, producto o servicio en los medios de comunicación. En América se dice aviso. Inserción hecha en un medio de comunicación con la finalidad informativa o de comunicación.*”



esa página desfilaron los hombres y mujeres de letras que gozaban de algún reconocimiento en la ciudad capital, Miguel Angel Asturias, Rafael Arévalo Martínez, Luis Cardoza y Aragón”. el escrito de Navarro tiene un epílogo que llama la atención en donde afirma: “Cesar Brañas murió en 1976 y hasta ahora ningún poderoso de la prensa ha vuelto a hacer lo que el hizo: difundir generosamente la literatura”.



Muñequito del Imparcial

Fuente: Alvarez, 1995:12

2-El muñequito: El muñequito era un personaje que en tono satírico reflejaba los problemas sociales por medio de frases ingeniosas, tuvo en el dibujante Alfonso Campins al autor del gráfico, a iniciativa de David Vela por referencia del muñequito que publicaba diario Sol de Madrid. (Celso Álvarez 1995:12).

3-La morgue: Es el departamento de referencia de El Imparcial, por iniciativa de Rufino Guerra Cortave, formando el funcionamiento de archivo de publicaciones para un medio informativo.

A estos tres identificadores mencionados por García Portillo habría que sumar el logotipo del Imparcial con el eslogan: verdad justicia y belleza, que según León Aguilera (1952:7) “se ha mantenido a través de las páginas del periódico, aún en mares procelosos cuando a veces entre el oleaje oscuro pareció desaparecer” constituyendo la misión del periódico hasta su desaparición en junio de 1985.



Logotipo del Imparcial

Fuente: Aguilera, 1952



2.5. Elementos de diseño en el anuncio

Dice William Arens (2000: 372) que “*El layout es una estructura completa, ordenada de elementos de un anuncio: ilustración o ilustraciones, encabezado, cuerpo del texto, sello, logotipo y firma*”.

El título o encabezado: Es el encargado de llamar la atención del consumidor, Treviño (2001:260) “*En pocas palabras, y de acuerdo con muchos estudios, el elemento más importante del anuncio es el encabezado*”, en tanto Jorge Carro (2005) afirma “*Palabras u oración, en la posición principal de un anuncio. Las que se leen primero o que se colocan para llamar la atención al máximo*”.

El encabezado, según su redacción se puede clasificar en: Imperativo , interrogativo , informativo, humorístico, conceptuoso, filosófico, poético, reclamo, rimado e intrigante (Treviño, 2001:272).

La ilustración: Aclara la descripción del anuncio mediante fotos, dibujos o pinturas y tipos según la Enciclopedia Microsoft Encarta (2003) “*Componente gráfico que complementa o realza un texto. Si bien las ilustraciones pueden ser mapas, planos, diagramas o elementos decorativos, generalmente se trata de representaciones de escenas, personajes u objetos que tienen relación —directa, indirecta o simbólica— con el texto que acompañan*”.

El texto: El texto verbal refiere a las palabras que se encuentran inmersas en el anuncio, Jorge Carro (2005) menciona que es un “*Escrito publicitario que se utiliza para escribir en el propio anuncio gráfico o para locución de un spot o de una cuña. En publicidad se distingue entre titulares y textos, ya que van próximos, pero no son lo mismo. Copy, text*”. Es una ampliación del encabezado, su objeto principal es de ampliar y reforzar el impulso del oyente a aceptar la imagen a ver y probar el producto.



En los medios audiovisuales recibe el nombre de Spot y en la radio *Cuña*"; en tanto Figueroa (1999:359) lo define como "El término más común para denominar un mensaje o spot comercial que puede ser de extensión variable, de 10 a 60 segundos cuando se trata de medios audiovisuales, en los medios impresos se refiere al empleo del espacio de una plana: una plana, media plana, cuarto de plana o dieciseisavo de plana".

La publicidad, por medio de los anuncios, consigue influir en nuestros gustos y dirigimos hacia la compra. Además, en última instancia, los consumidores serán quienes paguen la publicidad al comprar los productos; en ocasiones la práctica publicitaria se apoya en la llamada persuasión invisible, "que consiste en utilizar efectos subliminales, esto es imperceptible de forma consciente por el receptor, pero que actúan sobre su inconsciente y pueden influir sobre la conducta" (Furones, 1980:23). Podemos considerar cuatro tipos de anuncios según Ferrés Marques Graells (2004):

- De presentación: explican las características del producto.

- De cualificación: explican los beneficios que ofrece el producto.

- Comparativos: comparan el producto con la competencia

- De presencia de la marca o eslogan.

En los anuncios hay que distinguir entre la idea y el tratamiento formal del mensaje . En todo caso los anuncios publicitarios han de transmitir el mensaje claramente y a simple vista. "Primero captamos la información y nos enteramos de la existencia del producto y de sus características y después hacemos una segunda lectura inconsciente que provendrá de la composición de las imágenes, de los valores que transmiten y del impacto que nos producen" (Ferrés, 2004)



Slogan: El eslogan es un lema que se caracteriza por una frase corta y rotunda, tiene una función polisémica que tiene el papel de síntesis, elogio y reiteración (Figueroa,1999:129).

2.6. Los anuncios publicitarios en diario El Imparcial

Estos anuncios forman parte de la historia de la publicidad en Guatemala, debido a que son vestigios de los primeros esfuerzos de diseño, menciona Luis Peña en una entrevista para Revista Marca (1999:28) sobre los inicios del diseño gráfico en Guatemala “ *En la muestra del Maestro Alfredo Gálvez Suárez pude observar que entre 1932 y 1937 ya se ofrecía*

una avanzada manifestación de Diseño Gráfico, sin embargo se conocía como dibujos comerciales”, para 1924 identifiqué un anuncio firmado por el maestro Alfredo Gálvez Suárez de Almacén Rosenberg, así mismo piezas de varios artistas que destacaron en la pintura.



Grabado del dibujo de la niña, Agfa, 1932

El caso de Gálvez Suárez además de ser colaborador de diario El Imparcial trabajó para litografía Zadik propiedad de Byron Zadik, León Aguilera (1952:404) cita a Zadik como “*el primer introductor del sistema offset a Guatemala , es decir la Litografía*”, además de Suárez destacaron en dibujos para el Imparcial Luis Rueda, Alfonso Campins , Humberto Garavito, Fernando González Goyri.

Es importante destacar lo dicho por David Vela (1943: 151) en su libro Literatura Guatemalteca “*El Imparcial marcó una etapa de evolución en el periodismo guatemalteco, que se tradujo en modernidad y eficiencia*” , con el surgimiento de este diario se daba la profesionalización de lo ligado con el desempeño de la publicidad, que era su principal fuente de ingresos, comprometido a dar noticias bajo su misión, verdad, justicia y belleza.



El lenguaje que la publicidad utiliza es a base de las figuras retóricas, embelleciendo las palabras, dice Arroyo Almarraz (2004):

"La retórica ha aportado a la publicidad un método de creación, porque como decía "Jaques Durand es el repertorio de las diferentes maneras de ser original" por lo tanto no sólo es un mero ornamento para decorar los mensajes de la publicidad, sino como señala González Martín : "Es un recurso para la elaboración de los sentidos, los anuncios se producen más de acuerdo con la retórica, que con la referencia al mundo", a los hechos".

El lenguaje de la publicidad busca la originalidad a través de las figuras de dición y pensamiento tales como *alegorías* (expresión de una cosa por expresar otra), *hipérboles* (exageración), *aliteraciones* (empleo palabras con mismas letras), *antitesis* (contrastes) , *metáforas*, *antonomasias* etc.

El logotipo: Es el identificador de la marca, *"Es el octavo componente del mensaje publicitario, simboliza la identidad de la empresa o institución, se define como un nombre institucional y está representada por un signo o símbolo, capaz de diferenciar o personalizar una marca"*. En su caso Norberto Chaves (1994:42) hace una clasificación del logotipo de acuerdo a su tipología en:

- Descriptivos: Cuando el nombre menciona propiedades de la institución, explica de los que se trata el producto o servicio.
- Simbólicos: Es cuando el nombre hace una alusión a la imagen literal, es una convencionalización social del mismo.
- Patronímicos: Llevan implícitos el nombre del propietario o los propietarios del negocio o producto.
- Toponímicos: Refiere al lugar de donde es el producto, de algún municipio, aldea , cabecera, zona, etc., haciendo mención en el nombre del producto o servicio.
- Contracciones: Se construye mediante las iniciales, un ejemplo claro sería el de USAC, refiriéndose a la Universidad de San Carlos de Guatemala.



2.6.1. El anunciante

Los anunciantes del Imparcial fueron los que dieron vida al diario, además de tener una visión mercadológica constituía un apoyo financiero a iniciar un proyecto de periodistas desempleados, entre ellos Dodge Brothers, Casa América, Sara García Co., Niagara Dentífrico Colgate, Almacenes Rosemberg, La Marquesa, Cordón Hermanos, La Frutera., León Aguilera (1952:7) menciona “ *Son dignos de honor estos comerciantes, fueron esforzados que iban de almacén en almacén, rogando el anuncio. Y si lo empezó a brindar fue porque tenía una gran ilusión puesta en un periódico informativo y libre*”, es prudente señalar que los gestores fueron los encargados de entablar el contacto entre el periódico y el anunciante.

En una entrevista para revista Pulso el periodista David Vela (1991:15) señala: “ *hasta principios de los años setenta, en Guatemala no estábamos acostumbrados a pautar el anuncio a través de agencias publicitarias. En cambio, la contratación de espacio se hacía directamente entre el comerciante y el medio de comunicación*”, haciendo un símil entonces para 1926 se hacía igual, no existían agencias publicitarias que se encargarán de ser intermediarias, sino que los anunciantes llegaban directo a contratar el medio y a través de los gestores.

Entre los anunciantes que han desaparecido para el siglo XXI y que publicaron mensajes en navidad se pueden citar: Los almacenes La Marquesa, La Perla,



Anuncio de Bayer publicado en

Benjaminson Rosemberg y Atlantic, cigarrillos Ideal, etc.; en tanto quienes se mantienen en el mercado son comerciantes que en su mayoría son transnacionales, Nestlé, Arrow, Shinola, United Fruit Company, cámaras AGFA entre otros. Es importante resaltar que de la



En el Imparcial se hacían anuncios por medio de la Litografía e imprenta Unión Tipográfica, era el taller donde se imprimían las publicaciones del Imparcial, según el Licenciado Julio Santos (2005) reportero de diario El Imparcial *“se basaba en técnicas tipográficas y de grabado antes no existía una computadora”*, Irina Darlee (2005) colaboradora desde 1958 hasta su cierre señala *“Estar en la redacción del Imparcial era sabroso, iba al taller para inspirarme porque era como una litografía, se ponía una letra, se quitaba otra, el olor típico a imprenta”* .

León Aguilera (1952) a lo largo de su libro Treinta años del Imparcial menciona las diferentes formas para impresión , entre ellas están: litografía, el linotipo, grabado, cromolitografía, prensa de abanico y Ludlow, era la tecnología de la época, recordemos que la litografía estuvo ligada estrechamente a la ilustración de libros y la reproducción comercial en serie constituyendo un apoyo esencial antes de la denominada revolución digital.

