

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

**EL INGRESO DEL PERIODICO SIGLO XXI
EN LA SOCIEDAD GUATEMALTECA**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is circular and features a central figure, likely a saint or historical figure, surrounded by architectural elements and symbols. The text "UNIVERSITAS CAROLINA GUATEMALENSIS" is inscribed around the perimeter, and "AS ORBIS PLUS" is visible on the left side.

**TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR
ERNESTO HURTARTE HERRARTE**

Previo a optar el título de
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

GUATEMALA, AGOSTO DE 1994

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

DL
16
T(60)

DIRECTOR

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

COMISION DIRECTIVA PARITARIA REPRESENTANTES DOCENTES

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal
M.A. Hugo Leonel Ruano Chacón
Lic. Juan José Morales García

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

José Gonzales Villanueva
Marco Tulio Contreras López
Daniel Antonio Fernández

SECRETARIO

Lic. Miguel Antonio Paredes

ASESOR DE TESIS

Lic. M. Favio Hernández H.

TRIBUNAL EXAMINADOR

Presidente: Lic. M. Favio Hernández H.

Lic. Miguel Angel Juárez

Lic. Abraham Baca Dávila

Titulares:

M.A. Hugo Leonel Ruano Chacón

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

Suplente:

Oscar René Paniagua



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 31 de mayo

de 1994.

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

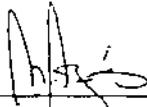
Atentamente informarnos a ustedes que el (la) estudiante Ernesto Hurtarte
Herrarte

Carnet No. 8515479, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es El Ingreso del
Periódico Siglo Veintiuno en la Sociedad Guatemalteca

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

Atentamente,

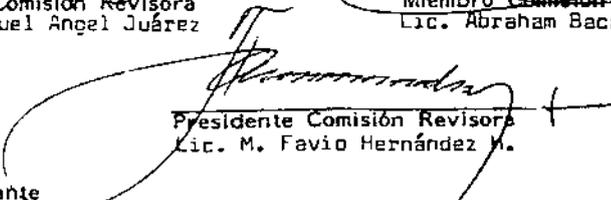
"DID Y ENSEÑAD A TODOS"



Miembro Comisión Revisora
Lic. Miguel Ángel Juárez



Miembro Comisión Revisora
Lic. Abraham Baca Dávila



Presidente Comisión Revisora
Lic. M. Favio Hernández

cc/estudiante
archivo
correlativo



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN TRABAJO DE TESIS

Profesional que emite dictamen: Favio Hernández H.

Título del Trabajo de Tesis: El Ingreso del Periódico Siglo XXI

en la Sociedad Guatemalteca.

Nombre del Estudiante: Ernesto Hurtarte Herrarte

Carnet: 8515479

Fecha de Recepción: miércoles 14 de julio de 1993.

Fecha de Envío para Dictamen: jueves 15 de julio de 1993.

Fecha del Dictamen: _____

INSTRUCCIONES

El dictamen debe hacerse en original y dos copias. El original es para la instancia que lo solicitó, una copia para el expediente que se lleva del estudiante en Comisión de Tesis y la otra para el archivo personal del dictaminante. El Comité de Tesis, según el punto sexto del Reglamento de Tesis, cuenta con 30 días calendario para emitir dictamen.

Aceptar el trabajo de tesis sin modificaciones

Aceptar el trabajo de tesis con modificaciones

No aprobar el trabajo de tesis en tanto no se hagan las modificaciones que abajo se indican.

No aceptar el trabajo de tesis

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA

COMUNICACIÓN

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, julio 29 de 1994.
ECC 556-94

Señor estudiante .
Ernesto Hurtarte Herrarte
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el punto TRIGESIMO QUINTO, inciso 24, del Acta No. 25-94 de sesión celebrada el 14 de julio de 1994.

"TRIGESIMO QUINTO:... 24... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA:
a) Aprobar el trabajo de tesis "EL INGRESO DEL PERIODICO SIGLO VEINTIUNO EN LA SOCIEDAD GUATEMALTECA", presentado por el estudiante ERNESTO HURTARTE HERRARTE, carnet No. 8515479, en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto y lo establecido en la Norma Octava de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de tesis y Examen final de Graduación vigente; b) Se autoriza la impresión de dicha investigación; c) Se nombra a los licenciados: Hugo Leonel Ruano Chacón y Jesús Alvarado Mendizábal (Titulares) y Oscar René Paniagua (suplente) para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. M. Favio Hernández H. (Presidente), Lic. Miguel Angel Juárez y Lic. Abraham Baca Dávila integren el Tribunal Examinador; d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen final de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. Miguel Antonio Paredes
Secretario.



MAP/rde

PARA EFECTOS
LEGALES, UNICAMENTE EL
TESINANDO ES RESPONSABLE
DEL CONTENIDO DE ESTE
TRABAJO.

DEDICATORIA

A DIOS: Por haberme permitido el privilegio de llegar a este momento.

ACTO QUE DEDICO

A MIS PADRES: Ernesto Hurtarte Mayorga y María del Rosario Herrarte García de Hurtarte, como gratitud a su apoyo, amor y educación brindada a lo largo de mi vida.
LLEGUE A LA META, ES TODO UN EXITO.

A MI ESPOSA: Patricia Maribel Rodríguez de Hurtarte, por su amor, por su constante apoyo en todo momento, para la conclusión de mi carrera profesional.

A MIS HERMANOS: Manuel Ramón Hurtarte y Ronald Estuardo Hurtarte, con todo mi cariño por su apoyo incondicional.

A MIS SOBRINOS: Manuel Alejandro y Diego José.
Con mucho aprecio.

**A LA FAMILIA
HERRARTE GARCIA:** Especialmente a mi abuelita.
Concepción García, con todo mi amor.

A MIS AMIGOS: Marco A. Rodríguez, Patricia Urbina, Carlos Escobar Saravia.
Y a todos aquellos que me brindaron su apoyo a la culminación de mi carrera profesional.

**A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y LA
TRICENTENARIA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.**

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I: EL PERIODISMO EN GUATEMALA	
1.1 Los medios de comunicación social.....	3
1.2 Los diarios escritos.....	15
1.3 Lo que el lector de los estratos sociales A, B y C de la sociedad guatemalteca, esperan de los periódicos.....	20
1.3.1 Perfil del lector de periódicos capitalinos.....	23
1.4 Interpretación de datos.....	25
Se incluyen Gráficas.	
1.5 La Prensa como medio de publicidad.....	30
CAPITULO II: EL PERIODICO SIGLO XXI	
2.1 Análisis comparativo del periódico Siglo XXI, ante los periódicos Prensa Libre y Diario El Gráfico.....	34
2.2 Análisis del periódico Siglo XXI.....	42
2.3 Reseña histórica del periódico Siglo XXI.....	48
2.4 Hemerografía registral del periódico Siglo XXI.....	53
2.5 Contenido del periódico Siglo XXI.....	51
CAPITULO III: UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACION ESCRITO	
Inserción dentro del periodismo nacional.....	58
Conclusiones.....	70
Recomendaciones.....	72
Para efectos legales.....	74
Bibliografía.....	78

INTRODUCCION

El punto central de esta investigación consistió en analizar el nuevo medio de comunicación escrito en Guatemala, **EL PERIODICO SIGLO XXI**.

Este trabajo ha sido estructurado en tres capítulos, para lograr una mejor comprensión de los temas que se investigaron el estudio se realizó aplicando diversas técnicas de investigación con tal de lograr exactitud y confiabilidad en los resultados.

En el Primer capítulo, se describe aspectos históricos del periodismo guatemalteco, así como una sinopsis de los diferentes periódicos fundados desde 1970 hasta nuestro días.

Se mencionan los avances de la prensa, en el campo de la impresión. La maquinaria es cada día más completa, sofisticada y acorde a los avances tecnológicos de la época, pero se cuenta los recursos limitados de nuestro país.

El segundo capítulo, contiene aspectos de la historia y evolución del periódico Siglo XXI, desde que se fundo hasta finales de junio de 1990. También se anotan datos de los periódicos tradicionales, (Prensa Libre y Diario El Gráfico), se hace una breve comparación con el periódico Siglo XXI, objeto de esta investigación.

Se describen así mismo, los principales lineamientos del periódico Siglo XXI, políticas del periódico, sectores a quienes va dirigido, su grado de aceptación y sus justificaciones.

Esta investigación es un aporte, para satisfacer la inquietud de todas aquellas personas que deseen profundizar en el estudio de los medios de comunicación social en Guatemala, especialmente la prensa escrita.

CAPITULO I
EL PERIODISMO
EN GUATEMALA

I

EL PERIODISMO EN GUATEMALA

1.1 Los medios de comunicación social.

"Con la llegada de la primera imprenta a Guatemala, entre los años 1659 y 1660 se inicia la vida de los medios de comunicación social. Después, es cuando se desarrolla el periodismo Guatemalteco". (Sánchez: 1984 39).

Generalmente se ha tomado el término de prensa como sinónimo de periódico e imprenta y de toda aquella actividad relacionada con el periodismo impreso que trata de informar, educar, y recrear a la sociedad. Esta consideración se debe a que los medios impresos, antiguamente se imprimían en una máquina llamada prensa plana, y es de ahí de donde se denomina a los periódicos diarios como: prensa escrita.

Son varios los medios de comunicación social con los que se puede hacer llegar un mensaje al público en general y sería muy raro encontrarse con una persona que no sienta el impacto de alguno de ellos; ya sea por medio de la radio, la televisión, la prensa escrita, el cine y otros.

Así entre los medios de comunicación social más antiguos tenemos a la palabra escrita y la representación gráfica, estos se valen del sentido de la vista para su difusión y logro de objetivos, mediante los periódicos, libros, revistas, etc.

Mientras que hay otros, como la radio que es un medio de comunicación masivo dirigido al oído. La televisión y el cine que se dirigen tanto al sentido de la vista como al del oído.

Así puede decirse que el periódico es un medio impreso publicado en serie a intervalos regulares, bajo un nombre constante, distribuido al lector para difundir información de toda clase. Los periódicos cumplen funciones como las de: Analizar, orientar, pero fundamentalmente la de informar (se incluyen anuncios).

El lector de los Estratos Sociales A, B y C de la Sociedad Guatemalteca (*) Buscan en los diferentes periódicos el informarse, o! leer los análisis de los temas de interés Nacional como Internacional así como una orientación del estado de nuestra sociedad. Como podrá observarse en la interpretación de datos (se incluye Gráficas). específicamente en la gráfica N.5. En tal sentido los periódicos tradicionales no han satisfecho las inquietudes de los Estratos Sociales A, B y C, labor que el periódico Siglo XXI está tratando de realizar hoy en día.

(*) Véase cuadro de Estratos Sociales.

En la aceptación de los perfiles en nuestro país, los niveles socioeconómicos A, B, y C representan un papel importante en su lectura. A continuación se explica lo que son los niveles socioeconómicos de la Ciudad de Guatemala que incluye al Municipio de México.

(Argón & Asociados, Noviembre 1993). Los valores promedio del salario de cada nivel son variables.

NIVEL A (2.14%)

El salario promedio mensual es de Q.30,000 a más.

Grupo acudado de la sociedad, que por lo regular posee los medios de producción del sector agrario, industrial, comercial y financiero.

Vivienda propia y hijos en colonias residenciales, más frecuentemente en estilo mansión que departamento. En la capital habitan en colonias como la Catada, Elgin y las Conchas en la zona 14, Vista Hermosa zona 15, carretera a El Salvador entre otras. Casas totalmente equipadas, pertenecen a clubes privados, posesión de tarjetas de crédito, viajes con regularidad. Capacidad absoluta para obtener lo que deseen en ordenes económicas.

NIVEL B (5.39%)

El salario promedio mensual es de Q.10,000 a Q.30,000.

Personas cuyos ingresos sobre pasan el nivel medio, lo que le permite tener acceso a un nivel de vida más amplia. Goza de casi todos los privilegios del nivel A.

El nivel de vivienda suele ser similar al del A, pero con alguna frecuencia puede no ser propia. El equipamiento y amueblado del hogar no se diferencia sustancialmente del A. Poseen más de dos carros, tarjetas de crédito, viajes, socio de clubes privados.

La diferencia sustancial entre el nivel A y B, más que en la conducta y hábitos de consumo, estiba en que este último está formado por personas que no son propietarios de bienes de capital, que constituyen su fuente de ingresos.

NIVEL C (18.15%)

Su salario promedio mensual es de Q.1,500 a Q.10,000

Grupo que cuenta con los medios para cubrir las necesidades básicas, incluidas ciertas comodidades, la amplitud de este segmento hace que algunos indicadores sean muy variables.

Habitan en casas de colonia, en zonas urbanizadas pero de menor jerarquía, casa alquilada o propia con largo financiamiento; por ejemplo Urdán, Granada & Towson y Molino de las Flores zozona 11, Jardines de la Asunción zona 5, etc. Amueblado sin gran lujo, pero en general confortable, alrededor del 74% de los hogares posee carro, comprado nuevo o usado normalmente a plazos. Por lo general este nivel lo constituyen industriales, comerciantes, profesionales, técnicos, vendedores y otras profesiones que requieren algún grado de conocimiento.

NIVEL D (39.58%)

Su salario promedio mensual es de Q.600 a Q.1,500

Personas que cubren sus necesidades básicas y algunos casos ciertas comodidades elementales, los hijos son prácticamente inestables. Habitan en casas modestas, en zonas menos urbanizadas. En la ciudad capital pueden ser fácilmente cercanos al rebol en la zona 3, San Pedro y la Palmita zona 5, etc. Generalmente el amueblado es pobre o aún precario. En algunas oportunidades pueden poseer carros, siempre de modelos antiguos. Predominio de tareas o empleo fijo.

NIVEL E (34.74%)

El salario promedio mensual es de menos de Q.600

Cubren de manera insuficiente sus necesidades básicas por completo de comodidades. La vivienda es precaria, en zonas marginales, más bien tipo asentamiento. En el área metropolitana se pueden apreciar a las orillas de los barrancos y de las vías ferreas; la nueva zona 3, asentamiento 4 de febrero (fina) colonia Betanria zona 7, colonia La Lirionada (zona 5), entre otras.

Bajo nivel educacional con promedio de analbetaísmo. La ocupación del jefe de familia corresponden a aquellas tareas que no requieren casi ningún conocimiento y usualmente no tienen trabajo fijo, más bien trabajos de oportunidad, cuidar carros, peones, cargar butos, etc. Generalmente trabaja toda la familia (esposa, hijos, etc).

En la actualidad, los medios de comunicación social son los que se encargan de registrar, día a día el curso de la historia. Ya que desde que se inventó el periodismo, se cuenta con material histórico de valor incalculable, en lo político, social y económico.

Los periódicos están estructurados en varias partes para cumplir con sus objetivos antes señalados. De todas las partes de las que consta un periódico **EL EDITORIAL**, es el más importante, dentro de un medio de comunicación escrito.

Esta sección trata de examinar, comentar y sugerir las medidas que en un determinado momento debería adoptarse en los hechos que suceden y es el reflejo de la línea ideológica del periódico en nuestra sociedad.

El Editorial es muy importante en un periódico no obstante que las noticias desempeñan su rol relevante. El Editorial es lo que permite al lector situar al periódico en una determinada línea ideológica. Una de las funciones del editorial es analizar es analizar las diferentes situaciones que se dan en el país y el mismo tiempo ser orientador del lector.

De esta forma el lector, busca en el editorial una interpretación de las noticias más relevantes, fenómeno que se explicará más adelante.

Por otro lado, en Guatemala se carece de un periodismo escrito que se dedique a la investigación a excepción de algunos artículos, reportajes del periódico Siglo XXI, y más esporádicamente en el resto de periódicos existentes.

En nuestro medio, el periódico Siglo XXI, a través de sus suplementos se dedica a realizar periodismo de investigación (en sus primeros pasos); orientando al lector, sobre temas de salud, económicos, políticos, sociales, ideológicos y financieros.

Siendo una excepción ante los tradicionales; ya que estos publican en su mayor porcentaje publicidad, noticias de asaltos, sobre la constante violación de los derechos humanos, y muchísimas más del mismo orden, pero menos periodismo de investigación, donde se oriente, se explique y analicen temas que al lector le servirán para su propio desarrollo y educación, hecho que se hace dificultoso, ya que en una sociedad como la nuestra donde la libre expresión del pensamiento es difícil, tal como nos referimos más adelante en el tema "La prensa", en la presente investigación.

En tal sentido el periódico Siglo XXI está haciendo un esfuerzo por realizar un periodismo de investigación, el cual está en su período de inicio, y que tiene el objetivo de orientar al lector.

Un ejemplo de esto se puede observar en una investigación que realizó el periódico Siglo XXI, con relación al caso SIKORSKY, en el cual se detalla paso a paso la forma en la que se llevo a cabo la negociación de los helicópteros, que en el año de 1988, el Estado de Guatemala adquirió de la empresa Mura Internacional, con sede en Miami, Florida, Estados Unidos tres helicópteros Sikorsky destinados a la Fuerza Aérea Guatemalteca.

Pero en 1991, dos años más tarde la revista TIME inició una serie de

publicaciones que pusieron al descubierto aspectos de corrupción en ese negocio. Donde se involucra al Presidente Cerezo Arévalo, al Jefe del Estado Mayor Presidencial y algunos funcionarios del Banco Internacional de Crédito y Comercio BCCI. El Periódico Siglo XXI en un afán de tener una información bastante completa del caso, obtuvo fotocopias de los testimonios de varios implicados del BCCI, dados en la Corte del Circuito Judicial número once y para el condado de Dade, Florida. Con esto se refuerza la información acerca de este caso y se orienta de una mejor manera al lector, la forma en que realizó el negocio de los helicópteros; donde hubo una cantidad de dolares por comisión en la venta de los Sikorsky.

(SIGLO XXI: 1992 14).

El carecer de un periodismo de investigación, es un fenómeno que se manifiesta en nuestro país, en gran parte por la falta de preparación profesional adecuada, de los periodistas que laboran en los distintos periódicos de Guatemala.

En efecto muchos periodistas aprendieron el oficio de entrevistar y de redactar para un periódico, noticiero de televisión o radio, lo que nos evidencia que son periodistas empíricos. En consecuencia el periodista no tiene los conocimientos teóricos que le permitan interpretar la realidad del país y su historia.

Entiéndase por comunicador social, son personas que poseen conocimientos sobre las diferentes disciplinas de la comunicación. También que estén capacitadas para ejercer la dirección, coordinación y asesoría en los diferentes medios de comunicación social.

En tal sentido la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como de las demás Universidades del país juegan un papel importante en la preparación de periodistas técnica y profesionalmente en la rama de la información y de la comunicación, para el enriquecimiento de la labor periodística.

Por otra parte muy pocos de los que terminan la carrera de periodismo, encuentran empleo en un medio de comunicación social, factor que se debe a la poca experiencia práctica de los egresados, ya que los lugares para adquirir experiencia durante su estudio, son muy escasos. Existen por así decirlo pocas oportunidades. Para la tecnificación del periodismo en Guatemala, es necesario que en un futuro próximo al egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala oportunidades para desarrollarse en los medios de Comunicación, para que de esa forma contribuya al desarrollo del periodismo en nuestro país, eliminando de esa manera el empirismo prevaleciente en la actualidad en los medios de comunicación. A continuación se dan a conocer algunos apuntes históricos del periodismo guatemalteco; tomando en cuenta que la prensa escrita es el medio de comunicación social que ocupa a esta investigación en la que nos centraremos en la historia del periodismo de 1970 a la fecha, pero sin dejar de mencionar al primer periódico que hubo en Guatemala. Así entre los primeros intentos del periodismo escrito, nos encontramos que en 1729 vio luz pública "LA GAZETA DE GUATEMALA" La que daba apariencia de un calendario religioso; pero al aumentar

sus páginas se publicaron artículos científicos y de carácter económico.

Fue su propietario don Ignacio Beteta, a quien debe rendirse tributo como primer periodista de Guatemala.

Figuraban además como directores, periodistas españoles, Jacobo Villa Urrutia y Alejandro Ramírez. La Gazeta desapareció por falta de financiamiento, pero años después surgió el joven periodista Simón Bergaño y Villegas, quien asume la dirección. Logra salir con 16 páginas en las que se publican artículos de eminentes intelectuales de la época, como Fray Matías de Cordova, José Cecilio del Valle, Pedro Molina y José Francisco Barrundia.

Desde 1729 a 1970 han sido impresos decenas de periódicos, tales como el Amigo de la Patria, La República, El Excelsior, El Tiempo y El Imparcial entre otros. Así encontramos muchísimos más que fueron clausurados por los enemigos de la libre expresión del pensamiento.

Ahora centrémonos en la década de los 70S ,80S, y principios de los 90S. Hay periódicos que han aparecido y desaparecido por diferentes circunstancias. El Diario de Centroamérica organo oficial del Gobierno.

El Imparcial, El Independiente, La Hora, El Impacto, Prensa Libre, Diario El Gráfico, La Razón, Nuestro Diario, La Nación, La Tarde y recientemente Siglo XXI.

El Diario de Centroamérica data del año 1880 y no deja de ser un símbolo, que el decano del diarismo haya acabado por refundirse en el periódico oficial.

El Diario La Hora se fundó en enero de 1921 por Clemente Marroquín Rojas, su director actual es Oscar Marroquín Rojas. En la década de los 40 sobrepasaba los 35,000 ejemplares diarios en el área urbana, pero en el momento que su propietario participó en el Gobierno el periódico tuvo una sensible baja en circulación.

LA NACION

Su fundador Roberto Girón Lemus, el Director era Ramiro de León Lemus.

Fundado en agosto de 1970, desaparece en febrero de 1982.

LA TARDE

Fue fundado por Jorge Carpio (+) y su Director fue Mario David García.

Fundado en Septiembre de 1970.

EL IMPARCIAL

Fundado por don Alejandro Cordova, asesinado a raíz de la gesta revolucionaria de 1944. Este fue fundado en junio de 1922 y cerrado en junio de 1985.

EL IMPACTO

Su fundador Oscar marroquín Rojas, por razones económicas, y por falta de anunciantes desaparece del medio periodístico.

NUESTRO DIARIO

Fundado en 1927, desapareció en 1957. Director Federico Hernández de León.

EL EXPECTADOR

Fundado en julio de 1953, desapareció en diciembre de 1961. Director Hector Quiñonez.

FLASH DE HOY

Fundado en diciembre de 1958, desapareció en diciembre de 1960. Director Francisco Montenegro Sierra.

NUEVO DIARIO

Fundado en junio de 1978, cerrado en marzo de 1980. Director Guillermo Putzeys Alvarez.

LA RAZON

Fundado en marzo de 1982, cerrado en julio de 1985. Director Jorge Carpio Nicolle(+).

LA EPOCA

Semanario fundado en 1988, cerrado en 1990. Director Byron Herrera Ortíz.

Se puede mencionar que la prensa poco a poco ha venido ganando terreno y ha contado cada día con elementos materiales más

eficientes, equipo moderno y cuenta con los avances tecnológicos propicios para su desarrollo y para su difusión.

Ahora en la época contemporánea tenemos periódicos que de una u otra manera; ponen al servicio del lector de la capital, los avances tecnológicos con que cuentan en el campo de la impresión.

PRENSA LIBRE

Fundado en 1951, su director Alvaro Contreras Vélez, el Gerente general Pedro Julio García (hasta el 19 de agosto de 1992). Ya que después cambió su estructura interna la cual quedó así; presidente Pedro Julio García y Vicepresidente Alvaro Contreras Vélez.

Empresa periodística que ostenta un mayor volumen de publicidad (80% de publicidad 20% de información periodística.

DIARIO EL GRAFICO

Fundado en 1963, su director Jorge Carpio Nicolle. (+) El periódico forma parte del afán de su director, de llegar a ser presidente de Guatemala con su partido UCN.

Como un dato histórico para tener una visión de los periódicos que han sido fundados en Guatemala; en 1941, con motivo de la "Exposición de los periódicos", comprendían cerca de 2,000 periódicos distintos los cuales fueron suministrados por la Biblioteca Nacional, Archivo General de Centro América, la sociedad de geografía e historia, y de algunas personas particulares que se dedicaban a la colección de periódicos.

Posteriormente, gran parte de estos periódicos pasarán a ser parte de la Hemeroteca Nacional.

1.2 LOS DIARIOS ESCRITOS.

Antes de que el periódico escrito fuera descubierto, cuando se producía un hecho relevante en la sociedad o en determinada agrupación humana, este se comunicaba usando el sonido, (voz humana). Con la invención de la Imprenta se inicia la época de transmitir las noticias através de la letra impresa. Se crean las primeras impresiones en papel que en la mayoría de los casos informaban sobre el curso de las guerras, pues Europa se caracterizó en el siglo XVII por constantes enfrentamiento armados.

En 1609 en Praga, Checoslovaquia, surge el primer periódico diario, con el nombre "AVISA RALATION ODER ZEITUENG". En igual forma surge en Francia la "GACETA DE FRANCE", es en ese periódico donde su fundador Teofrasto Renaudot, impone lo que hoy conocemos como EDITORIAL. "El periodismo en nuestro días corre veloz, sorprende, agita, ofende, defiende, por una sola puerta LA NOTICIA". (campo: 1967 30).

"El alma de un periódico, la razón de ser del mismo, su base económica, la consecuencia de su riqueza; todo lo que es el periódico y el periodismo, entran y salen por una sola puerta LA NOTICIA". (campo: 1967 30).

Quien da la primera noticia es el mejor y mejor quien la da con lujo de detalles, no exactamente en la forma y veces ni en el estilo, sino en el objetivo de la misma. La prensa es un medio de comunicación

masivo efectivo, porque además de la rapidez con que puede ser comunicado el mensaje de un anuncio al lector se une la posibilidad de detallar, explicar e ilustrar en forma relativamente perdurable, el contenido de los periódicos.

La prensa en efecto permite mostrar el producto detalladamente, ilustrando sus características, explicando las ventajas, con textos amplios como sea necesario. Tradicionalmente la prensa en nuestro país, para vender la mayor cantidad de periódicos y para atraer la atención de los lectores recurren al **AMARILLISMO**.