Los dibujantes comerciales realizaban sus anuncios en el periódico por medio de la litografía y los grabados en Cinc, dice Brewster (1968:220) *“Los dibujos a pluma y tinta se reproducen por medio de grabados en Cinc, se usan principalmente en los periódicos y en cualquier clase de papel, fino o aspero”* en donde el proceso comenzaba con la realización del dibujo, preparación de la piedra, madera o plancha metálica, después se obtenía el dibujo, utilizando prensa tradicional u offset, donde se grababa el dibujo y terminando con el estampado quedando listo para su impresión en las prensas rotativas o planas, en ocasiones especiales publicaban impresiones en cromolitografía (Litografía en color) de tal forma que El Imparcial no era un periódico totalmente en Blanco y Negro, en ocasiones especiales y selectas utilizó color por ejemplo en la portada del 24 de Diciembre de 1924, en donde Alfredo Gálvez Suárez realizó un dibujo conmemorando la celebración de navidad a color.



medios para su cumplimiento” (Océano, 1989) en una segunda acepción puede ser “forma de vida o creencia basada en una relación esencial de una persona con el universo, o con uno o varios dioses” (Encarta, 2003).

Conforme a la multiplicidad de elementos es politeísta y monoteísta cuando considera la existencia de solo uno. Entre la religión monoteísta se encuentra el Judaísmo, Islam y Cristianismo, siendo éste último donde surge la navidad, basado en la creencia en torno a Jesús propagándose fuertemente en los siglos IV y V por medio de las Sagradas Escrituras en occidente. La navidad es la celebración del nacimiento de Jesús en donde las parábolas de San Mateo y San Lucas trasladan la imagen por medio de la lectura de la Biblia de la siguiente manera:

“Un mensajero de Dios anuncia a María la nueva noticia. Dios envió a un ángel mensajero llamado Gabriel, para que visitara a María, que era novia de José, Gabriel entró en su casa y dijo “Alegrate María, que eres amiga de Dios. El señor este contigo”, al oír estas palabras María tuvo miedo; se preguntaba que quería decir el mensajero con esta frase, Gabriel le dijo: “No tengas miedo, María, que el señor Dios te quiere mucho ; vas a quedarte embarazada y le pondrás por nombre Jesús , será grande y le llamarán hijo del altísimo”. María dijo a Gabriel: ¿Como puede ser esto, si soy virgen? , y el respondió “El Espíritu Santo estará contigo: Para Dios no hay nada imposible, María dijo soy la servidora del Señor, que se haga todo lo que tu has dicho, a continuación Gabriel se marchó”. (Ecker, 1985:29)

Nacimiento de Jesús en Belén. *“Por aquellos tiempos el emperador Romano Augusto ordeno que se censaran todos los habitantes del imperio y todos debían de ir a inscribirse allí donde hubiera nacido.*

José era de la familia de David. Debía ir a Belén con María, su esposa, que estaba embarazada. No encontraron un lugar o albergue donde refugiarse y se tuvieron que ir a un establo donde María tuvo su hijo, lo envolvió en pañales y lo acostó en un pesebre”.

(Ecker, 1985:30)



muestra el 93% consistía en anunciar productos y 7% a servicios, lo que da lugar a pensar que existía un desinterés por publicar bienes intangibles como los prestados por bancos, empresa eléctrica, agua, gobierno u otros.

2.6.2. La producción de anuncios

Al igual que en el campo del periodismo, en el campo de la publicidad el conocimiento empírico era la base para lograr dominar las técnicas, Lic. Eduardo Villatoro (2005) dice *“Existía mucho profesionalismo, aunque no necesariamente había una formación académica, la mayoría de mis compañeros no realizaban estudios sistemáticos*

de periodismo porque hasta ese entonces recién se había creado la Escuela Centroamericana de periodismo”, lo que da lugar a pensar que entre 1926 y 1936 eran las mismas circunstancias en el campo de la publicidad.

La celebración de Navidad

2.6. Aproximación histórica los orígenes de Navidad

En los albores del tiempo cuando el ser humano empezó a preguntarse del ¿Por que de las cosas?, en su deseo por lograr interpretar la realidad encontró una explicación en soluciones **mágico religiosas**, Paul Chalus (1967:7) en *“El hombre y la religión”* afirma : *“ De necesidades diferentes y relaciones diferentes con la naturaleza nacen religiones diferentes”* de tal manera las religiones van a reflejar la mezcla de pueblos de géneros y origen de vida muy distintos. La religión se define como un *“conjunto de creencias, mitos, dogmas acerca de la divinidad, es natural cuando reconoce la dependencia de un ser superior y sobrenatural al establecer preceptos y proporciona*



- La leyenda de la estrella de Belén, según propuso Kepler ya en 1606, pudo basarse en el efecto de la rara triple conjunción de la Tierra con los planetas Júpiter y Saturno, estando el Sol pasando por Piscis, que se dio en el año 7 A.C.
- La figura de Santa Claus se construyó sobre la de San Nicolás, obispo turco del siglo IV cuyo mito y culto se expandió por toda la Europa medieval.
- El árbol de Navidad se originó en la tradición ancestral del culto a los espíritus de la Naturaleza; simboliza la fecundidad y la inmortalidad y fue *cristianizado* en la Germania de mediados del siglo VIII. Los adornos y bolas que se cuelgan actualmente del árbol fueron creadas en el siglo XVIII por los sopladores de vidrio de Bohemia.
- En Occidente no comenzó a celebrarse la adoración de los magos hasta el siglo V.
- La primera felicitación navideña de la que se tiene constancia fue una décima que los repartidores del *Diario de Barcelona* enviaron a sus clientes en 1831.

La Navidad es una fiesta que incrementa la actividad comercial en los países que conmemoran el evento cristiano, un ejemplo es que *“La Asociación Estadounidense de Distribución estima que los estadounidenses gastarán \$ 7 mil 960 mil millones en decoraciones y que los gastos, incluyendo todos los productos, se aproximan a los \$ 220 mil millones para el año 2004”* (Prensa Libre, 2004:32), así mismo el festejo contiene diferentes características en las naciones que adoptaron a la religión cristiana en su cosmovisión del mundo, un ejemplo sería los siguientes países latinoamericanos:

Cuba: Las tradiciones se mantuvieron sólo dos años después de la revolución de 1959, con la llegada del Papa Juan Pablo II en 1998 se retomaron los festejos decembrinos.

México: Del 16 de diciembre al 24 de diciembre se realizan **posadas**, en nochebuena se convida a amigos y familiares para la cena.



En base al testimonio bíblico el Papa Julio I sucesor de San Marcos en la iglesia católica estableció la fecha del 25 de diciembre para la celebración del nacimiento de Jesús porque concuerda con la festividad pagana del solsticio de invierno para honrar el nacimiento del sol, *“Los solsticios de invierno y verano corresponden respectivamente al día más corto y más largo del año coincidiendo aproximadamente con las fechas de Navidad y Semana Santa- 24 de diciembre y 24 de junio- fechas que establece la iglesia católica para festejar dos nacimientos el de Jesús y San Juan Bautista”* (Lara, 2000:2).

La navidad se desarrolló en el seno de la iglesia católica, la Enciclopedia Católica (2005) menciona sobre *Navidad* que: *“Estando el origen de esta fiesta en Oriente o Occidente, y a pesar de la abundancia de fiestas análogas celebrando el solsticio de invierno, éstas pueden haber ayudado, aunque de manera imprecisa, en la elección de la fecha de diciembre, de la misma manera que cuando se fijó la fecha del Natalis Invicti en el solsticio de invierno, aparte de la adaptación deliberada o de curiosos cálculos, para fijar en ese mismo día la fiesta cristiana”*.

La religiosidad es parte de un proceso histórico, sujeto a factores externos que modifican en alguna medida la concepción y el sentido de trascendencia en el ser humano, de ahí que la navidad es un hecho social espiritual expresado mediante símbolos que se han creado a lo largo del tiempo, de tal forma que *“La Iglesia añadió posteriormente en la edad media el nacimiento y los villancicos a sus costumbres”* (Encarta:2003) popularizando de manera más fuerte la navidad, siendo San Francisco de Asís en el año 1223 quien dió origen a los pesebres o nacimientos, principalmente entre los laicos una costumbre que hasta ese momento era del clero.

Pepe Rodríguez (2004) en el artículo *“Mitos y ritos de la Navidad”* proporciona el origen de algunas representaciones interesantes en la historia de la navidad:



La celebración de navidad constituye con la Semana Santa las fiestas cíclicas de amplia trascendencia por el movimiento social, comercial y espiritual que surge en el pueblo. La cultura popular comprende *“Todas aquellas manifestaciones de tipo tradicional que permite aglutinar socialmente a la comunidad, cohesionarla de elementos comunes compartidos (Fiestas, bailes, mercados, ferias, ceremonias y otras”* (Lara, 2001:5).

La celebración de navidad en Guatemala es una simbiosis cultural que contiene rasgos europeos, americanos y africanos que dio lugar al sincretismo con el conjunto de elementos en el devenir histórico, heredando y trasladando de generación desde el siglo XV–XVI, una de las características esenciales del folklore es lo **tradicional**, ésta implica *“La transmisión de un conocimiento de forma directa, de una generación a otra: su aprendizaje”*(Castillo, 1968: 26), en tanto Armas Lara (1970:17) afirma *“La tradición es una necesidad en la vida humana porque es la comunicación o transmisión de noticias, costumbres de un hecho antiguo importante transmitido de generación en generación”*.

En la celebración de navidad en Guatemala el fenómeno folklórico es caracterizado por ser un hecho que manifiesta la cultura popular, evolucionando en el devenir histórico; según Celso Lara (2001:14) *“Las Tradiciones populares no son hechos sociales estéticos que permanecen inalterables en el transcurso del tiempo, muy al contrario, la cultura popular es dinámica y se adapta a la coyuntura histórica”*.

La importancia del folklore radica en que se manifiesta en los actos populares de tal forma que Armas Lara afirma *“País sin folklore es país sin historia”* por lo tanto es parte esencial de la cultura nacional *“En el aspecto informativo la cultura tradicional popular (Folklore) aporta conocimientos propios de la cultura nacional en el campo literario, histórico, musical, artístico”* (De León, 1988:50) de tal forma que contribuye en la consecución de la identidad social de los pueblos.



Honduras: La temporada navideña se inicia el 8 y el 24 se festeja la aparición de **Warini**, el mensajero de la navidad.

Colombia: El día seis de enero los **ahijados** reciben los regalos, el **padrinazgo** es una institución arraigada, especie de Ángeles guardianes.

Argentina: Los niños acostumbra tomar un **baño** antes de ir a la cama, en ese momento los padres aprovechan para poner los regalos debajo del árbol de navidad.

2.7. La navidad como fenómeno folklórico

La antropología es la ciencia del hombre, ésta implica una dualidad: biológica y social del ser humano, derivándose varias disciplinas: La arqueología, etnografía, etnología, lingüística, paleontología y el folklore. En los estudios de antropología cultural surge el término Folklore gracias a William John Thoms en 1846 de dos voces griegas:

1. "Folk": Gente, personas, género humano, pueblo.
2. "Lore": Lección, doctrina, enseñanza, saber.

De tal forma que la palabra designa textualmente "saber del pueblo", la Enciclopedia Encarta (2003) afirma que "*Folklore (sociología), término general que abarca creencias, costumbres y conocimientos de cualquier cultura transmitidos por vía oral, por observación o por imitación.*", en tanto Roberto Díaz Castillo (1968:34) proporciona diversas definiciones de diversos autores: "*Estudio de las tradiciones no escritas por el pueblo, tal y como aparecen en la imaginación popular, en las costumbres, en las creencias, en la magia, en los ritos*" (Krape), "*Ciencia no escrita por el pueblo*" (Wheatly), "*Cultura empírica de las sociedades humanas*" (Mendieta Nuñez).