Este es uno de los fenómenos por los cuales en Guatemala tenemos un periodismo que carece de profesionalismo. Pues en lugar de informar al lector en forma atractiva, constructiva y orientadora, los periódicos llenan sus páginas de fotografías de cadáveres, violaciones, accidentes, las cuales son acompañadas con textos morbosos con exageración de detalles.

El amarillismo en pocas palabras, es la actitud irresponsable en el manejo de la información por parte de la empresa periodística.

En el caso particular de Guatemala el ejemplo más evidente del periodismo amarillista, es el del semanario, que para su penetración utiliza titulares sensacionalistas para captar el mayor interés en el lector, tales como:

"Anciana asesinada por su hijo"

"Niño nace con forma de pescado"

Con estos titulares en su portada y la información del mismo tipo en sus páginas interiores, se constituye como un medio de comunicación amarillista; dicho semanario trata de sacar el mejor provecho del asesinato de algún individuo o la violación de alguna persona del sexo femenino; sacando fotografías de la persona asesinada o violada y explicando en su texto en forma obscena como ocurrió el hecho y por supuesto utiliza el titular más impactante, para atraer la atención del posible lector ya que con un titular amarillista se logra formar un punto de atención para que el lector compre el periódico o semanario, donde observó el titular. El derecho de nuestra Sociedad a informarse y a ser informados muchas veces ha sido atropellado en Guatemala, como por ejemplo en los años de 1978 a 1985, cuando los periodistas de nuestro medio fueron perseguidos por los enemigos de la libertad de expresión. Hecho que se repite en nuestros días, con los periodistas de los diferentes medios de comunicación social.

En el período de 1978 a 1985 se registrarón constantes amenazas de muerte contra los periodistas y medios de comunicación social como institución. **"La sociedad interamericana de Prensa (SIP) señala en su informe de 1980"** que Guatemala era uno de los países más peligrosos para el periodismo. (Koberstein: 1990 2 - 4).

Al respecto, el periodista Mario Carpió declaró al diario mexicano EXCELSIOR que "En Guatemala no hay libertad de prensa, para quienes se atreven a decir la verdad, siempre hay una bala ó ráfaga de ametralladora".(Koberstein: 1990 2).

Ejemplos que se pueden observar en el tema Reseña Histórica de Siglo XXI del presente trabajo de investigación. Este problema causó que el periodista creara la llamada, para sobrevivir a las distintas amenazas de que era objeto, que no es más que la restricción impuesta por el terror.

Esa situación mejorará sólo respetando la integridad física de los periodistas por parte de las fuerzas de seguridad, del gobierno que se encuentre de turno, dándole apoyo y brindándole protección en la realización de su labor profesional y creando las condiciones para su libre acción.

El mayor obstáculo de la libertad de expresión lo constituyen los intereses de diversos sectores de la sociedad, los cuales pueden ser, del gobierno de turno, los grupos guerrilleros, las fuerzas de seguridad o otros (referirse al tema 2.3 de la presente investigación).

Las presiones que encuentra el periodista para desarrollarse, son las mismas que el propio medio impone en el sentido de las políticas internas de los medios.

Como ejemplo ilustrativo de lo anterior, se puede mencionar Diario El Gráfico, periódico que difícilmente va a aceptar columnistas e incluso periodistas que intenten opinar en contra de la línea política del partido UCN, ya que su Director fue la persona principal dentro del partido. Ejemplo de esta afirmación se puede observar en el artículo que se publicó en Diario El Gráfico: cuyo título es "Vamos camino a salvar a Guatemala". (Diario El Gráfico: 1990 5).

En dicho artículo Jorge Carpio escribió que él era la mejor opción en las elecciones presidenciales de 1990 y que las demás opciones sólo son un fraude.

Hablando un poco de amplitud de prensa, en nuestro país el periódico Siglo XXI es el que posee una mayor influencia en este sentido, ya que ha demostrado ser más abierto a la diversidad de opciones, contrario a los periódicos tradicionales.

Criterios que van de una extrema derecha hasta un pensamiento de izquierda moderada o un pensamiento demócrata, Arce que lo hacía en las dos tendencias, ya sea por pensamientos de derecha e izquierda.

Ahora escriben Mario Carpio, que es de una tendencia social demócrata, Marta Altolaguirre que es de un pensamiento de derecha, también Lionel Toriello y el Dr. Julio Toriello que escriben con un pensamiento de derecha más abierta y Albizures que tiene un pensamiento orientado a los grupos populares.

De lo anteriormente descrito se puede señalar que: "La única posibilidad de alcanzar la objetividad informativa no es pretendiendo que seamos objetivas las personas, sino permitiendo mostrar todas las caras del poliedro social y poniendo al alcance del público todas las opiniones disponibles, las sumas de esas subjetividades sería lo más próximo a la objetividad que la sociedad demanda".

(Libertad de Prensa: 1990 85)

1.3 LO QUE EL LECTOR DE LOS ESTRATOS SOCIALES A,B Y C DE LA SOCIEDAD GUATEMALTECA ESPERAN DE LOS PERIODICOS.

Los estratos sociales A, B y C de la sociedad guatemalteca son grupos que regularmente pueden satisfacer sus necesidades básicas de vivienda, salud, alimentación, y recreación. (Ver cuadro de la página 5 del presente trabajo).

Estas clases son las que presentan mayor porcentaje de lectura de periódicos, según estudio realizado por una Empresa de mercadeo, (Aragón & Asociados).

Hasta hace algunas décadas podía hablarse del periódico como amo absoluto e indudablemente único medio másivo de transmisión de noticias. Con el correr del tiempo la radio y la televisión se convirtieron en medios masivos en la transmisión de noticias con mayor prontitud, lindante así con la simultaneidad. Las noticias hace algún tiempo atrás solo se conocían por la vía impresa; en nuestros días la misma noticia de prensa es transmitida por varios medios de comunicación a la vez.

El lector de prensa ésta ahora sujeto a desempeñar otros papeles; como ser un radioescucha, un televidente o un espectador de cine.

En la capital el lector de los diferentes periódicos, ya no espera de ellos la primicia noticiosa, sino el antecedente que le facilite la comprensión de las noticias que ya conoce por haberlas recibido através de la televisión o la radio.

Según la investigación realizada para este trabajo, como se puede observar en la sección de gráficas específicamente en el N. 5 los

lectores esperan de los periódicos información del acontecer nacional como internacional, conocer los puntos de vista de los columnistas que escriben en los medios escritos y esperan una buena presentación del periódico que compran.

El lector busca en los periódicos la confirmación de lo que ha visto en la televisión y de lo que escuchó en la radio, trata de comprender los mensajes, hacerlos suyos, tantas veces como lo requiera para entender mejor, reinterpretar, sacar conclusiones; tareas que no le permiten la fugacidad informativa de la radio y la televisión.

Cada medio impreso está forzado a cumplir con las expectativas de sus lectores regulares y tener en cuenta la de sus potenciales clientes.

Para lograr vender un periódico que trate todo tipo de temas, se requiere un público de interés universales o lectores acostumbrados a elegir mensajes de variadísimas temáticas y procedencias geográficas. Ahora en el caso de los periódicos de contenido limitado tanto geográfica como social, temáticamente, requiere también un público limitado en sus intereses informativos. El receptor del periódico, es como un conjunto de receptores interesados especialmente en un acceso fácil e inmediato al conocimiento de los sucesos producidos en el entorno.

En síntesis se puede decir que el lector espera de los periódicos en nuestra sociedad, el informarse en forma rápida y sencilla del acontecer diario nacional e internacional; el confirmar las noticias que vió en la televisión y que escuchó en la radio y el poder releer, lo que le interesa, así como leer la información ya interpretada, orientarse tanto nacional como internacionalmente.

1.3.1 PERFIL DEL LECTOR DE PERIODICOS CAPITALINOS

Según un estudio realizado por una empresa de mercadeo (Aragón & Asociados), el perfil del lector de periódicos capitalinos a 1993, es el siguiente:

La frecuencia de lectura del receptor capitalino es alta en un 60% de los casos.

Predominan los sectores masculinos en un 65% y el grupo femenino con un 35% de los lectores de los periódicos.

El nivel socioeconómico que posee un mayor porcentaje de lectura es el A, B y C con un 62% de los lectores.

Y el nivel socioeconómico que lee menos es el D con un 32%.

Con respecto al grupo de capitalinos que nunca lee los periódicos, las características son las siguientes:

Del total sólo un 27% tiene una frecuencia baja de lectura. En su mayoría son mujeres, adultas y de nivel socioeconómico más bajo del D.

RESUMEN DEL PERFIL DEL LECTOR CAPITALINO DE GUATEMALA.

sexo: predomina el sector masculino al femenino

edad: destacan los adultos a los jóvenes.

Nivel socioeconómico: la mayor lectura es el nivel A,B y C. y el de menor lectura es el D. *

El nivel de educación no fue tomado en cuenta en la investigación.

1.4 INTERPRETACION DE DATOS

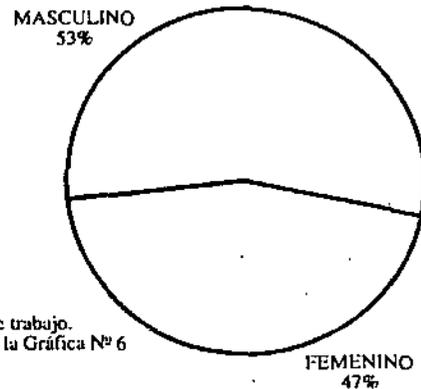
El trabajo de campo se realizó entre zonas de la capital de Guatemala. Siendo ellas 1, 9 y 10 y el análisis de los datos es de la variable descriptiva **EL PERIODICO SIGLO XXI UN MEDIO ACEPTADO POR UN DETERMINADO NUMERO DE LECTORES DE LA CAPITAL.**

Se escogieron las tres zonas antes mencionadas por estar dentro de estas zonas las clases socioeconómicas A, B y C. En tal sentido el porcentaje del muestreo fue de un 3% en los diferentes sectores.

Se recolectó información basada en 300 boletas de opinión, distribuidas en 100 boletas para cada zona.

En la gráfica número 1 se muestra que el 53% de los encuestados fueron del sexo masculino y el 47% restante del sexo femenino.

GRAFICA 1
SEXO

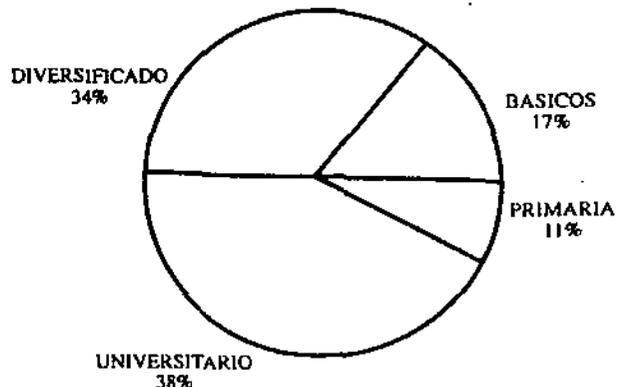


FUENTE GENERAL

Datos derivados de la investigación de campo del presente trabajo. Las gráficas se basan en un total de 300 casos; con excepción de la Gráfica Nº 6 que se basa en 123 casos.

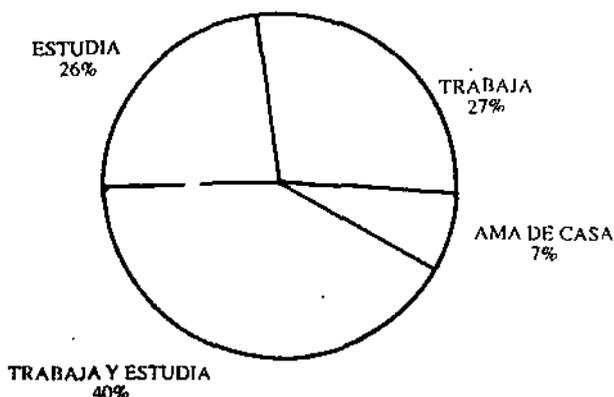
En la gráfica número 2 se muestra que la mayoría de los encuestados pertenecen al nivel de escolaridad alta, el 38% de los casos son de escolaridad universitaria, un 34% de escolaridad secundaria y con una educación primaria el 11%.

GRAFICA 2
GRADO DE ESCOLARIDAD



En la gráfica 3 se muestra que el 40% de las personas trabaja y estudia. El 27% trabajan, el 26% estudian y el 7% restante son amas de casa.

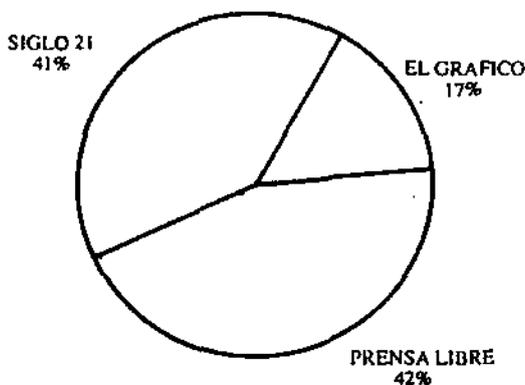
GRAFICA 3
OCUPACION



En la gráfica 4, en cuanto a la preferencia de periódicos Prensa Libre tiene una preferencia del 42%, Siglo XXI el 41% y el 17% restante prefieren Diario El Gráfico.