Las definiciones dadas con anterioridad muestran la relación del folklore con la navidad, es parte de las creencias mágico-religiosas cristianas, una cosmovisión de la vida, entendiendo ésta como "*La interpretación y explicación que los seres humanos, de acuerdo con su cultura, hacen del mundo, de sí mismos, de su relación con la naturaleza*" (Us, 2000:8) de manera que forma una unidad cultural que se ha interpretado y explicado en el saber popular guatemalteco.



La navidad es una expresión colectiva, *“Las posadas los nacimientos y villancicos son elementos que se trasladaron a América con los conquistadores españoles”* (Alvarez, 1980:33), así que después de 500 años se ha reinterpretado y adaptado al modo de vida.

2.9. La Navidad en Guatemala

La navidad en Guatemala constituye la fiesta central de uno de los ciclos de la tradición popular, según Fernández (2004:5) *“Dentro de éste ciclo litúrgico, comercial y tradicional destacan una serie de fechas que tienen personalidad propia”*, de forma cronológica surgen las celebraciones en la tradición popular, comprendiendo dos períodos: El tiempo de navidad y la natividad.

En el texto de Ofelia De León (1989:129) se enumeran los siguientes acontecimientos folklóricos con una breve explicación:

0. El adviento

Es la preparación antes del inicio de la navidad, el cristianismo lo adopta cuatro semanas antes de la conmemoración del nacimiento de Jesucristo, la Enciclopedia Encarta (2003) menciona al adviento como el comienzo del año eclesiástico, la palabra adviento viene del latín *adventus* que significa llegada.

1. La quema del Diablo, 7 de diciembre

En la quema del diablo se puede interpretar como la virgen de Inmaculada concepción contra el diablo, la Iglesia católica afirma que la Inmaculada venció al diablo, por tal razón se forman las Loas, que son representaciones populares teatrales, en donde el mal vence al bien. El origen de esta festividad se puede encontrar en las Luminarias que eran adornos civiles o religiosos desde mediados del siglo XVII por motivos de las vísperas de la Virgen de Concepción.



La concepción de identidad social refiere a como los otros identifican a la persona en términos de categorías sociales o atributos, De León Meléndez (1988,45) menciona que "Identidad cultural es la identificación que debe manifestarse hacia la cultura dentro del cual ha nacido y crecido un individuo", según Alarcón (2000:52) *"Por múltiples razones hombres y mujeres reaccionan a partir de valores ancestrales con fuerte carga mágico-religiosa. Este tipo de creencias no se cuestionan, se adoptan firmemente, es parte de una identidad, de una tradición que se debe seguir y respetar, es parte de una "subcultura" "*

2.8. Las fiestas populares en Guatemala

En un esfuerzo por realizar una clasificación de las fiestas populares en Guatemala, Luis Lujan Muñoz (1980:30) divide las fiestas en Cívicas y Religiosas, las fiestas tradicionales con características religiosas se pueden subdividir en: Cíclicas (Cuaresmales y navideñas), movibles (Semana Santa, jueves de ascensión) y patronales (Santiago Apóstol, Virgen de la Asunción etc.).

En las fiestas populares religiosas surge el sincretismo como resultado del concurso entre la religión impuesta por los hispanos y las religiones prehispánicas, según Castillo (1968:5) *"En el caso de Guatemala y en la mayor parte de los pueblos latinoamericanos, las tradiciones, creencias y costumbres, traídas por los españoles y otros inmigrantes, son reinterpretadas y reelaboradas según las condiciones económicas, sociales y geográficas"*.

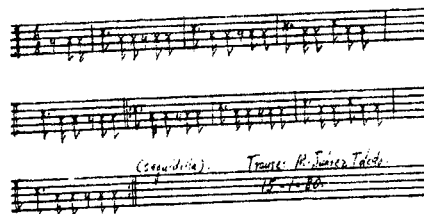
La importancia de las fiestas populares religiosas es que satisface las necesidades económicas, sociales y espirituales dentro del pueblo reforzando su identidad por los distintos hechos folklóricos que suceden en él formando su personalidad colectiva, Celso Lara (2002: 2) manifiesta: *"Son la fuente de las que se nutren la personalidad colectiva de los guatemaltecos"*. Según Castillo (1968:1) *"La cultura de la ganancia es una enemiga de la cultura popular tradicional"*, basado en el sistema político imperante, reducen a la turistización del dato folklórico, los medios de comunicación masiva sostienen ese gran aparato de inducción al turismo.



7. Navidad

Se celebra el 25 de diciembre, para la historiadora Irma de Luján (Hernández, 2004:14) “*Es probable que el origen del ciclo navideño lo encontremos en las Saturnales, que eran celebraciones romanas que se realizaban del 17 al 23*” en tanto De León (1989:129) cita a George Frazer en donde indica: “*En el calendario Juliano se computa el 25 de diciembre el solsticio de invierno, considerándolo como el día del nacimiento del sol*”, de tal forma los egipcios adoraban a Ra, en Grecia Helios y Apolo, en Roma las Saturnales en la adoración a los cultos al Sol, la cultura oriental implemento el día 6 de enero del calendario Gregoriano para conmemorar el nacimiento de Jesús, pero la iglesia occidental decidió reconocer el 25 de diciembre solemnizar las fiestas del sol como la conmemoración del nacimiento de Jesucristo, motivo por el cual el día de Reyes Magos o Epifanía se conmemora el 6 de enero. Con el festejo de la natividad de Jesucristo se cierra el ciclo navideño, a espera de las huidas que se realizan entre 25 al 30 de diciembre principalmente en los departamentos de la República de Guatemala.

Es importante señalar que en cada hecho folklórico de la navidad, el pueblo de Guatemala a través del tiempo le a otorgado una significación particular a cada elemento, la enciclopedia Encarta (2003) agrega “*Cada sociedad escoge sus símbolos según sus cánones culturales*” en este sentido las tradiciones dentro del tiempo de navidad y natividad son símbolos que identifican la forma de celebración que los guatemaltecos han desarrollado mediante una concepción basada en la diversidad cultural.



**Toque de tortuga de la música que acompaña los nacimientos,
proporcionado por Lic. Miguel Alvarez (2005)**



2. La Inmaculada Concepción, 8 de diciembre

En el cristianismo la Inmaculada Concepción permite a María concebir a Jesús sin el pecado, por lo tanto no fue manchada por el pecado original.

3. Día de la virgen de Guadalupe, 12 de diciembre

La fiesta es de origen mexicana, relata la aparición de la Virgen el 9 de diciembre de 1531 a un indígena llamado Juan Diego que se dirigía al templo Tlatelolco a escuchar misa, llegó al cerro Tepeyac en donde escucho una suave música y surgió la aparición

4. Posadas, 16 de diciembre

Las posadas son procesiones nocturnas de pequeños nacimientos que se trasladan de casa en casa pidiendo posada para el nacimiento de Jesús, llamando la atención por su música, cánticos, colorido y esplendor.

5. Elaboración de Nacimientos, 16 de diciembre

Los franciscanos llevaron la creencia a España y de España a Guatemala, el nacimiento también es conocido como belén o pesebre, el Hermano Pedro de Betancourt es uno de los principales promotores, existen variedad de nacimientos: culto, popular y mixto, de ahí que surjan las posadas.



Posada, foto proporcionada por
Lic. Miguel Alvarez

6. Celebración de Noche Buena , es la celebración de la noche del 24 de diciembre en donde se espera que el

reloj traspase las doce para que llegue navidad, según Celso Lara (2002:3) *“La noche buena guatemalteca refleja la alegría y la ternura que le conmueve en la fiesta de la Virgen de Concepción”*

Dentro de la natividad:



2.9.1. Los símbolos navideños

Los seres humanos creamos por medios artificiales o simbolizamos elementos naturales (Interiano,1999:128) , de tal forma existen símbolos que han nacido en la cultura popular guatemalteca y de reciente asimilación que son producto de la aculturización, Alvarez (1980:8) menciona *“la penetración de costumbres ajenas a la realidad guatemalteca en las tradiciones de navidad : El árbol de navidad , Santa Claus y hombres de nieve”*. Para Silvia Tejeda en el año 2003 : *“La celebración de navidad en Guatemala se ha transformado en un lugar totalmente aculturizado: Trineos, renos, muñecos de nieve, cascanueces , Santa Clases y los mil y un adornitos para el árbol que cada año se multiplican”* (Fernandez, 2004: 42). De tal forma fue imprescindible para el presente estudio definir los símbolos navideños, por lo tanto se entrevistó a Celso Lara Figueroa (2005) director del Centro de Estudios Folklóricos y Miguel Alvarez (2005) destacado historiador de la navidad guatemalteca.

Existe diversidad de significados polivalentes de lo que es un símbolo, García Andrade (2004) cita a Chesterton en su artículo *Magia de Navidad*:

“Decía Chesterton que los hombres, cuando son felices, crean instituciones. Algo semejante podríamos decir de ese universo tan complejo de los símbolos. Cuando los hombres tienen una experiencia valiosa, grata, que quieren recordar, que desearían que no se borrara de su memoria, echan mano de ellos, los inventan.. Existen otros que son colectivos, compartidos, públicos. Expresan experiencias más universales, valores comunes, memoria colectiva. Los navideños pertenecen a este segundo grupo.”

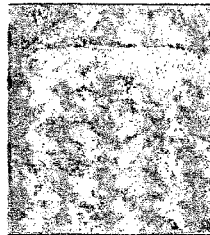
En este panorama se puede interpretar que los símbolos navideños van a ser elementos que representan la fiesta, a través de su reconocimiento social, Celso Lara (2005) afirma que *“En Guatemala existen dos navidades, la del regalo y la tradicional”*. La primera relacionada a una cultura de la ganancia, comercio, internacional y consumo, mientras tanto la segunda ligada a la espiritualidad y la cultura popular, de tal forma que existen elementos que van a identificar a la navidad del regalo y a la navidad tradicional.



**Posada Navideña guatemalteca, ilustración
proporcionada por Lic Miguel Alvarez
(2005)**



**Ponche, bebida
tradicional de
noche buena**



**Tamal, comida
tradicional de Noche
buena**



Los nacimientos: grandes o pequeños caracterizados por el olor y la vista , en el olor: Aserín, pino y manzanilla, en tanto la vista: Los colores brillantes fusias, amarillos, azules, naranjas

- El tamal negro que constituye la cena navideña con chocolate y pan
- La flor de pascua, los franciscanos la recemantizan y la vuelven sangre de cristo.

En tanto Miguel Alvarez (2005) agrega otros elementos de carácter mesoamericano como:

- chocolate y pavo,
íntimamente en Guatemala:
- la pascua,
- la hoja de pacaya y manzanilla

Así mismo otra manifestación sobresaliente son *Las Huidas*, que se dan más por los habitantes de diversos departamentos de la República en que se hace una representación de la fuga de María y José a Egipto.

La navidad tradicional comienza con *La quema del diablo* el día 7 de diciembre hasta celebrar 24 de diciembre que se denomina Noche Buena, y termina con el 2 de febrero día de Jesús de Candelaria.