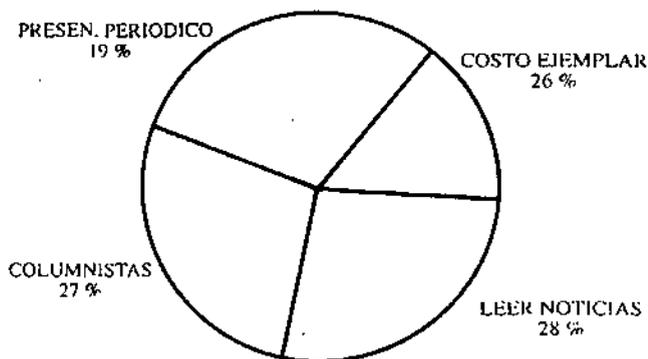
Siglo XXI tiene buena aceptación dentro del sector objeto de estudio, tomando en cuenta que su tiraje es menor, con relación a Prensa Libre, datos que se exponen ampliamente en el tema 2.3 (segundo capítulo de la presente investigación).

GRAFICA 4
PREFERENCIA DE PERIODICOS



En la gráfica 5 el 28% señaló que compra periódicos para leer las noticias nacionales e internacionales. El 27% para leer lo que escriben los columnistas en los periódicos. El 26% compra periódicos por el costo. Y el 19% por la presentación de los periódicos.

GRAFICA 5
Por qué prefieren comprar el periódico



Específicamente en esta gráfica se puede observar las razones del porqué el lector compra el periódico SIGLO XXI.

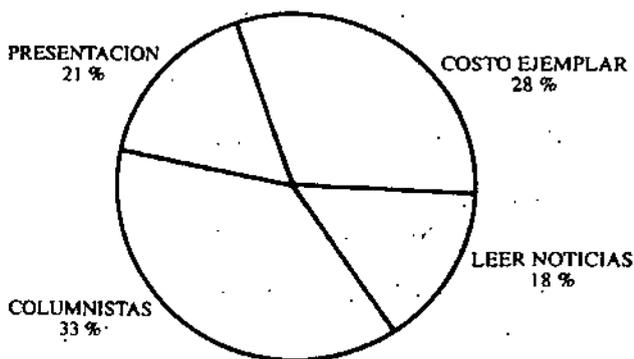
El presente estudio se basó en 300 boletas de opinión. De estos 300 casos 123 prefieren comprar el periódico Siglo XXI.

El 33% lo compra por los columnistas que escriben en él, el 28% por el costo del ejemplar. El 21% por la presentación que tiene el periódico. Y el 18% restante lo compra para leer diariamente el acontecer nacional e internacional.

Estos datos indican que la mayoría de lectores, prefieren comprar Siglo XXI, para leer la sección Opinión que es donde escriben los columnistas, esto es sinónimo de que son lectores con hábitos de lectura, y de cierto grado de intelectualidad.

Además les gusta comprarlo por la presentación del periódico (más ordenado que los tradicionales). Esto para una mejor comprensión de lectura por parte del lector los resultados confirman que los sectores A, B y C de los estratos sociales de la capital de Guatemala; son los que tienen la posibilidad de adquirir un periódico diariamente.

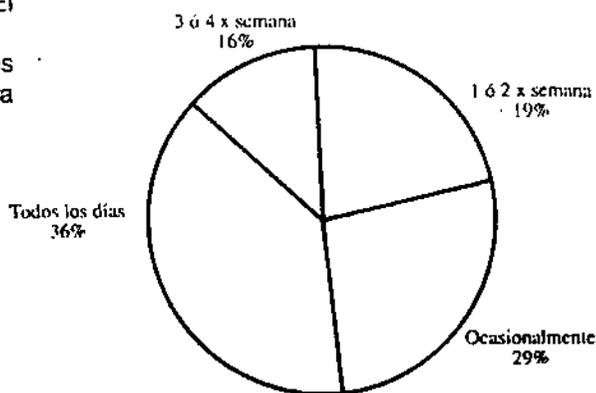
GRAFICA 6
Por qué el lector prefiere Siglo 21



GRAFICA 7

Frecuencia de compra del periódico

En esta gráfica se muestra que la mayoría de los encuestados compra el periódico todos los días con un 36%. El 24% lo compra ocasionalmente. El 19% compra el periódico 1 ó 2 veces por semana. Y el 16% restante lo compra 3 ó 4 veces por semana.



Hoy en día el periódico se ha convertido en un medio de comunicación escrito para las clases A, B y C de la sociedad; este fenómeno se debe básicamente al problema del orden económico que está atravesando la mayor parte de la sociedad guatemalteca. Comprar el periódico a diario para las clases donde el dinero apenas alcanza para cubrir gastos básicos, de vivienda, alimentación y algunos casos educación sería un lujo.

GRAFICA 8

EL PERIÓDICO CUMPLE O NO SUS FUNCIONES

En esta gráfica se observa un dato importante dentro de esta investigación el cual es si el periódico cumple o no con funciones de orientar e informar al lector. El 63% de los casos opinó que el periódico sí cumple con dichas funciones dentro de estas opiniones se puede mencionar: Que es un medio efectivo de comunicación.

Informa a la población del acontecer nacional e internacional.

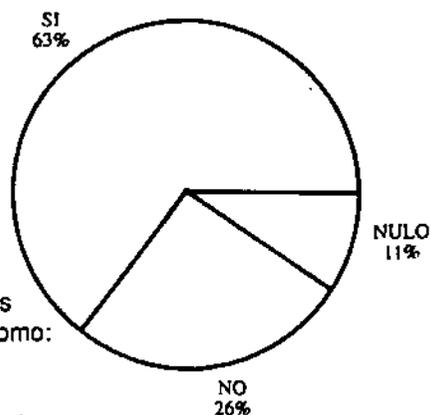
Contiene temas de interés nacional

Y el 26% mencionó que el periódico no cumple con las funciones de informar y orientar al lector, opiniones como:

Distorsionan las noticias.

Desorientan a la población.

Y algunas veces el periódico es manipulado por diferentes sectores del país. Y por último el 11% de los casos dejó en blanco la boleta de opinión.

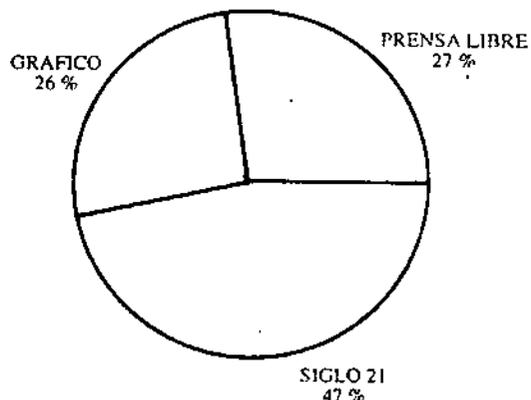


GRAFICA 9
PERIODICO DE MEJOR IMPRESTON

En esta gráfica se observa el nivel de medición de impresión a juicio del lector, que en este caso fue la muestra del trabajo.

El 47% opinó que Siglo XXI tiene la mejor impresión.

El 27% mencionó Prensa Libre. Y el 26% opinó que Diario El Gráfico tiene buena impresión.



Globalmente se puede señalar que la investigación de campo, donde se utilizó una boleta de encuesta, el periódico que prefiere el lector es Prensa Libre; luego Siglo XXI y después Diario El Gráfico. El periódico en general es comprado para leer noticias y para saber en general que escriben sus columnistas.

El periódico Siglo XXI, específicamente es comprado, para leer lo que escriben sus columnistas y por el costo del ejemplar. La mayor parte de los encuestados, sí creen que el periódico cumple con las funciones de informar y algunas veces de orientar a la población.

Como un dato complementario, se puede mencionar que el periódico que actualmente tiene la mejor impresión en general, es el periódico Siglo XXI; esto se pudo observar durante la visita que se realizó al mismo.

Las tintas que se utilizan en su impresión, son más finas que las que utilizan otros periódicos. La tinta que utiliza Siglo XXI por su calidad hace que se impregne mejor en el papel y no tan fácil al pasar las páginas, las manos quedaban manchadas de tinta.

El periódico Siglo XXI lo que utiliza para su impresión es una prensa planá que se emplea para litografía, esto hace que el punto en la impresión sea más fino y no como en una rotativa donde el punto es más grueso y los colores cuesta guardarlos.

Ejemplo:

Suplemento para la mujer "NOSOTRAS".

(Siglo XXI 31 de Mayo 1991).

Suplemento Especial "Día de la Madre".

(Siglo XXI Mayo 1991 1).

1.5 LA PRENSA COMO MEDIO DE PUBLICIDAD.

Anunciantes, publicistas individuales a través de agencias de publicidad, han encontrado en la prensa escrita el camino y vehículo apropiados, para llevar diversos mensajes a potenciales clientes. Hay que comprender que ningún medio es suficiente, por sí solo, para llegar a todos los potenciales clientes, lo que hace necesario una adecuada distribución de los medios de comunicación social.

Los periódicos tienen lectores con diferentes intereses: sociales, culturales, económicos, políticos e ideológicos. Como todo medio de comunicación tiene sus ventajas y desventajas, a continuación se enumeran las correspondientes a la prensa escrita.

VENTAJAS DEL PERIODICO, COMO MEDIO PUBLICITARIO.

1. Efectividad Geográfica.

Se puede colocar publicidad en los periódicos de determinadas localidades, a donde se desee llegar en particular.

2. Confianza en un mensaje escrito.

El anuncio impreso permite al lector tomar un tiempo necesario leerlo y volverlo hacer sí así lo desea, varias veces.

3. Flexibilidad.

El anunciante puede alcanzar un resultado tan frecuente como desee. Los textos pueden colocarse en una posición y cambiarse, si el cliente lo desea, antes de la impresión del periódico.

4. El lector controla la exposición.

El lector lee detenidamente el periódico, no tiene prisa por que pasar apuros. El lector tiene la facilidad de leer cuantas veces quiera la noticia en el periódico. De esta forma podrá tener una mejor comprensión de la misma, debido a que es un medio donde las noticias pueden ser descritas en todo el sentido de la palabra, y puede ser conservado por mucho tiempo.

Mientras que la televisión y la radio son medios que difunden noticias en base al tiempo, por ejemplo en televisión Noti 7 (noticiero de canal 7) tiene una duración de una hora, en radio el Independiente (noticiero de radio Nuevo Mundo) una hora, Patrullaje Informativo (noticiero de Emisoras Unidas) una hora.

De esta forma el oyente no tiene la facilidad de percibir las noticias que le interesan, ya que son transmitidas en forma rápida.

5. Información detallada.

Se puede transmitir una noticia con lujo de detalles, para que el lector pueda comprender de la mejor forma lo que sucede. Un ejemplo de este punto puede ser el punto 4. (párrafo antes mencionado).

En la medida en que el periódico, cuenta con varias ventajas también presenta ciertas desventajas:

1. Corta vida.

El Ejemplar de periódico, con varios días de atraso se considera obsoleto. En los periódicos, la producción de cada día, es completamente nueva.

2. Lectura rápida.

Un Lector corriente de un periódico, le dedica de 20 a 30 minutos diarios a leer.

3. Mala reproducción.

Aunque las técnicas de impresión han mejorado notablemente, en la actualidad el periódico por la clase del papel que utiliza, ocupa un lugar muy inferior al de otros medios, como la revista.

La prensa moderna es un medio sorprendente, que tiene una amplia cobertura, después de la radio tiene la facilidad de penetrar en los lugares mas recónditos del país.(Departamentos muy lejos). La mayoría de la población adulta, de los sectores A y B de nuestro país, leen el periódico diariamente. El anunciante debe tener en cuenta la profundidad de la lectura, ya que sta acrecienta las oportunidades de ver un anuncio en particular.

Por otra parte la publicidad en la prensa escrita, es una de las más usadas y buscadas a diario. Aparte del número de lectores de un solo anuncio, el periódico es también un medio excelente para obtener alcance en sus diferentes secciones: económico, político, deportivo y otros.

Por ejemplo, la publicidad de X producto es anunciado en un determinado periódico; este producto puede darse a conocer a miles de posibles consumidores, y de esta forma penetrar en los lectores, para una posible compra del producto. La publicidad dentro de la prensa escrita juega un papel importante; ya que ésta necesita de ella para anunciarse y los periódicos necesitan de la publicidad para ese sostén financiero.

La publicidad, dentro de cualquier medio escrito, es una pieza fundamental para que este pueda mantenerse vigente. La venta de anuncios o la venta de un paquete de anuncios, representa para un periódico el ingreso de una buena cantidad de dinero que en determinado momento hace que la empresa periodística logre mantenerse económicamente estable. Un caso palpable de lo anterior, son los periódicos Prensa Libre y Diario El Gráfico.

Prensa Libre maneja un 80% por ciento de publicidad y Diario el Gráfico un 65% por ciento.