2.9.1.2. La navidad del comercio y regalo

En navidad existe la entrega de un regalo para agasajar a una persona y esto proviene de los tres reyes magos que entregan al niño Dios obsequios, el comercio reinterpreta la tradición para fines lucrativos y el creciente capitalismo fue agregando a la navidad diferentes expresiones, Celso Lara (2005) dice "*El capitalismo entra a Guatemala desde muy temprano, me atrevería a decir que a partir de los pactos de Washington en 1907, trayendo consigo símbolos que no forman parte de la cultura guatemalteca sino de la cultura anglosajona*", Santa Claus, Frosty, Rudolph, además de un sinfín de elementos que han dado lugar a diversidad de historias que los medios de comunicación difunden.



2.9.1.1. La navidad tradicional

A partir de la conquista española, las creencias mágico religiosas europeas se implantan a



Virgen de Concepción
Foto proporcionada por
Miguel Alvarez Arévalo
(2005).

las creencias americanas provocando un intercambio que conduce al sincretismo, Miguel Alvarez (2005) indica *“El guatemalteco recibe esta fiesta que viene de Europa, la transforma e incluso la enriquece dándole color, olor, sabor, haciéndola esplendorosa”*, por lo tanto reelabora y reinterpreta las creencias, haciéndolas guatemaltecas y formándolas como parte de su identidad transmitiéndola de generación a generación ; Celso Lara (2005) afirma *“La sociedad guatemalteca es de carácter eminentemente sacro, es decir sacraliza todos los fenómenos de la realidad, lo termina armando como parte de su consustancialidad”*.

Los símbolos que identifican a la navidad tradicional son elementos que se han forjado en la cultura popular guatemalteca bajo un soporte mágico-religioso, por lo tanto son de gran cohesión social.

“Hay elementos en la cultura popular muy altos, en primer lugar es lo ligado a la Virgen de Concepción, la cual le da sentido a la víspera navideña y va a generar una serie de elementos particulares” afirma Celso Lara (2005), además enumera los siguientes elementos que pueden ser considerados símbolos guatemaltecos fiesta popular:

- La quema del diablo, vísperas de la virgen de concepción.
- La procesión de la virgen de concepción, el rezado,
- Las posadas
- Instrumentos musicales : El chin chin, sonaja, ayotl o caparazón de tortuga, pitos de barro o metal .
- Música: por ejemplo el son de pascua , son manzanilla .



Frosty:

Es un hombre hecho de nieve, snowman en inglés, la imagen está conectada popularmente con la estación festiva y encajada profundamente en cultura occidental. La construcción de



Frosty.

Fuente: <http://www.maurylaws>

un snowman es una reconstrucción popular del invierno para niños y adultos, de lugares en donde las altas temperaturas provocan en la atmósfera nieve, éste personaje ha provocado diversidad de canciones e historias, una ejemplificación es el cuento educativo para niños "El muñeco de nieve" de Raymond Briggs (1992) para la TVC London:

"Es la historia de un niño que, al despertarse, se encuentra que ha caído una gran nevada. Juega un rato con la nieve y decide hacer un muñeco de nieve. Se acuesta pensando en su muñeco y las 12 de la noche sigilosamente se levanta atraído por un resplandor que sale del muñeco: ¡Ha cobrado vida! A partir de ese momento el niño y el muñeco juegan juntos en la casa: el salón, la cocina, la habitación de los juguetes, la habitación de los papás.

Vuelven a la casa y entran en el desván donde el muñeco ve una postal de un paisaje nevado y parece sentir nostalgia. Cogidos de la mano empiezan a correr hasta elevarse. ¡Vuelan! Sobrevuelan la región y van animando a todos los muñecos de nieve a que les sigan. Atraviesan el mar y llegan, tras un vuelo por unos paisajes de ensueño, a un lugar donde están todos los muñecos de nieve y Santa Claus. Allí celebran una gran fiesta que acaba con un regalo de Santa Claus para el niño. De nuevo corren los dos cogidos de la mano para volver a volar de regreso a casa.

En la puerta de la casa se produce una despedida muy tierna. El niño entra en la casa y el muñeco se queda fijo en el patio nevado, de espaldas a la casa. El niño se despide desde la ventana y se mete en la cama dónde está inquieto hasta que, a la mañana siguiente, sale fuera donde sólo queda un montón de nieve, una bufanda y un sombrero. Entonces el niño saca del bolsillo de su bata la bufanda, regalo de Santa Claus, y la contempla".



Santa Claus:

Existen varias teorías sobre el origen de la figura de Santa Claus, la más común es que se construyó en base a San Nicolás de Lycia, según Rodríguez (2004) *“Obispo turco del siglo IV cuyo mito y culto se expandió por toda la Europa medieval. La tradición de san Nicolás llegó a New York con los emigrantes holandeses y Washington Irving, en 1809, escribió una sátira –Historia de New York– en la que deformó al santo patrón holandés –Sinter Klaas– hasta transformarlo en el precedente de Santa Claus (pronunciación que los angloparlantes le dieron al nombre holandés)”*.



Santa Claus de
Tomas Nast,
Revista Harper's.

Un dibujante satírico, Thomas Nast, entre 1863 y 1886, creó progresivamente la imagen básica de Santa Claus a través de sus ilustraciones publicadas en la revista *Harper's*.

La imagen actual se la debemos a la *Coca-Cola* que en 1931 le encargó al pintor Haddon Sundblom que remodelara al personaje de Nast para hacerlo más humano, atractivo y creíble.

El aspecto de un vendedor jubilado llamado Lou Prentice sirvió de base a Sundblom para crear –en sus óleos pintados entre 1931 y 1966– la figura moderna de Santa Claus, popularizada por la publicidad navideña de *Coca-Cola* y por el cine norteamericano. El pintor retrató a sus propios hijos y nietos en los anuncios y, a la muerte de Prentice, añadió al rostro de Santa Claus sus propios rasgos nórdicos. (Rodríguez, 2004)

Según Los antropólogos E.Schimmer y Wolf (2003) *“Santa Claus es también el símbolo de una moral determinada, ya que premia el comportamiento correcto dentro del sistema ideológico capitalista. Sustituye a Dios en el papel moralizante”*



donde su principal finalidad es el gasto, a partir de los sesenta (1960) es aún más por el aguinaldo" afirma Celso Lara, de tal forma que para el 2004 estos elementos es muy natural verlos en campañas publicitarias que comienzan como expectación en los meses de octubre y noviembre, para que el consumidor éste preparado para recibir la fiesta.

Los medios de comunicación son parte del aparato cultural, el medio difusor de símbolos a nivel nacional e internacional, Interiano (86:1999) señala *"Los medios de comunicación construyen y transmiten un universo simbólico que a través del mensaje articulado, imágenes, colores, tendencias informativas, posiciones ideológicas y políticas van dando forma a una forma de pensar clara y objetiva"*, en torno a los fenómenos de Santa Claus, Frosty, Miguel Alvarez dice *"Son símbolos extranjeros que vienen bajo el concepto mercado, y una forma de darlos a conocer es a través de los medios masivos de comunicación y del mensaje"*.

Guatemala es bombardeada por estos personajes, reflejando la aculturización de estos elementos en la cultura popular y la pérdida de elementos propios, por la cultura de la ganancia, una prueba de ello es mi experiencia para el año 2004 en un puesto fotográfico de Santa Claus en un centro comercial, en donde existían dos alternativas de fotografiar a la persona, primero en un ambiente de Nacimiento del niño Jesús y segunda con Santa Claus en el árbol, el resultado fue que una minoría se fotografió con el nacimiento tradicional.



En Sudamérica éste personaje es conocido como el Hombre de las nieves, una leyenda que evoca al Yeti de los Himalayas, un hombre gigantesco que vive en lugares helados como la cordillera de los Andes, Miguel Alvarez respecto a éste personaje dice: *"Frosty es extraño, porque en Guatemala desconocemos la nieve"*.

Rudolph:

El reno de Santa Claus, cuenta la leyenda que cuando Santa Claus salía volando la noche de Navidad en su trineo no miraba por la tempestiva nevada y neblina, Rudolph era su guía, porque que era el único reno con nariz roja, al momento de que la tormenta opacaba la visibilidad de Santa Claus Rudolph con su resplandeciente nariz iluminaba el paso para dar los regalos la noche de navidad.

Árbol de Navidad:

En una reseña sobre El árbol de Navidad Pepe Rodríguez (2004) dice *"se originó en la tradición ancestral del culto a los espíritus de la Naturaleza; simboliza la fecundidad y la inmortalidad y fue cristianizado en la Alemania de mediados del siglo VIII Los adornos y bolas que se cuelgan actualmente del árbol fueron creadas en el siglo XVIII por los sopladores de vidrio de Bohemia"*.

Es de saber que las tradiciones populares son dinámicas y cambian en el devenir histórico por tal razón Miguel Alvarez (2005) afirma *"El árbol de navidad ya se podría tomar como tradicional puesto que ya tiene muchísimo tiempo de haber venido a Guatemala"*, los cambios hechos por la reforma liberal en 1871 trajeron consigo modificaciones a la fiesta popular, los cultos protestantes incurrieron en novedosos elementos a la celebración, *"Con la libertad de culto, básicamente los luteranos van a traer el árbol de navidad y todas las formas propias alrededor del mismo"* afirma Celso Lara (2005).

Con la llegada de éstos símbolos la navidad tradicional guatemalteca sufre modificaciones *"A partir de los años treinta (1930) la navidad empieza a variar hacia un comercio, en*



3.3. Muestra

De 198 ediciones diarias se tomó como muestra 55 diarios, extrayendo al azar un anuncio por edición, de cada año se tomaron cinco anuncios durante once años que se investigaron totalizando 55 anuncios de la temporada navideña, equivalente al 28% del total del universo.

3.4. Instrumentos a utilizar

A. Se entrevistó a personas que trabajaron y conocieron el diario El Imparcial, los cuales proporcionaron información acerca del diario El Imparcial para enriquecer el Marco Teórico:

- Licenciado Julio Santos Reportero de diario El Imparcial por 12 años.
- Periodista Irina Darleé, colaboradora en la página literaria y reportera del diario en el extranjero.
- Licenciado. Eduardo Villatoro periodista reportero del diario en 1974.

Para conocer acerca de los símbolos de navidad se entrevistó a:

- Antropólogo e Historiador Celso Lara Figueroa Director del Centro de Estudios Folkloricos.
- Historiador Miguel Alvarez Arévalo Director del Museo Nacional de Historia y destacado en estudios relacionados con la navidad en Guatemala.

B. Ficha de análisis: Se adaptó para la consecución de los objetivos del presente estudio, fue basada en la realizada por el doctor Marques Graells Ferrés (2004), la cual actúa sobre los aspectos denotativos de los anuncios, respondiendo la pregunta ¿Qué vemos? logrando una descripción detallada y así una interpretación sobre sus características, apoyado en la fotografía digital.



Capítulo III. Marco metodológico

3.1. Método

La presente investigación sobre los anuncios navideños en el diario El Imparcial se realizó por medio del método documental que es el encargado de *“la búsqueda de respuestas a preguntas específicas por medio de documentos”* (Baena, 1977:7) y descriptivo *“Es un ordenamiento de los resultados de las observaciones sobre fenómenos o situaciones dadas”* (Alvarado, 1999: 51).

La investigación histórica *“Describe lo que era, el proceso comprende la investigación, el registro, el análisis y la interpretación de los sucesos del pasado con el propósito de descubrir generalizaciones que pueden ser útiles para su comprensión y predicción del futuro”* (Mérida, 2000:13) Según Avendaño (2003:80) La investigación descriptiva *“consiste en algo más que la recogida y tabulación de datos; se ocupa del análisis e interpretación de los datos que han sido reunidos con un propósito definido, el de la comprensión y solución de problemas”* en tanto sobre la investigación documental menciona *“es el proceso de que consiste en obtener información sistemática y objetiva acerca de un fenómeno en interpretar dicha información a fin de relacionar entre distintas alternativas”*.

3.2. Identificación del universo

La temporada navideña se celebra del 7 al 25 de diciembre de cada año, estableciéndose 18 ediciones del diario el Imparcial por cada año, en once años se publicaron un total de 198 números del periódico entre 1926 y 1936. Por lo tanto extrayendo un anuncio por año el universo lo constituyó 198 anuncios publicitarios publicados durante la temporada navideña.



El estudio se realizó de la siguiente manera:

1. Se revisaron en la Hemeroteca Nacional las ediciones de diciembre que corresponden a la muestra.
2. Se seleccionaron cinco diarios al azar por año, de 1926 a 1936, de los cuales se extrajo un anuncio por diario hasta llegar a cinco por año totalizando cincuenta y cinco anuncios de la temporada navideña.
3. Se procedió a una lectura denotativa y fotografiar los anuncios publicitarios.
4. Se utilizó la ficha de análisis para registrar los datos que provienen de la lectura denotativa.
5. Se tabularon los resultados y analizaron.

3.6. Fuentes de consulta

Las fuentes de consulta que sirvieron para realizar el trabajo fueron: La entrevista a personas relacionadas con diario El Imparcial, libros, periódicos, ensayos e Internet como soporte de información en los diversos temas relacionados con el estudio.



Capítulo IV. Análisis y resultados

4.1. Características de los anuncios navideños en diario El Imparcial

El anuncio publicitario navideño es una manifestación en donde el comerciante, a través del publicista, difunden mensajes con el deseo de vender e informar al público final y potencial sobre determinado producto/servicio por el período de la temporada navideña.

El anuncio publicitario navideño se va distinguir del no navideño debido a que en sus elementos existen signos que toman carácter de símbolos que identifican a la Navidad, la muestra presenta texto e ilustración, el texto compuesto básicamente de encabezado, cuerpo de texto y slogan, pequeños de acuerdo a la página standard de diario El Imparcial, escritos en idioma español.

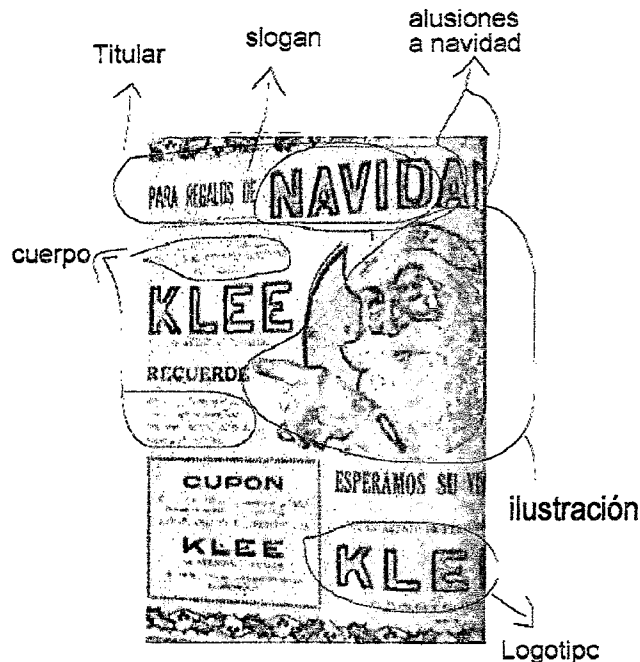


Figura 1. Anuncio de Perfumería Klee publicado en 1936.



Figura 2. Anuncio de Cerveza Marzen publicado en 1926

Anuncio de Cerveza Marzen publicado en 1926 con el titular “Para Navidad”, en la ilustración se presenta un Santa Claus deteniendo cinco botellas de Cerveza Marzen de Castillo Hnos.

El anuncio navideño de la Empresa eléctrica de Guatemala tiene a Santa Claus como ilustración dibujada, en forma de titular el texto “Felices Pascuas”, seguido de “Los regalos eléctricos, útiles y prácticos, harán perdurar su recuerdo en la memoria de las personas obsequiadas. Venga ha escoger el suyo, mientras dure el surtido de navidad y año nuevo”, y cierra con el logotipo Empresa Guatemalteca de Electricidad acompañado del dibujo de una radiola y una plancha.



Figura 3. Anuncio de la Empresa Guatemalteca de Electricidad publicado en 1926



4.2. Elementos técnicos utilizados por el publicista en la realización del anuncio navideño

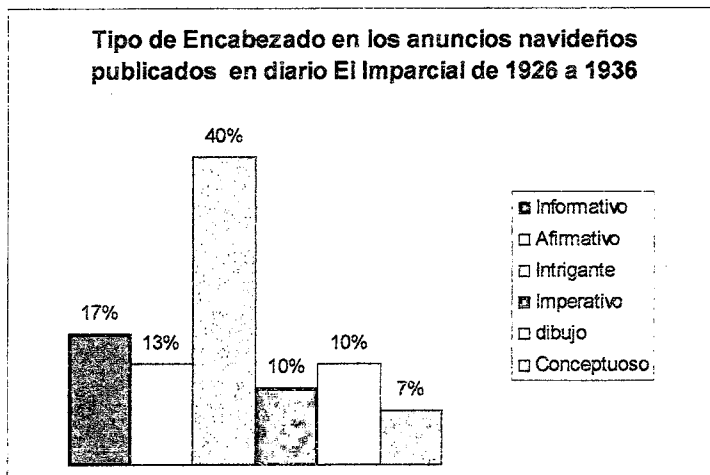
Las técnicas principales que utilizaron los publicista en los anuncios navideños de la muestra fue el encabezado redactado de forma intrigante mediante la figura retórica de hipérbole, realizados por medio del arte manual directo en blanco y negro con visualización simétrica e ilustraciones basadas en el dibujo, con un cierre en logotipo patronímico.

En los siguientes gráficos se encuentra el nivel de preferencia en la muestra sobre las técnicas de los elementos en los anuncios publicitarios navideños, por medio de la lectura denotativa:

1 .El Encabezado:

De acuerdo con la clasificación que Rubén Treviño (2001:272) hace del encabezado se encontró que los titulares de los anuncios navideños de la muestra fueron redactados en su mayoría de forma intrigante, debido a que despierta la curiosidad del consumidor para seguirlo leyendo. El anuncio con encabezado informativo, fue la siguiente alternativa para llamar la atención del consumidor en la temporada navideña.

En cuanto al texto se observó la utilización de figuras retóricas en el titular así como la utilización de párrafos pequeños y oraciones cortas:



Gráfica # 1 (Ver anexo 1)

El anuncio de Zeiss ejemplifica la redacción del titular intrigante “Para navidad sólo un”, posteriormente se observa a un carrito y una mano de una mujer casada, por el anillo que lleva en la mano, concluyendo con el logotipo ZEISS.



Figura 4. Anuncio de Zeiss publicado en 1929



**MANDE UD.
POR AIRE**
SUS REGALOS
DE NAVIDAD



*Usando nuestro
eficiente servicio de
ENCOMIENDAS.*

Para Quezaltenango: Servicio diario
Castepeque, Retalhales y Mazatenango: todos los martes y viernes
Salama y Cobán: lunes, jueves y sábados
FLORES PETEN: TODOS LOS DIAS

Para informes y tarifas diríjase a la
COMPANIA NACIONAL DE AVIACION
Ca. Avenida Sur, No. 22 — Teléfono 1227 — Guatemala

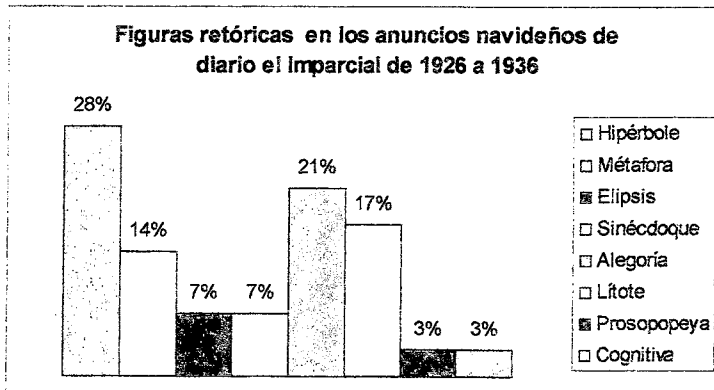
Encabezado intrigante “Mande ud. Por Aire”, el subtítulo aclara el mensaje sus regalos de navidad, usando nuestro servicio de encomiendas

Figura 5. Compañía Nacional de Aviación publicado en 1932

2. Cuerpo de Texto

Figuras retóricas

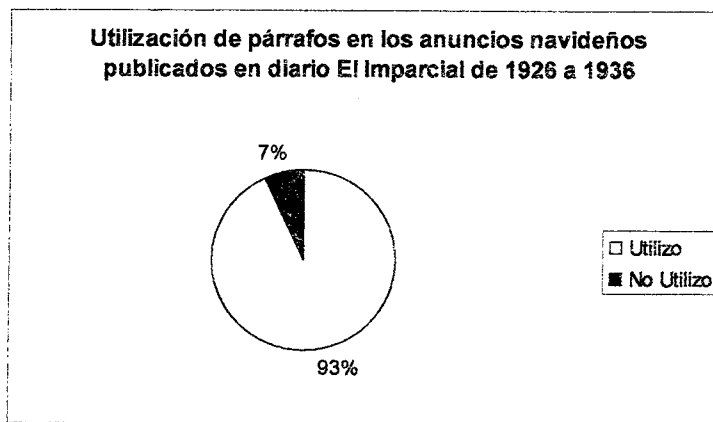
En los titulares de los anuncios navideños de la muestra no se observó diferencias significativas a utilizar una figura retórica en particular pero se buscó la originalidad de mayor forma mediante la hipérbole, principalmente en los titulares, seguido de la alegoría y sinécdoque.



Gráfica # 2 (Ver anexo 2)

Párrafo:

Los publicistas tenían una inclinación a utilizar párrafos en los anuncios navideños, éstos párrafos se constato que la mayoría eran de tamaño corto; debido a que no se excedían de las cinco líneas.



Gráfica # 3 (Ver anexo 3).



¡Ya Llegaron!
¡YA ESTAN AQUI!

Los mejores
de
LOS MAS BARATOS
LOS MAS BONITOS
LOS MAS MODERNOS

Venga a escoger lo que más le guste en mi inmenso surtido.

SALVADOR HOPP
ALMACEN "ATLANTIC"

7 - Calle Comercio número 12

Figura 6. La hipérbole fue uno de los recursos más usuales para llegar al anunciante, Almacén Atlantic 1935

En 1932 El almacén Atlantic publicó el anuncio navideño con el titular en elipsis "*Ya llegaron, ya están aquí*", en tanto el cuerpo "*los juguetes que usted esperaba los más baratos, los más bonitos, los más modernos, venga a escoger lo que más le guste en mi inmenso surtido*", la repetición de la palabra *más* como sustantivo aumentativo en cuatro oportunidades recae en la exageración, siendo la hipérbole el recurso para demostrar que ninguno vende juguetes bonitos, baratos y modernos como Almacén Atlantic.

El anuncio de Benjaminson recae en la exageración y sinécdoque al afirmar "*Nosotros lo tenemos de todo para su buen gusto y bolsillo*", al decir *todo* se esta refiriendo a lo absoluto siendo una sinécdoque, lo cual aumenta lo que Almacén Benjaminson puede ofrecer al consumidor.