Hasta que en nuestro país, la prensa escrita no cambie el sistema que tiene, de vender más publicidad que información, la prensa no será más que una guía de anuncios y para Guatemala que es un país en vías de desarrollo ese papel no le conviene. La Prensa escrita tiene que ser un medio que informe al lector sin deformar los acontecimientos y además tendrá que servir de orientación en cualquier tema que se desarrolle analice y comente.

Para lograr esto los periódicos tradicionales tendrán que buscar un mejor balance entre publicidad e información como lo hace Siglo XXI,

CAPITULO I I
EL PERIODICO
SIGLO XXI

EL PERIODICO SIGLO XXI

**2.1 ANALISIS COMPARATIVO DEL PERIODICO SIGLO XXI, ANTE
LOS PERIODICOS PRENSA LIBRE Y GRAFICO.**

PRENSA LIBRE

Gerente General Pedro Julio García.

Director: Alvaro Contreras Vélez

Hasta el 19 de Agosto de 1992, ya que luego
quedó así:

Presidente : Pedro Julio García y

Vicepresidente Alvaro Contreras Vélez.

Fundado: En el año de 1951.

Tiraje: De 65,000 a 71,000 ejemplares diarios
aproximadamente.

No. de Páginas 117 promedio diario.

Aparición: Matutino.

Cobertura: Capital y varias cabeceras
departamentales.(*)

(*)No se pudo completar por falta de información del periódico.

Corresponsales: En casi todos los departamentos.

Corresponsalía gratuita, pocas veces se paga a los corresponsales.

Contenido:

10% grupos-partidos políticos de la derecha (MLN).

7% opiniones, comunicados del CACIF.

13% opiniones, comunicados del gobierno.

80% de publicidad.

Del 100% de información, un 5% proviene de los departamentos.

Salario de Periodistas:

Q 900.00 a Q 1,300 depende de la calificación del periodista.

Características:

Línea editorial: conservadora.

Mala diagramación e impresión.

Defensores de la libre empresa y del CACIF. Al mencionar que el periódico es Amarillista, referirse al ejemplo: "Corto circuito causa incendio en Procesión".

(Prensa Libre: 1992 1).

Al mencionar la mala diagramación referirse al ejemplo: Artículo "Roosevelt".

(Prensa Libre: 1992 18).

Profesionalidad ó Capacidad: La gran mayoría de los periodistas sólo termino la secundaria. Cada año unos periodistas participan en un seminario sobre temas específicos. Y algunas bacas para estudiar en la Florida, Estados Unidos. La mayoría son ímpiricos. sólo de esa forma la prensa podrá contribuir al desarrollo de nuestra sociedad, de lo contrario los periódicos seguirán siendo un buen negocio publicitario.

CRONOLOGIA DE PRENSA LIBRE.

El 20 de Agosto de 1951, se editó el primer ejemplar de Prensa Libre, su titular principal decía "Alarmante consumo de drogas". Tres años más tarde, en 1954, empezó a circular como periódico matutino, y el tamaño semitabloide se convirtió en tabloide.

El periódico empezó a trabajar con una máquina Lee, apodada "Huracán". El 31 de agosto de 1953, empezó a imprimirse en una prensa plana Duplex, con esta se lograban grabar ediciones del 16 a 24 páginas de un solo tiro.

El 31 de Septiembre de 1956, empezó a funcionar en Prensa Libre, una rotativa Hoe, comprado al Diario La Nación de Costa Rica, que permitió hacer ediciones de 32 páginas de un solo tiro. El 31 de Agosto de 1963, se estrenó la rotativa que edita un promedio de 50,000 ejemplares diarios una Goss con capacidad de 96 páginas de un solo tiro. En 1968 y 1971, se le agregaron unidades de color.

En Agosto de 1978, empezó a funcionar una máquina Goss Urbaite de 8 unidades, de las que una es tricolor y la otra doble una encima de la otra. Su capacidad es de 128 páginas de un solo tiro en blanco y negro; en color, los tiros dependen de la capacidad de colores que hayan que imprimir.

Esta rotativa, usada hasta la fecha, edita un promedio de 65,000 a 71,000 ejemplares diarios, con la ayuda de una impresora Harris que imprime 1,500 ejemplares por hora Periódico

DIARIO EL GRAFICO.

Director: Jorge Carpio Nicolle. (+)

Asesinado en 1993.

Fundado: En 1963.

Tiraje: 30,000 a 45,000 ejemplares Aproximado.

No. Páginas al día: 89 promedio.

Aparición: Matutino.

Cobertura: Capital y mayoría de cabeceras departamentales.(*).

(*)Información de los departamentos incompleta por falta de información del periódico.

Contenido:

10% de opiniones, comunicados del CACIF o grupos políticos de la derecha (MLN).

10% opiniones o comunicados del gobierno.

5% de opiniones, comunicados del gobierno o partidos de la izquierda.

Del 100% de información un 5% proviene de los departamentos.

Salario para los periodistas: Q 500 a Q 600 mensuales.

Y los más calificados pueden ganar hasta Q 1,200 al mes.

Características: El periódico formó parte del afán de Jorge Carpio Nicolle de querer llegar a ser presidente, con su partido UCN, por ello se aprovechan muchas noticias para convertirlas en propaganda para la UCN y Jorge Carpio. Amarillista.

Diagramación atractiva, buena impresión.

Mal sueldo para los redactores.

Al mencionar que el periódico Diario El Gráfico formó parte del afán de Jorge Carpio de querer llegar a ser presidente de la República de Guatemala; véase en el artículo "Vamos camino a salvar a Guatemala".

(Diario El Gráfico: 1990 5).

En este artículo se presentan las formas en que el partido político UCN cuando llegue a la presidencia, va a mejorar los problemas socioeconómicos del país. Con este titular, el tratamiento de la misma es en forma tendenciosa, hacía un partido político en particular y un medio de comunicación totalmente a su favor. Profesionalidad y Capacitación: La gran mayoría solo terminó la secundaria

Algunos periodistas participan en seminarios sobre temas específicos Algunos consiguen becas para el estado de la Universidad de la Florida, Miami (Estados Unidos).

CRONOLOGIA DE DIARIO EL GRAFICO.

El 15 de abril de 1961, sale el primer ejemplar del Gráfico Deportivo editado en una vieja prensa plana. Originalmente

semanario, poco después se convirtió en bisemanario. El 6 de septiembre de 1962, sale la primera edición Gráfico de Jueves, semanario de información política y general.

El 19 de julio de 1963, aparece el primer ejemplar de Diario el Gráfico, su titular, "Me robaron a mi hijita", el mismo día se convierte el Gráfico en el primer periódico en utilizar el sistema de rotograbado; también a nivel de Centroamérica.

Esta máquina tan poderosa llegó a producir dos periódicos diferentes, uno matutino, El Gráfico y otro vespertino La Tarde. Fueron los primeros en introducir la carátula a todo color, esto ocurrió el 1o. de mayo de 1970. Presentando los tres candidatos a la presidencia de la República: en su orden, Carlos Manuel Arana Osorio, Mario Fuentes Peruccini y Jorge Lucas Caballeros.

El 7 de enero de 1965 aparece por primera vez la Extra, su titular: "Dos pilotos se escapan de Managua en avioneta". Fue la primera edición vespertina de la Cia. Editora el Gráfico y Distribuidora El Gráfico Sociedad Anónima. El 19 de julio de 1969, inicia el tiraje del periódico en una rotativa Gross Urbaite con el sistema Offset. El 7 de febrero de 1970 fueron los primeros en emplear la fotografía a todo color en la sección deportiva, haciendo referencia al partido de futbol entre Municipal y Cementos Novella. El 3 de junio de 1970, reaparece El Gráfico Deportivo, en su segunda época, en ocasión de celebrarse el campeonato mundial de futbol en la ciudad de México. El 27 de agosto de 1970, aparece el primer ejemplar de La Tarde, diario vespertino. El 11 de octubre de 1977 se obtuvieron las primeras fotos enviadas por radio a través de la agencia AP.

Correspondiente al juego de futbol entre los Dodgers de los Angeles y los Phillies de Filadelfia.

Diario El Gráfico es el primero en publicar suplementos propios, no impresos en el extranjero, sino en la redacción de El Gráfico. Suplemento Turístico circuló por primera vez el 11 de octubre de 1979, con una página a todo color de Tikal. El Suplemento Mujer, lo hizo el 5 de diciembre de 1979, siendo este a todo color.

El Suplemento Económico, nació el 19 de agosto, El Suplemento Agrícola juntamente con jóvenes nacieron el 30 de agosto de 1980. Diario El Gráfico ha introducido una serie de innovaciones a través de los años. Lo cual ha contribuido a los cambios de la publicidad moderna de nuestro país.

NOTA DE ACLARACION.

Los datos cronológicos, que han sido mencionados del periódico El Gráfico anteriormente, son los únicos que el periódico, permitió dar a conocer.

El Gráfico es una empresa periodística, que dice ser "Su periódico amigo y el número uno". pero tal parece ser, que sólo son frases publicitarias (lfricanas). Es una empresa burocrática, desconfiada de proporcionar información para fines netamente académicos, que a la larga es un beneficio para ellos. Ya que cuando algún estudiante, desea información para realizar cualquier información, los empleados no proporcionan la información deseada y esto perjudica porque lo que se trata es de mejorar, el periodismo nacional. lástima, que en Guatemala se niegue al estudiante de cualquier nivel, la información que solicita, porque de esa manera los trabajos de

investigación no pueden ejecutarse como el estudiante y la ciencia lo requieren. Por esta razón, no se completaron los datos cronológicos más recientes del periódico Diario El Gráfico.

SIGLO XXI.

Siglo XXI nace en 1990, "Con el único propósito de servir a Guatemala como un medio de comunicación escrito, que informe y oriente a la sociedad" (*)

(*)Según uno de los principios de este medio.

Inicia su labor en una situación favorable que garantiza su consolidación. Por su parte Diario el Gráfico realiza una masiva politización de sus páginas, apoyando a su director en la lucha para alcanzar la presidencia de la República de Guatemala. De esta forma deja de ser un medio de información en todo el sentido de la palabra, y pasa a ser un periódico de divulgación política del partido al cual perteneció Jorge Carpio.

Por su parte Prensa Libre, se ha convertido en una guía de anuncios, manejando un 80% de publicidad, y dejando de ser un periódico informativo para el lector de la capital de Guatemala. Al mencionar la situación favorable, del inicio del periódico Siglo XXI, me refiero al espacio informativo que ha dejado el periódico El Gráfico, por la situación antes explicada.

2.2 Análisis del Periódico Siglo XXI.

SIGLO XXI

Presidente: José Rubén Zamora.

Fundado: 1990.

Tiraje: 25,000 a 30,000 ejemplares promedio (*)

(*) Este dato se basa hasta Julio de 1991.

Pero un dato más reciente es de 48,533 ejemplares promedio por día a Octubre de 1992.

No. de Páginas: 60 promedio diario.

Aparición: Matutino.

Cobertura: Capital y casi todas las cabeceras departamentales.

Los datos de los departamentos no se pudo completar, por falta de información del periódico.

Corresponsales: En algunos departamentos la corresponsalía es gratuita, pocas veces se les paga a los corresponsales.

Contenido:

20% grupos ó grupos políticos de la derecha (MLN)

25% opiniones, comunicados del CACIF.

15% opiniones, comunicados del gobierno.

40% de publicidad.

Del 100% de la información, un 3% proviene de los departamentos.

Salario para los Periodistas: Q 1,500 promedio.

Características: Línea editorial definida por grupos del sector privado, defensores aparentemente de la libre expresión y del CACIF.

Amarillista.

Excelente diagramación e imprenta.

La empresa ofrece los mejores sueldos a sus reporteros a nivel nacional.

Al mencionar la excelente diagramación o impresión, tomar en cuenta los ejemplos que aparecen en el periódico Siglo XXI. Y también como ejemplo de impresión a todo color, tomar como ejemplo el Suplemento "Día de la Madre"

(Siglo XXI: Suplemento Especial 1991).

Profesionalidad y Capacitación: Por los altos salarios un poco mejor que los demás, el periódico ha podido atraer a muchos periodistas de alta profesionalidad. Cada año algunos de sus periodistas de dicho periódico participan en un seminario de temas específicos.

Existe la posibilidad de una beca para la Universidad Internacional de la Florida, Estados Unidos.

El crecimiento de los periódicos tradicionales (Prensa Libre y Diario El Gráfico), ha sido acelerados; siendo Prensa Libre la primera que edita sus ejemplares en 1951 y Diario El Gráfico 12 años más tarde, en 1963. Sin embargo, El Gráfico se convierte en el primero en usar el sistema de rotograbado, carátula de periódico a todo color, fotografías a color, con esto El Gráfico ha tratado de ser un medio con innovaciones.

El Gráfico en su presentación tipográfica es una copia del USA TODAY, desde su logo hasta la colocación de las secciones y colores.

Prensa Libre por su parte, por la cantidad de los anuncios no le permite tener un estilo definido. El crecimiento, en cuanto al tiraje de sus ejemplares, ha ido creciendo de acuerdo a la capacidad de las máquinas que cada uno de los periódicos ha ido adquiriendo con el tiempo y a su demanda de lectores.