PASCUA

¿QUE ES LO QUE USTED QUIERE?

BENJAMINSON

TELEFONOS NUM. 2525 Y NUM. 2337

Nosotros TENEMOS DE TODO para su Buen Gusto y su Bolsillo

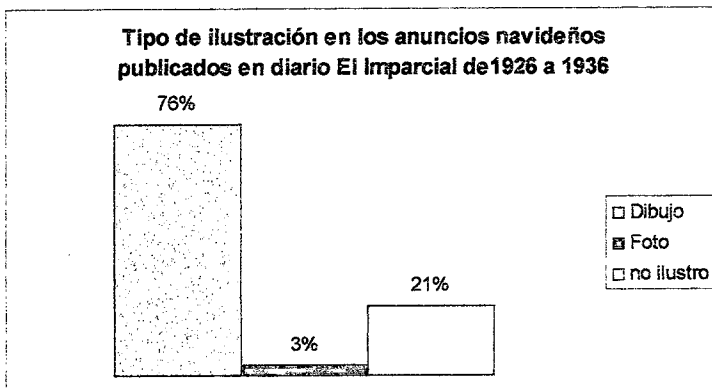
AÑO NUEVO

Figura 7. Anuncio de Benjaminson publicado en 1934.



3. Tipo de Ilustración

El tipo de ilustración de los anuncios navideños eran dibujos, la utilización de la fotografía se identificó hasta 1936, así mismo se observó que en los anuncios navideños eran dibujos de tendencia realista en donde los personajes y los productos se trataban de representar tal y como no lo presentan los sentidos. El 21% de la muestra no ilustra sus anuncios navideños, de tal forma éstos anuncios su texto lo constituían palabras adornadas por el tipo de letra.



Gráfica # 4 (Anexo 4)

Dos ejemplos de representación en el dibujo de Santa Claus una en 1926 y la otra en 1933:



Figura 8. Ilustración de Santa Claus en anuncio de Almacén Columbia 1926

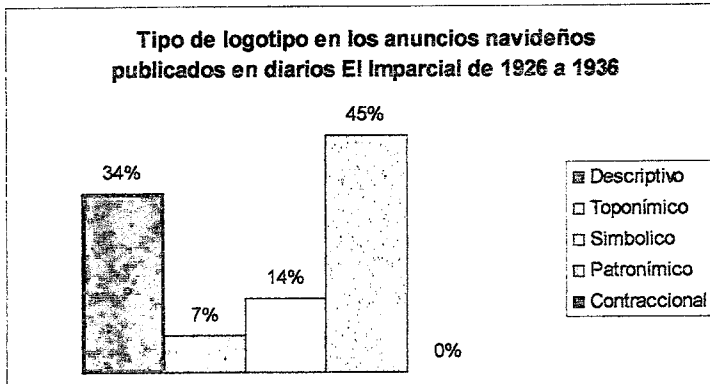


Figura 9. Ilustración de Almacén Benjaminson en su anuncio de 1933



4. El logotipo

De acuerdo con la clasificación que menciona Norberto Chavés (1994:42), los anuncios navideños de la muestra presento como preferencia no significativa del anunciante a una tipología patronímica debido a que los almacenes tenían frecuentemente el apellido del dueño como nombre del negocio, tal es el caso de Farmacias Klee, almacén Benjaminson, S. García , Alburez e hijos etc. La segunda opción del anunciante era la descriptiva : Joyería La Perla, Radiolas Columbia, Compañía Nacional de Aviación.



Gráfica # 5 (Ver Anexo 5)

Patronímico 45%, Descriptivo 34%, Simbólico 14%, Toponímico 7%, Contraccional no se identificaron logotipos en los anuncios de la muestra.



Logotipo Patronímico, utiliza el apellido de los dueños del negocio Benjaminson.

Figura 10. Logotipo de Benjaminson 1934



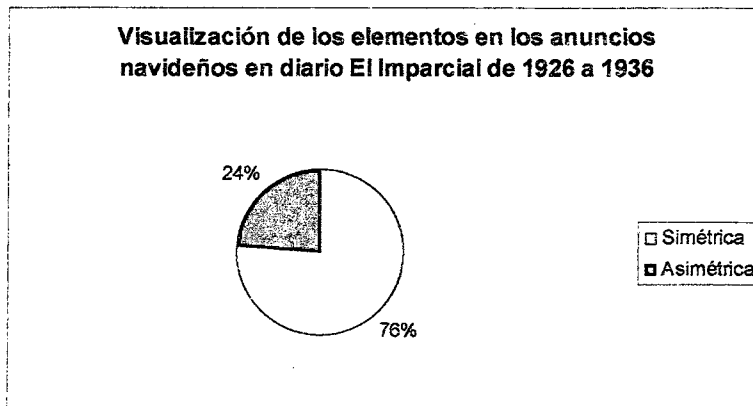
Logotipo descriptivo de 1935.
Define a producto como
camisa marca Arrow



Figura 10. Logotipo de Benjaminson 1935

5. Visualización

Los elementos de los anuncios navideños eran visualizados de forma simétrica, el recorrido la línea de lectura fue: Titular o dibujo seguido del texto y en el cierre el logotipo, lo que hacia verlos de forma agradable y serios en su presentación.



Gráfica #6 (Ver anexo 6)

La muestra de anuncios ejemplifica la utilización de los elementos de forma simétrica en un 76%, en tanto 24% asimétrica.

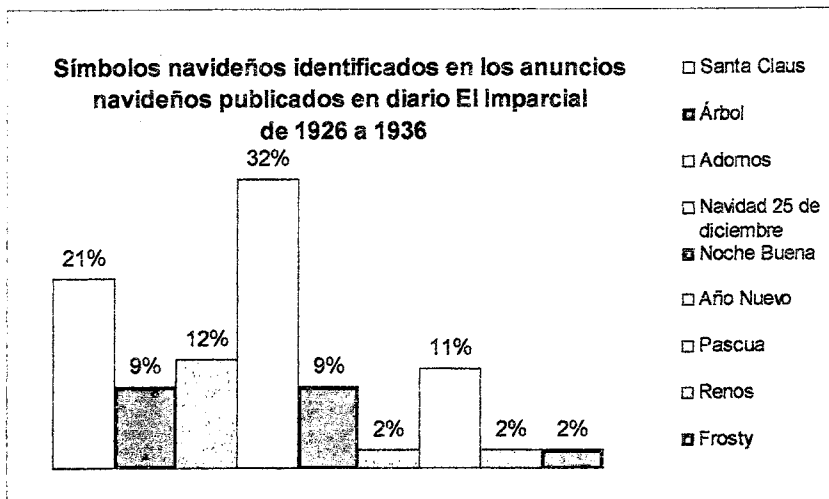


El anuncio de Castillo Lara es simétrico el titular lo coloco en la parte superior “Lujo” seguido de la ilustración seguido de la marca y la firma.

Figura 11. Visualización simétrica del anuncio de Castillo Lara, publicado en 1927

4.3. Símbolos Navideños guatemaltecos publicados en diario El Imparcial

En los anuncios navideños de la muestra se identifico a los símbolos de Pascua y Noche Buena como las alusiones que representaron a la navidad tradicional guatemalteca con una baja representatividad del 11% y 9% respectivamente, predominando los elementos que Celso Lara define como la navidad del comercio-regalo que se identifican con los símbolos de la celebración internacional.



Gráfica # 7 (Ver anexo 7)

Navidad (25 de diciembre) 32%, Santa Claus 21%, Pascua 11%, Noche Buena 9%, Árbol 9%, Adornos 4%, Año Nuevo 2%, Renos 2%, Frosty 2%, total de símbolos 100%.



Figura 12. Anuncio de La Perla publicado en 1934

En el anuncio de Almacén La Perla se pueden apreciar la convivencia de símbolos navideños comercial-tradicional, por un lado la representación por medio de el dibujo de la candela, algo característico de la religión católica guatemalteca, así mismo la unión entre las dos navidades mediante el texto verbal, la del regalo y la tradicional, apreciemos la forma que el publicista los vincula Regalos-Nochebuena, mediante el texto: “Regalos para noche buena, vea nuestras vitrinas, Joyería La Perla S.A.”



En Navidad o Año Nuevo

Como en todos los años del año no
cambia **EL CUELLO** pero el **PRECIO**
sigue como este año.

Camisa ARROW

EL CUELLO LA **ARROW**
COMPLETO DEL CUELLO
NUEVO

ARROW

Q2.75

MIDA USUO ESTOS PRODUCTOS ARROW
EN EL ALMACEN DE SU PREFERENCIA

En el anuncio de camisa Arrow se aprecia la celebración de navidad por la alusión de Santa Claus, navidad y año nuevo .

Figura 13. Anuncio de Arrow publicado en 1935



Conclusiones

1. Las características de los anuncios navideños publicados entre 1926 a 1936 en diario El Imparcial es que poseían en su contenido texto e ilustración alusiones de navidad, en el texto se identifico: encabezado, cuerpo de texto y slogan, en tanto la ilustración fue a base de dibujos y logotipo; pequeños de acuerdo a la página standard de diario El Imparcial, escritos en idioma español.
2. El arte manual directo en tintas blanco y negro con visualización simétrica e ilustraciones basadas en el dibujo eran los elementos técnicos sobresalientes que estuvieron implícitos en la creación de los anuncios publicitarios navideños publicados durante 1926 a 1936 en diario El Imparcial.
3. Los símbolos culturales de la tradición popular navideña- guatemalteca utilizada en los anuncios publicitarios publicados durante 1926 a 1936 en diario El Imparcial fueron alusiones a Pascua y Noche buena.



Recomendaciones

1. Al estudiante de Comunicación seguir investigando los anuncios navideños, para comprender de mejor forma el fenómeno publicitario en la fiesta cíclica anual.
2. Al estudiante de comunicación social investigar temas folklóricos históricos relacionados con comunicación debido a que éstos enriquecen nuestra nacionalidad y nos dan conocimiento para entender los acontecimientos del presente.
3. A las autoridades de Estado modernizar la hemeroteca Clemente Marroquín a manera que los anuncios publicitarios navideños y no navideños publicados en el diario el Imparcial no se destruyan con el paso del tiempo para que puedan ser leídos por futuras generaciones debido a que son piezas de incalculable valor dentro del pop art y la historia de la publicidad en Guatemala.
4. A las autoridades de Estado agregar políticas reglamentadas que protejan la cultura popular frente a los mensajes en los medios de comunicación social, que vayan de acuerdo con la ley de emisión del pensamiento y la Constitución Política de la República de Guatemala.