Siglo XXI presentó un crecimiento un poco más lento, por falta de rotativa propia, pero que pronto éste dejó de ser un obstáculo. Todo medio de comunicación, sirve a los intereses de los grupos que detentan el poder. Se defiende el libre juego de mercado como la manera más sana de sacar al país de la crisis económica, toleró, hasta cierto punto, la participación de sectores que se oponen a esos objetivos. Siglo XXI como todo medio de comunicación presenta ventajas y desventajas ante los periódicos ya existentes de Guatemala antes mencionados.

VENTAJAS

- * No está sesgado ni en religión, política u otra índole.
- * Presentación de noticias (Forma).
- * Cuenta con una buena impresión.
- * Equilibrio de opiniones.
- * Buena presentación tipográfica.
- * Mercado bien definido.

DESVANTAJAS

- * Limitación en color, paginajes y circulación.

De las ventajas y desventajas que mencionamos de Siglo XXI ante los demás periódicos se puede realizar una breve relación.

Siglo XXI no está sesgado en la información que brinda tanto en religión y política; no así como se encuentra Diario El Gráfico en el período de las elecciones presidenciales de Noviembre de 1990 y Enero de 1991 en que el periódico fué utilizado por su director como vehículo publicitario en favor del partido político UCN.

En la presentación de noticias Siglo XXI, selecciona sus noticias, y no como Prensa Libre y Diario El Gráfico que sobrecargan sus páginas de noticias con tal de imprimir la mayor cantidad. Siglo XXI en la diagramación presenta sus noticias escritas en una misma página sea que no tiene saltos de página; mientras que Prensa Libre sí tiene saltos de página, lo cual hace perder la continuidad de la lectura. Un ejemplo de lo anterior, se observa en el siguiente párrafo.

"Eligen Magistrados de la Corte Suprema de Justicia".

Nuevamente fueron presentados los candidatos de la UCN DC, siendo ellos: Aura Leticia Morales Moscoso, Benjamín Rivas Barato, Justo Pérez Vásquez, Romeo Alvarado Polanco y René

- Pasa a la página 62 - (*)

(*) (Prensa Libre: 1992 4).

Por otra parte Siglo XXI, presenta una diagramación clara, todo lo contrario con Prensa Libre y Diario El Gráfico que por la cantidad de anuncios que imprimen no tiene una adecuada diagramación que haga verse como periódicos limpios en su diagramación. La diagramación y

la presentación del periódico siglo XXI se trabajada en una red de COMPUTADORAS MACINTOSH, que lo hace ser un medio impreso de avanzada tecnología, contrario a los ya existentes que utilizan la computadora sólo en casos esporádicos. Especialmente en donde hay gráficas.

En cuanto al equilibrio de opiniones, Siglo XXI presenta una variedad en su sección de Opinión, mostrándole al lector el acontecer de nuestra sociedad en una forma más abierta; por su parte Diario El Gráfico, su tendencia periodística es dentro de la línea del partido UCN, esto quiere decir que el periódico difícilmente va a aceptar columnistas que estén en desacuerdo con las políticas del partido UCN, cuyo principal líder era el director del periódico, Jorge Carpio Nicolle (+).

Esto indica que su línea periodística es reducida.

En lo que se refiere al mercado, Siglo XXI lo tiene definido fundamentalmente en las personas mayores de 15 años de los niveles A, B, C de la sociedad guatemalteca. El periódico se identifica con las personas de buen hábito de lectura ya que prefieren las secciones de comentario, especial y donde escriben los columnistas que es opinión.

Mientras que los periódicos antiguos tienen un mercado más general por la cantidad de publicidad que es impresa en sus páginas, de esa forma su mercado no se puede concretar en algo especial.

Analizando lo que son desventajas, los periódicos ya existentes en ese campo si tiene una ventaja, tomando en cuenta el tiempo que llevan en el mercado periodístico.

Es la mejor presentación del periódico Siglo XXI, su diagramación. Se ha caracterizado por una diagramación limpia, libre de adornos y agradable a la lectura "Es un modelo de periódico europeo en su formato, evitando el abuso de grafismo, por ejemplo no se utilizan invertidos, pantallas en colores, etc."

(Archivo Siglo XXI: 1992).

Siglo XXI le da un lugar destacado a la información analítica que complementa la información surgida día a día. Este se ha destacado por proporcionar al lector informaciones internacionales, puntos de vista diferentes a los que se encuentran en otros medios. Un ejemplo claro de este trabajo se vió durante la guerra del Golfo Pérsico, donde todos los días se daba una página para el acontecimiento más destacado de la guerra; y se acompañaba de los puntos de vista iraquís y norteamericano, tratando de mantener el balance y la independencia de criterio con relación a las agencias internacionales. "No solo durante la guerra sino después de un año se dan datos para la historia" .

(Siglo XXI: 1992 19-22).

Un dato importante de mencionar en los diferentes periódicos es el porcentaje de publicidad que manejan. Para Prensa Libre y el Gráfico, la información es solamente un gancho para vender publicidad a los

lectores; Prensa Libre vende un 80% de publicidad y el resto destinado a fines periodísticos. Diario el Gráfico vende un 65% de publicidad y el resto para fines periodísticos. Mientras que Siglo XXI mantiene un equilibrio entre publicidad e información.

2.3 Reseña Histórica del periódico Siglo XXI.

Los medios de comunicación social de los próximos años deben ser instrumentos que contribuyan al desarrollo pleno de todos los pueblos del mundo. Es importante que los guatemaltecos estén cada día informados, de la mejor manera, de nuestra realidad y de nuestros problemas. Para que de esa forma podamos entenderlos con mayor criterio e indudablemente, resolverlos.

En tal sentido, "Corporación de Noticias S.A., inicia la publicación de Siglo XXI, con el único y supremo propósito de servir a Guatemala, con la convicción de que Guatemala somos todos".

(Archivo Siglo XXI 1992).

Esto será en la medida en que este periódico pueda abrir sus puertas tanto a periodistas de cualquier pensamiento ideológico, como a toda persona que quiera expresar su pensamiento en sus páginas. Y por consiguiente, que cumpla con las funciones de un medio de comunicación escrito, como lo son las de informar, analizar y por sobre todo que sea orientador del lector. El periódico tiene la misión de informar, analizar y orientar a la población en cualquier artículo

de interés para los lectores pero en los últimos años, se ha podido observar que la prensa es un medio de comunicación social que ha sido utilizado para transmitir publicidad en un gran porcentaje. Esto puede observarse en los periódicos tradicionales Prensa Libre y Diario el Gráfico.

Por consiguiente Siglo XXI, de alguna manera quiere realizar el papel de medio de comunicación escrito que contribuya a la orientación y desarrollo del lector aportando al mismo, artículos de interés nacional, y del acontecer diario del mundo. "De esta forma Siglo XXI, se constituye en un medio de comunicación veraz, objetivo, dispuesto a publicar en sus páginas la información y opinión de todos los sectores de la sociedad".

(Archivo Siglo XXI: 1992).

Con la inclusión en sus páginas de información y opinión de una forma objetiva de los sectores de nuestra sociedad de alguna forma lo ha logrado. Y también ha mantenido un equilibrio entre información y publicidad, que se publica a diario.

El cual es del 40% de publicidad y 60% de información. Y sobre todo mantiene un amplio juego de opiniones, donde escriben personas de diferentes tendencias ideológicas, como se puede observar en la sección de opinión del periódico Siglo XXI.

Siglo XXI ha nacido en un momento difícil cuando la situación económica, política y social, están creando crisis en la población guatemalteca. El Presidente de Corporación de Noticias, Sociedad Anónima, José Rubén Zamora, cuenta que el proyecto tuvo dos etapas,

la primera fue un fracaso, donde se cerraron operaciones en 1989. Luego nace la idea de imprimir el periódico con el señor Julio Piedrasanta, esto era casi imposible porque su maquinaria es pequeña pero había una escasa posibilidad de impresión.

La única condición que habría era restricción en color aún así tomando en cuenta que la mayoría de periódicos del mundo son en blanco y negro, se dió marcha a la impresión de Siglo XXI. En Guatemala ha sido difícil que un medio impreso pueda mantenerse por muchos años, desaparecen por diferentes presiones o factores. En el caso de las diferentes presiones que se han dado en nuestro país, se puede tomar como ejemplo el período de 1978 a 1985.

El Diario La Hora con fecha 1-09-1986 mencionó que fueron asesinados 47 periodistas, en su mayoría de radio. **"Hasta 1983, un promedio de 100 periodistas han abandonado el país debido ha amenazas de muerte". Tribunal permanente de los pueblos, sesión sobre Guatemala.**

Madrid: 1983 27 - 31.

Entre los ataques a los diferentes medios, que se dieron en el tiempo que se mencionó en el párrafo anterior, se pueden mencionar:

Diario El Gráfico fué atacado por hombres armados cuatro veces en sólo cuatro meses del año 1979.

El periódico Nuevo Diario fundado en 1978, sufrió ataques en sus oficinas, fué ametrallado el 5 de Octubre de 1978. En las sedes de la radio Nuevo Mundo y radio Sensación fueron colocadas bombas en Octubre de 1978 y luego en Abril de 1979.

El 31 de junio de 1982, fue secuestrado por el Partido Guatemalteco del Trabajo (PGT) Alvaro Contreras Vélez Director propietario del periódico Prensa Libre quién fué liberado posteriormente. Todo este tiempo de represión solamente lo sobrevivieron los medios conservadores de modo que no perdieron el apoyo del sector económicamente poderoso.

Por lo tanto para Siglo XXI, es una ardua tarea el mantenerse dentro de los medios escritos, tendrá que soportar presiones y críticas, de las cuales la mayoría sólo sirven para destruir y no para construir. "Una de las metas del periódico es llenar el vacío informativo y noticioso que en la actualidad dejan los periódicos existentes".
(Siglo XXI: 1990 3).

Para lo cual será importante mantener el equilibrio noticioso y publicitario; 40% de publicidad y 60% de información. Con esto se trata de informar al lector orientándolo sobre la situación nacional e internacional más que vender publicidad. De esa forma los inversionistas del proyecto Siglo XXI quieren mostrar que es un medio de comunicación social veraz, objetivo, equilibrado y ecuánime.

Así también este periódico cuenta con la tecnología más avanzada del medio periodístico. Por eso es importante que todos los medios de comunicación estén al día, en los avances tecnológicos a nivel mundial, esto contribuirá a la perfección de los mismos.

La prensa ha tenido un desarrollo de acuerdo a la evolución de la tecnología en Guatemala en los últimos años.

Siglo XXI no escapa a ello, cuenta con un equipo de computadoras Macintosh, las cuales cuentan con los programas más completos que lo hace diferente a los tradicionales, por su utilidad, ya sea en la presentación del mismo como en los diferentes Suplementos a la vez. Mostrando una diagramación más ordenada y limpia, esto para una mejor comprensión de lectura para el lector.

De esta forma, se convierte inevitablemente en un vehículo de cultura de actualidad.

2.4 Hemerografía registral del periódico Siglo XXI.

Registro de Identificación.

Nombre del periódico:

Siglo Veintiuno.

Identificación que acompaña al periódico:

La noticia en blanco y negro.

Indicaciones Administrativas.

Director: Mauricio Barrera.

Gerente General: Edgar Díaz Alonzo.

Sede Administrativa: 7 avenida 11-63, zona 9.

Edificio Galerías España 6o nivel.

Periodicidad: Diaria, incluyendo domingos.

Momento de aparición: Matutino.

Fecha de primer número: 1 de Marzo de 1990.

Tiraje: 48,533 ejemplares promedio .(Octubre 1992).

Formato del periódico: 8 columnas de ancho por 14 pulgadas de alto.

Valor Capital: Q o.75 Departamento: Q o.80.

Número de páginas: 40 páginas más suplementos y secciones.

Número de columnas: 8 columnas por 14 pulgadas.

Nombre y dirección del impresor: Centro Impresor Piedra Santa

7a. avenida 4-45, zona 1 (Hasta la fecha).

Zona cubierta en cada publicación: Ciudad Capital y departamentos.

Idioma en que se publica: Español.

Características excepcionales en la vida del periódico.

Se inició con un tiraje de 6,000 el 1 de Marzo de 1990. En Noviembre del mismo año el tiraje era de 18,000. El 19 de Febrero de 1991 el tiraje es de 25,000 ejemplares.

La maquinaria con que se imprime actualmente ha llegado a su límite. Compró su propia rotativa la cual se instaló entre el mes de Abril y Mayo de 1992 con lo que espera estar rompiendo con las limitaciones que tenía, las cuales eran circulación restringida y solamente un color adicional. (*)

(*) Los datos de la Hemerografía registral del periódico Siglo XXI, fueron tomados del archivo del periódico Siglo XXI.

Es importante aclarar que cuando se menciona "Periódicos Tradicionales", se refiere a Prensa Libre y Diario el Gráfico, los cuales son periódicos ya existentes desde hace 43 años y 31 años respectivamente.

LOS DATOS DE ESTA INVESTIGACION ESTAN ACTUALIZADOS HASTA FINALES DE 1992. Con excepción de algunos datos hasta 1993.