Bibliografía

- AGUILERA**, León "Treinta años de El Imparcial 1922-1952", Unión Tipográfica, 1952.
- ALARCON** Rodas, Jairo "*El conocimiento: Una segunda mirada*", ediciones de la Posguerra, colección Debate, Guatemala 2000.
- ARENS F.**, William "Publicidad" 7ma edición, McWraw Hill, 2000, México DF.
- ALVAREZ**, Celso "Un muñequito muy Imparcial" . 1era. Edición, Tipografía Nacional, Guatemala
- ALVAREZ**, Miguel Alfredo "*Aproximación Etnográfica e histórica de las tradiciones populares en navidad en el departamento de Guatemala*", Escuela de Historia , Universidad de San Carlos de Guatemala , 1980.
- ALVARADO**, Aída "*Selección de Textos para el curso de metodología de la investigación II*" Universidad de Ciencias Químicas y Farmacia, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- ARMAS** Lara, Marcial "*El Folklore guatemalteco: Tradiciones y leyendas a través de los siglos*" Tipografía Nacional, Guatemala 1970.
- ARNOLD**, Edmund, "*Tipografía y diagramado de periódicos*", Ediciones Merghenteler, Estados Unidos ,1965.
- AVENDAÑO** Amaya, Ismael "*Acercamiento a la investigación en comunicación*", Paz Editores, Guatemala 2003.
- BAENA** Paz, Guillermina "*Manual para elaborar trabajos de investigación documental*", colección técnicas no. 7, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1978.
- BREWSTER**, Arthur "Introducción a la publicidad" , Sexta edición, Editorial Continental, México 1969 .
- CASTILLO** Díaz, Roberto "*Lo esencial en el concepto de Arte Popular*" Boletín No. 21 del Centro de Estudios Folkloricos, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- CHALUS**, Paul "*El hombre y la religión*", Editorial Hispanoamericana, México 1964



CHÁVES, Norberto "La imagen corporativa", Editorial Gustavo Gilli, México D. F. 1994

CLAUDIN Y ANABITARTE, "Diccionario general de las comunicaciones", editorial Mitre, España 1986.

DE LEÓN Meléndez, Ofelia Columba "Las Fiestas populares de la ciudad de Guatemala: Una aproximación histórica y etnográfica", Centro de Estudios Folklóricos, Primera Edición, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1989.

DICCIONARIO ENCICLOPEDICO "Océano", ediciones Océano, España 1989.

ECKER, Jacob "La Biblia del Niño: Selección de textos bíblicos", Editorial Verbo Divino, España 1985.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2003

FERRERO, Juan José "La comunicación y los Mass Media", Ediciones Mensajero, Bilbao España 1971.

FURONES, Miguel "El mundo de la publicidad", Salvat editores, Barcelona 1980.

FIGUEROA Bermúdez, Romeo "Como hacer Publicidad", editorial Pearson, México D.F. 1999.

GARCÍA De Portillo, Melida "El Imparcial, causas y consecuencias de su desaparición", Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala 1993.

FERNÁNDEZ Gorrindo, Félix "Navidad en Guatemala", Artemis Edinter, Guatemala 2004.

INTERIANO "Cultura y comunicación de masas en Guatemala", Editorial Fénix, Guatemala 1999.

LARA Figueroa, Celso Antonio "Tradiciones de Noche Buena en Guatemala", Artemis Edinter, Guatemala 2002.

LUJÁN Muñoz, Luis "Festividades tradicionales en Guatemala", Litorama, Banco Industrial de Guatemala, 1980.



MORALES María *"Pluriculturalidad e interculturalidad"*, Congreso sobre lineamientos de políticas culturales , Mesa de trabajo No.11 , Desarrollo sociocultural, Antigua Guatemala 2000.

PARDINAS, Felipe *"Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales"*, Siglo Veintiuno Editores, México 1984.

SANCHEZ Flores, Victor Hugo *"La industria publicitaria y los medios de comunicación social en Guatemala"*, Departamento de publicaciones, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1984.

TREVIÑO Rubén, *"Comunicación integral en marketing"*, México 2001.

VELA, David, *"Literatura guatemalteca" ,segundo tomo, Unión Tipografica, 1943, Guatemala*

Ensayos

CASTILLO Diaz, Roberto *"Folklore y arte popular"* Centro de Estudios Folklóricos, Universidad de San Carlos, Imprenta Universitaria, Guatemala 1968.

DE LEÓN, Ofelia, 1988

"Tradiciones de Guatemala", Revista del Centro de Estudios Folklóricos Vol. 30 Serviprensa, Universidad de San Carlos de Guatemala.

US, Pedro, 2000

"Tradiciones de Guatemala", Revista Guatemala Multicultural Prensa Libre, Edición La Prensa en el aula, Vol.5, Bancafé, Guatemala.

LARA, Celso, 2001

"Presentación", Revista Tradiciones de Guatemala, colección Conozcamos Guatemala, Prensa Libre, No.1. Bancafé, Guatemala.

FONT, Jorge Luis, 1991

"Vida y Muerte de un diario", Revista Pulso del Periodismo, edición julio/septiembre 1991, Guatemala.

NAVARRO, Nora, 2000

"Centenario a Cesar Brañas", Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala año 1, enero -marzo, No.7, 2000, Guatemala.



PEÑA, Luis, 1999

"*Rápidos contra lentos*", Revista Marca año 2, No.21, junio 1999

LUJÁN Muñoz, Luis, 1980

"Fiestas Tradicionales en Guatemala", Banco Industrial Litorama, Guatemala

Periódicos

PRENSA LIBRE, 2004

Reportaje "Una navidad, Muchas formas de festejar"

Prensa Libre edición de 19 de diciembre de 2004, Pág.32, Guatemala

HERNANDEZ GONZALO, 2004

Reportaje "Comienza la fiesta navideña"

Prensa Libre edición de 5 de diciembre de 2004, Pág.14, Guatemala .

Internet

ARROYO Almarez, Isidoro, 2004

"Creatividad publicitaria y retórica"

<http://www.publitv.com>

CARRO, Jorge , 2005

"Glosario

www.ugap.com.gt

ENCICLOPEDIA CATÓLICA, 2004

"Navidad"

www.encyclopedia católica.com/n/navidad.htm

E. SCHWIMMER y E, Wolf, 2003

"Religión y mito, un análisis funcional de las sociedades modernas"

www.geocities.com/soloapuntes/primcurs/antropo1/t20ant.html

FERRÉS, Marques Graells, 2004

"Los anuncios , ficha para el análisis de mensajes audiovisuales"

www.Dewey.uab.es/pmarques/pubmulti.htm

GARCIA ANDRADE, Carlos, 2004

"Magia de navidad"

www.ciudadredonda.org/iglesia/palabra/biblia/navidad.htm



RODRIGUEZ, Pepe, 2004
"Mitos y Ritos de la Navidad"
www.pepe-rodriguez.com/mitos_navidad_menu.Htm

Entrevistas

ALVAREZ, Miguel, 2005
"Los símbolos navideños",
Historiador de las tradiciones populares de Guatemala,
Museo Nacional de Historia,
Entrevista Personal

DARLEE, Irina, 2005
"El diario el Imparcial"
Colaboradora en diario el Imparcial en notas internacionales y página literaria (1958-1985)
Colegio Alemán Alejandro Von Humboldt
Entrevista personal

LARA, Celso, 2005
"Los símbolos Navideños",
Antropólogo e Historiador director del Centro de Estudios Folklóricos,
Centro de Estudios Folklóricos,
Entrevista Personal

SANTOS, JULIO, 2005
"El diario el Imparcial",
Reportero por doce años de diario el Imparcial,
Asociación de Periodistas de Guatemala,
Entrevista Personal

VILLATORO, Eduardo, 2005
"El diario el Imparcial",
Reportero y periodista de diario El Imparcial,
Casa de habitación,
Entrevista Personal.



Videocintas

Briangs, Raymond, 1992
"El muñeco de nieve",
Aura comunicación , Barcelona
Producción TVC London
Duración 26 minutos
Formato VHS

Figuras

- Figura 1. Página 2 de diario Imparcial del 18 de diciembre de 1936
- Figura 2. Pág.4 de diario Imparcial del 11 de diciembre de 1926
- Figura 3. Pág. 2 de diario Imparcial del 11 de diciembre de 1926
- Figura 4. Pág. 7 de diario Imparcial del 21 de diciembre de 1929
- Figura 5. Pág. 6 de diario Imparcial del 6 de diciembre de 1932
- Figura 6. Pág. 7 de diario Imparcial del 12 de diciembre de 1935
- Figura 7. Pág. 8 de diario Imparcial del 22 de diciembre de 1934
- Figura 8. Pág. 17 de diario Imparcial del 17 de diciembre de 1926
- Figura 9. Pág. 9 de diario Imparcial del 13 de diciembre de 1933
- Figura 10. Pág. 2 de diario Imparcial del 11 de diciembre de 1935
- Figura 11. Pág.5 de diario Imparcial del 15 de diciembre de 1927
- Figura 12. Pág. 2 de diario Imparcial del 8 de diciembre de 1934
- Figura 13. Pág. 2 de diario Imparcial del 11 de diciembre de 1935



Anexo



Resultados de ficha de análisis

Anexo 1

Tabla no.1 (Gráfica no.1). Tipo de Encabezado en los anuncios navideños publicados en diario El Imparcial entre 1926 a 1936

Tipo de Encabezado	No. De anuncios	%
Informativo	5	17%
Afirmativo	4	13%
Intrigante	11	40%
Imperativo	3	10%
dibujo	4	10%
Conceptuoso	2	7%
Total	29	100%

(Ver detalles página 62)

Anexo 2

Tabla no.2 (Gráfica no.2) Figuras retóricas sobresalientes identificadas en los anuncios navideños publicados entre 1926 a 1936.

Figura Retórica	No. Anuncios	%
Hipérbole	8	28%
Metáfora	4	14%
Elipsis	2	7%
Sinécdoque	2	7%
Alegoría	6	21%
Litote	5	17%
Prosopopeya	1	3%
Cognitiva	1	3%
Total	29	100%

(Ver detalles pág.63)



Tipo de Encabezado en los anuncios navideños publicados en diario El Imparcial entre 1926 a 1936 (Anexo 1)

Tipo de Encabezado	No	Encabezado	Anunciante	Fecha
1. Informativo	1	Los regalos eléctricos	Empresa Guatemalteca de Electricidad	11/12/1926
	2	Rosenberg ofreciendo las novedades para que sus clientes puedan obsequiar la noche buena	Almacén Rosenberg	18/12/1928
	3	S. García. & Co. Suc. Vinos licres y conservas	S. García Co. Suc.	12/12/1928
	4	Tarjetas de felicitación para navidad y año nuevo Unión Tipográfica	Unión Tipográfica	13/12/1929
	5	S. García. & Co. Suc. Puede proporcionarle cuanto sea necesario para navidad	S. García Co. Suc.	22/12/1930
2. Afirmativo	6	¡Navidad!	Agencia Columbia	17/12/1926
	7	Juguetes Nuevos!	La Suiza	22/12/1933
	8	No es tarde!	S. García Co. Suc.	25/12/1934
	9	¡Ya llegarán! ¡Ya están aquí!	Almacén Atlántic	12/12/1935
3. Intrigante	10	Para navidad	Castillo Hhs.	11/12/1926
	11	Lujo	Castillo Lara	15/12/1927
	12	Vienen las fiestas de navidad	Ferrira	11/12/1928
	13	Para la navidad	Zeiss	21/12/1929
	14	Para sus regalos de pascua	La Paquetería	09/12/1931
	15	No compre una camisa...	Arrow	11/12/1935
	16	Llega la alegría pascua y año nuevo	Almacén Benjamínson	13/12/1933
	17	En navidad o año nuevo	Arrow	11/12/1935
	18	Para Navidad	Joyería La Perla	16/12/1936
	19	Se acerca Navidad	Klee	17/12/1936
	20	Para regalos de navidad	Klee	18/12/1936
4. Imperativo	21	Es bueno y le conviene	S. García Co. Suc.	23/11/1926
	22	Mande ud. Por aire	Compañía nacional de aviación	08/12/1931
	23	Su mejor regalo para noche buena y año nuevo	Agencia Columbia	17/12/1932
5. Dibujo	24	Una señorita come golosinas acompañado de un muñeco de pascua	S. García Co. Suc.	22/12/1930
	25	Santa Claus	S. García Co. Suc.	11/12/1931
	26	Veladora alumbrando	Joyería La Perla	08/12/1934
	27	Tíneo de Santa Claus	Alvarez	23/12/1935
6. Conceptuoso	28	El verdadero valor de su dinero	Alvarez e hijos	18/12/1931
	29	A "Elsa" obsequie un lindo radio Superfadelette	Joyería La Perla	21/12/1933



Figuras retóricas sobresalientes identificadas en los anuncios navideños publicados entre 1926 a 1936 (Anexo 2).

Tipo de figuras retórica	No.	Figura retórica	Anunciante	Fecha
1. Hipérbole	1	Una hermosa planta Aeolian sera su mejor regalo	Agencia Columbia	17/12/1926
	2	Hay gran surtido de objetos para lindos obsequios de pascua	S.García Co. Suc.	22/12/1930
	3	El almacén más acreditado de su ramo	S.García Co. Suc.	17/12/1931
	4	Insuperables radios Fada o Columbia	Agencia Columbia	17/12/1932
	5	Un lindo surtido acaba de llegar y muchas novedades nunca vistas aquí	La Suíza	22/12/1933
	6	Radio Superfadelette es el regalo de más distinción, omega el reloj para toda la vida!!	Joyería La Perla	21/12/1933
	7	¡Ya llegaron!, ¡Ya están aquí!, los más bonitos, los más baratos, los más modernos	Almacén Atlántic	12/12/1935
	8	Vea el gran surtido que le ofrece perfumería Klee	Klee	18/12/1930
2. Metáfora	9	Es bueno y le conviene hacer sus compras en esta su casa	S.García Co. Suc.	23/11/1926
	10	Tarjetas de felicitación para navidad y año nuevo, llevo un nuevo surtido a la unión tipográfica	Unión tipográfica	13/12/1929
	11	Regalos para noche buena vea nuestras vitrinas la Perla S. A.	La Perla	08/12/1934
	12	Todo de buena calidad y precios muy corrientes	Almacén Alvarez	23/12/1935
3. Elipsis	13	Para navidad	Castillo Hns.	11/12/1926
	14	Para la navidad	Zeiss	21/12/1929
4. Síncodoque	15	Tenemos todo para el buen gusto y bolsillo	Benjaminson	22/12/1934
	16	Compre a todos los días del año, no existe mejor regalo	Arrow	11/12/1935
5. Alegoría	17	El que vende más barato lo bueno (por decir Rosenberg)	Almacén Rosenberg	16/12/1926
	18	El verdadero valor de su dinero (por decir calzado Albrez)	Albrez e Hijos	16/12/1931
	19	Servicio de encomiendas (por decir correo aéreo)	Compañía Nacional de Aviación	08/12/1932
	20	A precios extraordinariamente rebajados (Por decir Almacén La Perla)	Joyería La Perla	16/12/1936
	21	Regalos distinguidos (por decir Klee)	Klee	17/12/1936
	22	El que atiende mejor su clientela (Por decir Benjaminson)	Benjaminson	13/12/1933
6. Litote	23	Lujo, el mejor regalo para pascua y año nuevo (no existe otro mejor)	Castillo Lara	15/12/1927
	24	Es difícil la elección en los regalos femina (No es fácil)	Femina	11/12/1928
	25	Los mas preciosos regalos de pascua, no lo olvide	La Paquetería	11/12/1931
	26	No compre una camisa... Compre una Arrow	Arrow	15/12/1933
	27	No es tarde, haga su compra por teléfono	S.García Co. Suc.	25/12/1934
7. Prosopopeya	28	Los regalos eléctricos harán perdurar su recuerdo en la memoria	Empresa Guatemalteca de Electricidad	11/12/1926
8. Cognitiva	29	S. García, Vinos licres y conservas	S.García Co. Suc.	12/12/1928



Anexo 3

Tabla no. 3 (Gráfica no.3) Utilización de párrafos en los anuncios navideños publicados en diario El Imparcial entre 1926 a 1936

Párrafo	No. Anuncios navideños	%
Utilizo	27	93
No Utilizo	2	7
Total	29	100

Anexo 4

Tabla no.4 (Gráfica no.4) Tipo de ilustración utilizada en los anuncios navideños en diario El Imparcial entre 1926 a 1936.

Tipo de Ilustración	Anuncios navideños	%
Dibujo	22	76%
Foto	1	3%
no ilustro	6	21%
Total	29	100%

(Ver detalles pág. 65)



Tipo de ilustración utilizada en los anuncios navideños en diario El Imparcial entre 1926 a 1936 (Anexo 4).

Tipo de Ilustración	No.	Figura	Anunciante	Fecha	Pág.
1. Dibujo	1	Santa Claus y una Pianola	Agencia Columbia	17/12/1926	17
	2	Santa Claus con una radiola y planca	Empresa Guatemalteca de Electricidad	11/12/1926	2
	3	Estuche de tijeras y corta uñas	Rosemberg	16/12/1926	11
	4	Santa Claus y botellas	Castillo Hns.	11/12/1926	4
	5	Canoa sobre una laguna	Castillo Lara	15/12/1927	5
	6	Una mano de mujer casada sujetando un carrito	Zeiss	21/12/1929	7
	7	Una mujer comiendo bombones y una niña con un conejo	S. García Co. Suc.	21/12/1930	7
	8	Santa Claus	S. García	11/12/1932	10
	9	Un zapato de tacon en medio del árbol de navidad adornado	Alburez e hijos	18/12/1931	10
	10	Santa Claus y un radio	Agencia Columbia	17/12/1932	7
	11	Santa Claus cargando un saco	Compañía Nacional de Aviación	08/12/1932	6
	12	Un niño con árbol de navidad	La suiza	02/12/1933	7
	13	Joven con camisa blanca y corbata	Arrow	18/12/1933	7
	14	Santa Claus	Benjaminson	13/12/1933	9
	15	Círculos	S. García Co. Suc.	25/12/1934	6
	16	Veladora resplandeciendo	Joyería La Perla	08/12/1934	6
	17	Santa Claus y un joven en ropa interior	Arrow	11/12/1935	2
	18	una muñeca, un avión, Santa Claus y Frosty	Almacén Atlantic	12/12/1935	7
	19	Trineo de Santa Claus corriendo en un listón y estrellas	Alvarez	23/12/1935	8
	20	Árbol de navidad	Joyería La Perla	16/12/1936	2
	21	Santa Claus	Klee	17/12/1936	2
2. Dibujo	22	Radio, renos y adornos	La Perla	21/12/1933	7
3.No ilustró	23	Santa Claus, retocado y recortado	Klee	18/12/1936	2
	24	x xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxxx xxx	S. García Co. Suc.	23/12/1926	8
	25	x xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxxx xxx	Femina	11/12/1928	7
	26	x xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxxx xxx	S. García Co. Suc.	12/12/1928	3
	27	x xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxxx xxx	Unión tipográfica	13/12/1929	7
	28	x xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxxx xxx	La Paquetería	09/12/1931	5
	29	x xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxxx xxx	Benjaminson	22/12/1934	15



Anexo 6

Tabla no. 5 (Gráfica no.5) Tipo de logotipo utilizado en los anuncios navideños publicados en diario El Imparcial entre 1926 a 1936

Logotipo	Anuncios navideños	%
Descriptivo	10	34
Toponímico	2	7
Simbólico	4	14
Patronímico	13	45
Contraccional	0	0
Total	29	100

(Ver detalles pág. 67)

Anexo 7

Tabla no.6 (Gráfica no.6) Visualización de los elementos en los anuncios navideños publicados en diario El imparcial entre 1926 a 1936.

Visualización	Anuncios navideños	%
Simétrica	22	76%
Asimétrica	7	24%
Total	29	100%

Anexo 8

Tabla no.7 (Gráfica no.7) Símbolos navideños identificados en los anuncios navideños publicados en diario el Imparcial entre 1926 a 1936

Símbolos Navideños	Alusiones	%
Santa Claus	10	21%
Árbol	4	9%
Adornos/regalos	6	12%
Navidad 25 de diciembre	15	32%
Noche Buena	4	9%
Año Nuevo	1	2%
Pascua	5	11%
Renos	1	2%
Frosty	1	2%
Total	47	100%

(Ver detalles pág. 68)



Tipo de logotipo utilizado en los anuncios navideños publicados en diario El Imparcial entre 1926 a 1936 (Anexo 6)

Tipo de logotipo	No.	Logotipo	Fecha	Pág
1. Descriptivo	1	Joyería y Relojería La Perla	16/12/1936	2
	2	Almacén Atlantic	12/12/1935	7
	3	Camisa Arrow	11/12/1935	2
	4	Joyería y Relojería La Perla	21/12/1933	7
	5	Compañía Nacional de Aviación	08/12/1932	6
	6	Joyería y Relojería La Perla	17/12/1932	7
	7	Almacén La Paquetería	09/12/1931	5
	8	Unión tipográfica	13/12/1929	7
	9	Cerveza Marzen	15/12/1927	5
	10	Empresa Guatemalteca de Electricidad	11/12/1926	2
2. Toponimico	11	La Suiza	22/12/1933	7
	12	Agencia Columbia	17/12/1926	17
3. Simbólico	13	Femina	11/12/1926	7
	14	La Perla	08/12/1934	2
	15	Arrow	18/12/1933	10
	16	Zeiss	21/12/1929	7
Patronimico	17	Klee	18/12/1936	2
	18	Klee	17/12/1936	2
	19	Alvarez	23/12/1935	8
	20	Benjaminson	22/12/1934	15
	21	Alburez e hijos	18/12/1931	10
	22	S. Garcia Co. Suc.	11/12/1931	10
	23	S. Garcia Co. Suc.	22/12/1930	7
	24	S. Garcia Co. Suc.	22/12/1928	3
	25	Castillo Lara	15/12/1927	5
	26	S. Garcia Co. Suc.	23/12/1926	8
	28	Rosemberg	16/12/1926	11
	29	Benjaminson	13/12/1933	9



Símbolos navideños identificados en los anuncios navideños publicados en diario el Imparcial entre 1926 a 1936 (Anexo 7)

Años	Navi.	San. Cla.	Árbol	Adornos	Reg./Jugu.	Noche Bu.	Año Nue.	Pas.	Ren.	Frosty	Total de alusiones por año	anuncio por año
1926	2	3	0	0	0	2	0	0	0	0	7	5
1927	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2	1
1928	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	2
1929	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
1930	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	4	1
1931	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	3	3
1932	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	5	2
1933	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	6	4
1934	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	3	3
1935	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	5	3
1936	3	2	1	1	0	0	0	0	0	0	7	3
Total	16	10	4	2	4	4	1	6	1	1	47	29

Especificaciones

El cuadro presenta el número de símbolos identificados por medio de alusiones que se observarán en los anuncios navideños, por lo tanto para comprenderlo de mejor manera se utilizaron las siguientes abreviaturas:

- Navi.: Navidad
- San. Cla.: Santa Claus
- Reg./jugu.: Regalos y juguetes
- Noche Bu.: Noche Buena
- Año Nue.: Año Nuevo
- Pas.: Pascua
- Ren.: Renos

Nota: 26 anuncios no presentaron alusiones navideñas.

IMPRESOS

JOR

RAMIREZ

12 Av. 21-66, Zona 12. Tel.: 2485-0514
Guatemala, Centroamérica