2.5 Contenido del periódico Siglo XXI.

Siglo XXI, es un periódico que nació el 1 de Marzo de 1990, cuenta con los últimos avances tecnológicos de la informática al servicio del periodismo.

El periódico Siglo XXI portador de la noticia en blanco y negro, cuenta con diferentes secciones tales como: Sumario, Opinión, Nacionales, Internacionales, Deportes y Guía 21 (Cultural). Cada una de ellas tiene un jefe, el cual está capacitado para realizar el puesto que desempeña y además tienen personal que lo soportan en cada sección, todas las secciones reciben el apoyo de fuentes de información establecidos, ya sea nacionales como internacionales.

Dentro de estos servicios noticiosos están: **REUTER, NOTIMEX, IPS, ALASEI, ACANEFÉ, ACEN-SIAG, CERIGUA.**

Entre sus principales escritores están Marta Altolaguirre, Mario Carpio Nicolle, Julio Benjamín Sultán, Lionel Toriello, Dr. Julio Toriello, Miguel Ángel Albizures; entre otros.

La mayoría de los escritores antes mencionados escriben sus artículos en la sección opinión, donde también es publicado el

caricaturista del periódico Siglo XXI FILOCHOFO. Filochofo caricaturista de Siglo XXI, describe diariamente a los lectores, con sano humorismo, los aspectos relevantes de la actualidad Nacional e Internacional. Al mencionar los principales columnistas del periódico Siglo XXI, tomar como ejemplo :

(Periódico Siglo XXI: 1991 8-9).

Este es un ejemplo en el que se muestran en las páginas, la diagramación, impresión, se muestra a Filochofo y la forma en que escriben los columnistas del periódico Siglo XXI.

Además de las diferentes secciones cuenta con suplementos como Pulso, Económico y Financiero, publicado los días martes. Suplemento Nosotras el cual es femenino publicado los días jueves. Suplemento Momento que es político, publicado los días domingo. Y el Suplemento Punto 10, publicado los días Martes, el cual es de Deportes; adicionalmente en las publicaciones diarias se agrega un Suplemento de Deportes.

En Octubre de 1991, se inició la publicación de la Revista Infantil CARRUSEL, que es incluida, en el periódico los días Domingo (la cual es totalmente gratuita). **En la actualidad ya no se publica.**

Algo muy importante de mencionar es que el periódico Siglo XXI, trae reportajes de interés nacional con temas económicos, sociales y de salud entre otros; temas que son expuestos en una forma clara y sencilla, especialmente para personas de buen hábito de lectura,

específicamente impresos en la sección "COMENTARIO Y ESPECIAL" referirse al ejemplo "El catalejo del Señor Presidente". (Periódico Siglo XXI: 1992 14).

En este artículo se presenta la forma en que el entonces presidente Serrano, se preocupa más de las guerras a nivel Internacional, que por los problemas sociales de nuestro país. Y se exponen una serie de problemas por las que atraviesa nuestra sociedad; claro está que el presidente Serrano no es ni el causante ni el culpable. Solamente es el heredero de esta problemática social y económica.

En cuanto a suscriptores los mantienen con promociones donde incluyen rifas, promociones por sectores y por zonas.

Los precios de las suscripciones son:

Q 32.40 Trimestral

Q 61.20 Semestral

Q115.30 Anual

Los datos de las suscripciones están actualizados hasta Marzo de 1992. (no fueron actualizados por falta de información del periódico).

Esto es actualmente el periódico Siglo XXI, poco a poco a adquirido su equipo de impresión propia, circunstancia que ayudará a no tener limitaciones de color, número de página y de circulación. Además de que hoy en día tenga un tiraje diario de 48,533 ejemplares promedio.

CAPITULO III
UN NUEVO
MEDIO DE
COMUNICACION
ESCRITO

III

UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACION SOCIAL

Inserción dentro del periodismo nacional.

El surgimiento de un medio de comunicación, como lo es el periódico Siglo XXI ha contribuido a formar una opinión en nuestro país, con sus artículos publicados en su sección COMENTARIO, OPINION Y ESPECIAL, por el tratamiento que le dan al mismo.

La prensa debe ser una institución responsable y respetuosa del papel que le corresponde, la misión de la prensa es orientar y educar a la sociedad; especialmente en un país como el nuestro, sumergido, en un subdesarrollo. Se debe tomar en cuenta que las condiciones imperantes en una sociedad como la nuestra, la libertad de expresión tiene un margen de acción, condicionado por los enemigos de esa libertad. Acciones tales como amenazar a asesinar a un periodista, por realizar su trabajo, en casos en donde hay que decir la verdad y donde hay sectores importantes de nuestra sociedad involucrados, hoy en día siguen siendo una realidad.

El periódico Siglo XXI trata de hacer uso de la libertad de expresión hasta donde le sea permitido, cuidando ser un periódico objetivo y no

como los tradicionales que presentan más publicidad que información periodística.

Siglo XXI presenta un periodismo que permite al lector reflexionar sobre la situación que atraviesa nuestra sociedad; por artículos que presentan en las secciones COMENTARIO, OPINION Y ESPECIAL, por ejemplo como se observa en el artículo "La Cruz Roja Guatemalteca en la Cuerda Floja".

(Siglo XXI: 1992 8).

Se presenta la situación por la que pasa la Cruz Roja Guatemalteca desde 1987, cuando se manifestó el descontento de los trabajadores de la institución, por la forma inadecuada en que la Junta Directiva la administra. También se presenta la noticia, en una forma en la que el lector puede conocer, cómo es administrada una entidad como la Cruz Roja, mostrando las dos versiones, la del Sindicato y de la Administración.

Es en ese tipo de artículos como el lector de nuestra sociedad puede darse cuenta de la problemática por la que atraviesa el país; artículos como estos, deberían publicar los periódicos ya existentes para contribuir a la orientación de nuestra sociedad.

Es por eso que el lector tiene una nueva opción para conocer los acontecimientos más relevantes de Guatemala y del mundo, en lo político, social y económico entre otros.

También las agencias de publicidad disponen de un nuevo medio escrito, para colocar su publicidad.

Por otra parte el periódico Siglo XXI en términos de impresión es mejor que los demás, debido a que la tinta que se utiliza en su impresión es más fina, y que la máquina con que imprime es una prensa plana, al principio y utiliza Litografía, contrario a las rotativas que utilizan los otros periódicos.

Lo que se ve confirmado por la opinión de los lectores de Siglo XXI, según la investigación realizada para este trabajo.

Verla gráfica No 9.

Otra característica que ha sabido cuidar Siglo XXI, es la impresión a color; contrariamente, Prensa Libre en ocasiones los anuncios a (Full Color) todo color, salen manchados e incluso los porcentajes de la cuatricomía no son los exigidos.

El periódico Siglo XXI es un medio impreso que trata de cumplir con las funciones de comunicación que los expertos y la UNESCO les adjudican a esos medios. Presenta en sus páginas un equilibrio de opiniones, en sus editoriales, comentarios de articulistas, columnistas; tratan de que el lector comprenda el argumento del artículo, ejemplo: "El tiempo demostró que no servía".

(Siglo XXI: 1991 8).

Un editorial en tal sentido, que expone la decisión del Congreso de la República, de suprimir el inútil Ministerio de Asuntos Específicos, los puntos de vista son, el pensamiento del periódico Siglo XXI. El periódico tiene tres secciones para el lector: COMENTARIO, ESPECIAL

Y OPINION; allí se enfocan los problemas de nuestra sociedad, proponiendo posibles soluciones a los mismos, ejemplo: "A 16 años de distancia del Terremoto aun vive".

(Siglo XXI: 1992 12).

En este reportaje se reviven los daños que causó el terremoto del 4 de febrero de 1976 a Guatemala, las pérdidas en vidas humanas y materiales, además las deficiencias para tratar esa problemática, aún son palpables, la vivienda; por ejemplo de esta manera el lector conoce la problemática habitacional que desde esa fecha se agudizó. Y cada año que ha transcurrido, se ha ido complicando hasta constituirse en un problema de difícil solución para los diferentes gobiernos e incluso el de turno. Las tres secciones mencionadas anteriormente son factores que inciden en la compra del periódico ver específicamente la gráfica No 6.

Puede afirmarse entonces que el esfuerzo más importante del periódico Siglo XXI es mantener el equilibrio de opiniones y la presentación de la problemática social de una manera objetiva, no sólo los problemas nacionales sino que internacionales. De esta manera los columnistas y escritores del periódico Siglo XXI, ejercen su derecho de libertad de expresión y la sociedad satisface su derecho a ser informada, aunque sea en mínima parte.

Es importante mencionar que todo medio de comunicación escrito, su deber es identificarse con un determinado sector de la sociedad; en este caso el periódico Siglo XXI dentro de los estratos sociales a quien está dirigido; LA FAMILIA; pero

fundamentalmente, según estudios realizados por el periódico Siglo XXI.

(Siglo XXI: 1991 1 de Julio).

Y también por un estudio por una empresa de investigación de mercados (multivex).

Estos resultados se publicaron en el periódico Siglo XXI.

(Siglo XXI: 1992 3 y 6).

El periódico Siglo XXI, se identifica en una mejor forma, con lectores que tienen un buen hábito de lectura.

Contrario a los diarios ya existentes que presentan más publicidad que información periodística. Por ejemplo al hacer un análisis comparativo entre los periódicos Prensa Libre y Siglo XXI del jueves 30 de abril de 1992; en el primero se presentan 39 páginas de anuncios y 60 páginas de suplemento "Vamos de Compras", que hacen un total de 99 páginas netas de publicidad, de 116 páginas en total que tiene Prensa Libre, tenemos solamente 17 páginas de información noticiosa, lo que arroja un 85% de publicidad y 14.66% de información, mientras que Siglo XXI de 56 páginas en total solamente 16, son páginas de publicidad.

Por otra parte, el periódico Siglo XXI presentan la información noticiosa escrita en una sola página o continuas, pero no hay saltos de página como lo hace Prensa Libre, ejemplo: "Arnoldo Vargas rechaza solución de la sala cuarta".

(Prensa Libre: 1992 4).

Texto: "Por muchos años laboré como vista de aduna y tuve a mi cargo también la dirección de Caminos en el..."

-Pasa a la página 77-

Dicho artículo está escrito en la página 4, lo que significa, que existen saltos de página, en sus artículos, lo que provoca que el lector pierda atención sobre el contenido de la noticia.

Mientras que Siglo XXI, en la presentación de sus noticias, se vale de tres factores:

- 1. Noticias seleccionadas.**
- 2. Noticias escritas en una misma página.**
- 3. Y claramente diagramadas.**

Es de esta forma que el periódico Siglo XXI, respeta a sus lectores facilitándole recursos para que pueda leer las noticias, sin mayor interrupción como sucede en Prensa Libre.

Es por ello que la diagramación, es muy importante dentro de la estructura de un periódico.

Su contenido ha hecho que Siglo XXI, tenga buena aceptación en un determinado sector de nuestra sociedad, niveles socioeconómicos (A, B, y C) véase la gráfica 6 donde se muestra el porqué de su aceptación.

Otro periódico Diario El Gráfico, ha sido un periódico utilizado como vehículo propagandístico por su director Jorge Carpio(+), por sus aspiraciones políticas presidenciales, ejemplo: "La mejor opción para Guatemala".

(Diario El Gráfico: 1991 45).

En este artículo se describe, cómo el partido UCN es la mejor opción para las elecciones presidenciales, encabezado por su candidato presidencial Jorge Carpio y también se describe el apoyo incondicional de diputados del Congreso.

De esta forma el tratamiento de dicha noticia, es con tendencias marcadamente políticas hacia un determinado partido político. Los medios escritos aparte de tener buena aceptación también tienen su lado negativo, la muestra del presente trabajo de investigación les da un 26%, véase la gráfica 8.

Allí se muestran los diversos criterios que el lector tiene de la prensa en general. Dentro de las opiniones que recoge el estudio, están las de que el lector cree que los medios impresos son manipulados por diversos sectores, que los periódicos solo colocan noticias que les convienen y a veces alteran la verdad de la noticia. Un caso palpable de lo expuesto, ha sido Diario El Gráfico, cuando en la época de las elecciones presidenciales fue utilizado como un medio propagandístico en favor de un partido político específico.

De modo que el lector tiene incertidumbre de la objetividad de las noticias que se publican en el diario actualmente. Y los comentarios

también van dirigidos a una tendencia política específica. De allí que se den, el tipo de afirmaciones negativas, que el estudio registró.

Esto nos da la pauta, de que los medios masivos, son parte fundamental en el proceso del desarrollo social de los pueblos. Estos son necesarios y sin duda pueden aportar mucho; siempre que cumplan con las funciones de la comunicación que estipula la UNESCO e investigadores como Armando Mattelart, Camilo Taufic y otros.

La realidad nacional requiere de enfoques periodísticos que le provean a la población juicios valorativos para establecer su nivel de desarrollo. Uno de los medios que pueden contribuir al desarrollo social, es la radiodifusión, un ejemplo de lo anterior, es en una campaña de alfabetización (en las regiones más recónditas del país), la radio contribuye, con el proceso de alfabetización y desde luego, lograr una población alfabetizada mayor, lo cual demandará un mayor número de periódicos que posea calidad de contenido en sus artículos.

Es de esta forma que los medios escritos deberán jugar su rol que la sociedad demanda, por ejemplo en el artículo: "Mañana Donde Dormiremos?" es un buen artículo.

(Siglo XXI: 1992 14).

En este artículo se expone uno de los problemas más agudos del país, Guatemala afronta serios problemas habitacionales, según el arquitecto Porres Lesing, un último estudio reveló que 1.200,000

personas carecen de vivienda en la república, y a la vez se plantean algunas posibles soluciones.

El lector de nuestra sociedad tendrá que velar por la calidad de contenidos en los periódicos que circulan en Guatemala y sobre todo que contribuyan al desarrollo nacional, siempre que cumplan con las funciones ya descritas anteriormente.

Para lograr esto, los dueños de periódicos, gobierno, iniciativa privada y la sociedad misma, deben actuar coordinadamente a efecto de superar la crisis social y económica que hoy enfrenta Guatemala.

Los periódicos también tienen que dar oportunidad a los periodistas y escritores de diversos pensamientos, para que expongan sus ideas sobre el entorno de nuestra sociedad; que los directores de los periódicos antiguos se preocupen por presentar al lector un mejor balance entre publicidad e información periodística, ya que en la actualidad estos dedican a vender más publicidad que información periodística.

El gobierno tendrá que mostrar seguridad tanto a la sociedad como a la prensa (Periodistas), para que estos puedan desarrollarse a plenitud, permitiéndole al periodista escribir en las páginas de los periódicos con toda libertad sin cortapisas.

En este punto, es complejo tratar de dar soluciones, ya que los medios en un determinado momento pueden recibir presiones de grupos, que están desestabilizando la libre emisión del pensamiento, y esto obstaculizará al medio de todo su material informativo.

Impidiendo que sea del todo objetivo en el tratamiento de su información.

Por ahora esperemos que se respete la libertad de expresión y que los diferentes periódicos que circulan en Guatemala puedan expandirse con mayor cobertura al interior del país, para que la mayoría de la población busque la superación que Guatemala necesita.

Es así como se puede concluir, que en Guatemala la prensa escrita solo busca EL LUCRO, más que el informar en forma objetiva y profesional, algunos periódicos más parecen una guía de anuncios.

A excepción del periódico Siglo XXI que actualmente mantiene un equilibrio entre publicidad e información periodística. 40% de publicidad y 60% de información periodística.

Contrario a uno de los periódicos ya existentes, recibe en concepto de publicidad por un solo día a la semana, la cantidad de Q 172.248,31 (aproximadamente), lo que da la pauta de la cantidad de anuncios que tiene en un día, y las ganancias que percibe por ellos. Además, en nuestro país el periodista y la sociedad misma, se enfrentan a una libertad de expresión mediatizada por actitudes de los enemigos de la libertad de expresión.

Pero no debemos olvidar que todo medio y en este caso la prensa escrita, es parte fundamental en el desarrollo de los pueblos, porque tienen que cumplir con las funciones de orientar, formar, educar a la

sociedad dentro de los lineamientos de la libertad de expresión. Es así de esta manera, que este trabajo de tesis pretende ser, un aporte para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, para que les permita profundizar en los temas tratados en la investigación.

El presente trabajo se ocupa de la aceptación que tiene Siglo XXI en los sectores de la población expuestos anteriormente. De las ventajas que presenta ante los otros periódicos, así como un inusitado crecimiento desde su inicio hasta finales de 1992.

También las diferencias que tiene con relación a los periódicos Prensa Libre y Diario El Gráfico. El trabajo refleja la preferencia que tiene Prensa Libre sobre Siglo XXI y Diario El Gráfico en su respectivo orden.

La buena aceptación de Siglo XXI en los niveles A,B y C de la sociedad guatemalteca (capital), que se debe a lo que escriben sus columnistas y articulistas. También la forma de exponer la problemática nacional e internacional. Y sobre todo el equilibrio de opiniones que presenta y no como Diario El Gráfico, que las notas periodísticas son tratadas en función de una tendencia política.

Además nos muestra la forma en que el periódico Siglo XXI posee una mejor presentación de noticias que los tradicionales; factor que es muy importante dentro de la diagramación de un periódico. Aquí

juegan papel importante la selección noticiosa, noticias escritas en una misma página y claramente diagramadas.

Estos factores que no poseen los demás periódicos, se debe a que por su cantidad de anuncios no les permite tener una libertad de diagramación atractiva y limpia para el lector.

Al realizar un análisis retrospectivo de la prensa en nuestro país nos proyecta su finalidad esencialmente LUCRATIVA. En donde la publicidad ocupa un lugar primordial, entre un 60 y 80 por ciento en el caso de la prensa escrita, como un instrumento generador de ingresos y utilidades, en ocasiones sin ocultar el afán de LUCRO. Que no es más que abuso al público de ética profesional. Siglo XXI, se sale un poco del esquema puramente comercial; trata de constituirse en un factor de desarrollo de nuestra sociedad.

En una sociedad como la nuestra, en la que vivimos hoy con sueños ficticios y que tiene muchos obstáculos para su desarrollo y exponer abiertamente la libre expresión de pensamiento; en el que la historia de la prensa escrita, está hecha con sangre.

Situaciones como las que he expuesto anteriormente, me han hecho reflexionar y llevar a cabo este trabajo de Tesis, en el campo de las Ciencias de la Comunicación, específicamente en el periodismo. Deseando que esta Tesis sirva de estímulo para profundizar en el futuro, a los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación del país, especialmente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CONCLUSIONES

1. El periódico Siglo XXI presenta un mejor contenido en sus páginas como lo es: Tratamiento de noticias y presentación de las mismas, en comparación a los antiguos.

En su contenido Siglo XXI, cuenta con secciones como COMENTARIO Y ESPECIAL, donde se exponen artículos de interés nacional e internacional; analizándolos y a la vez presentando posibles soluciones al problema tratado.

Dichas secciones contribuyen a que el periódico Siglo XXI, lo prefieren los lectores, contrario a Diario EL Gráfico que sirve a los intereses políticos de un partido.

Y en relación a la presentación de noticias, Siglo XXI se basa en tres factores: Noticias seleccionadas, noticias en una misma página y una diagramación limpia. Lo cual lo hace un periódico ordenado y llamativo.

2. Los periódicos Prensa Libre y Diario El Gráfico, venden más publicidad que información periodística. Así pues, Prensa Libre maneja un 80% de publicidad y 20% de información, y Diario El Gráfico maneja 65% de publicidad y 35% de información.

Mientras que Siglo XXI dispone de un equilibrio entre información periodística y publicidad; 60% información y 40% de publicidad.

3. Siglo XXI es un periódico aceptado por un determinado número de lectores de nuestra sociedad. Especialmente lectores de los niveles socioeconómicos A, B, y C de la capital. En mayor porcentaje lectores con hábitos de buena lectura. Es por eso que leen más las secciones COMENTARIO Y ESPECIAL, además donde escriben sus columnistas que es la sección OPINION.

4. El periódico Siglo XXI en materia de publicidad presenta una mejor calidad litográfica que los demás medios. Como se puede observar en los resultados del presente trabajo de investigación.

RECOMENDACIONES

1. Que los periódicos antiguos presenten al lector un mejor balance entre información y publicidad. Ya que actualmente tienen más publicidad que información.
2. Que todos los periódicos se preocupen por presentar al lector, artículos que sirvan de orientación a la sociedad, como lo hace Siglo XXI, en sus secciones COMENTARIO Y ESPECIAL.
3. Que los diarios no sean canales propagandísticos, utilizados por partidos políticos, ya que el periódico debe ser un medio de comunicación social y no órgano político.
4. Que los periódicos sean medios útiles a la sociedad, especialmente para los estudiantes de todo nivel; ya que ciertos periódicos niegan a estos, ciertos datos que se desean conocer. Las investigaciones son incompletas, y para el estudiante el periódico ya no es confiable.
5. Que todos los periódicos busquen la superación tecnológica y mejoren su contenido, para que de esa forma contribuyan a superar nuestra sociedad.

6. Que los estudiantes de la Escuela de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tomen conciencia de la importancia que tienen los medios escritos, para el desarrollo de nuestro país.

Y que este trabajo sirva de estímulo al estudiante para profundizar en los diferentes puntos tratados.

7. Que los catedráticos motiven al estudiante, para que realicen investigaciones, en relación a los medios de comunicación social, especialmente sobre la prensa escrita, pues existe poca documentación actualizada, en la BIBLIOTECA de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**PARA EFECTOS LEGALES, ÚNICAMENTE
EL TESINANDO ES RESPONSABLE DEL
CONTENIDO DE ESTE TRABAJO.**

En la actualidad los medios de comunicación social masivos, tienen un constante progreso tecnológico. Los avances de la tecnología moderna, son de gran ayuda para cualquier medio de comunicación, que desee estar a la vanguardia de las comunicaciones, en cuanto a su difusión.

Los medios de comunicación social han alcanzado gran difusión, por ello anunciantes, publicistas y agencias de publicidad han encontrado, en los medios de comunicación el camino o vehículo apropiado para llevar diversos mensajes a clientes potenciales. No obstante, cabe mencionar que ningún medio es suficiente, por si solo, para llegar a todos los clientes potenciales; lo que hace necesario el uso adecuado de los medios de comunicación.

La prensa ha tenido un desarrollo de acuerdo a la evolución de la tecnología en Guatemala, en los últimos años. Con la introducción de la máquina impresora rotativa, se consiguió realmente el desarrollo técnico del periódico. Después se introdujo el sistema offset, el cuál se basa en la litografía. Hoy en día la computadora ha hecho su aparición en la prensa, ayudando a la visualización de la parte gráfica de un periódico hasta lo que es diseñar la diagramación del mismo, como se puede observar en el periódico Siglo XXI.

Siglo XXI siendo un medio impreso, el lector espera como tal el informarse de una forma práctica y sencilla del acontecer diario. Su tarea será informar, exponer, analizar y orientar al lector.

De esta manera la prensa se convierte inevitablemente en vehículo de lectura actualizada.

La presente investigación se ocupa de la aceptación que tiene Siglo XXI en la sociedad Guatemalteca de los niveles socioeconómicos A, B y C de la capital. De las ventajas que presenta ante los periódicos ya existentes; así como el crecimiento desde su inicio hasta finales de 1992, y por último la vigencia de los medios de comunicación escritos (periódicos) en Guatemala, desde 1970 hasta la fecha.

Esta descripción de los objetivos de la investigación, hizo necesario establecer ciertas delimitaciones de orden conceptual:

El estudio se restringió a los lectores de las zonas 1, 9 y 10 de la ciudad Capital de Guatemala.

Necesariamente el estudio abarcó a personas que saben leer y escribir.

La unidad de análisis comprendió a lectores de nivel socioeconómico A, B y C de la ciudad Capital. Por tratarse de ser el nivel socioeconómico de mayor lectura de periódicos capitalino. Según un estudio realizado por una empresa de investigación de mercadeo Aragón & Asociados.

La investigación obligó a delimitar una población muestral reducida, pero que sea a la vez representativa, por lo tanto se seleccionó ciertos lectores de tres zonas capitalinas que estuvieran comprendidas en los niveles socioeconómicos A, B y C de la ciudad Capital.

Los medios de comunicación juegan un papel importante en nuestra sociedad, tienen la misión de registrar diariamente los acontecimientos de la historia, ya sea en el orden político, social, económico y otros; en este caso se investigará el ingreso de un medio impreso, el cual se ha valido de tecnología moderna; y cuenta con personal preparado profesionalmente, para cuidar el contenido del periódico.

Dicho trabajo de investigación tuvo sus objetivos:

Determinar en que medida ha sido aceptado el medio de comunicación escrito Siglo XXI, en los niveles A, B y C de la ciudad Capital de Guatemala.

Determinar el crecimiento de Siglo XXI desde su inicio hasta finales de 1992.

Establecer las ventajas que presenta Siglo XXI, ante los periódicos ya existentes.

Establecer las razones de la vigencia de los medios escritos (periódicos) en Guatemala.

Dado que el problema de un medio impreso en una sociedad, es complejo. Este no puede tratarse de una forma lineal de tipo causa-efecto.

El presente trabajo trató de establecer los factores que influyeron en la buena aceptación de Siglo XXI en la sociedad guatemalteca de los niveles A, B y C. Este tipo de hipótesis afirmará simplemente FACTORES.

Esta situación determinó el tipo de hipótesis del trabajo la cual fue descriptiva.

HIPOTESIS:

EL PERIODICO SIGLO XXI, UN MEDIO ACEPTADO POR UN DETERMINADO NUMERO DE LECTORES.

OPERACIONALIZACION:

EL PERIODICO SIGLO XXI, UN MEDIO EXITOSO PARA LOS LECTORES.

Los niveles socioeconómicos A, B y C del país, abarcan una gran cantidad de sectores de la producción, diversas ocupaciones, grupos profesionales y una amplia gama de niveles de ingresos.

Por lo tanto, se han seleccionado a un grupo urbano de nuestra sociedad. Los grupos que se tomaron en cuenta para esta investigación fueron tres zonas de la ciudad capital; zonas 1, 9 y 10. Una vez aprobada la boleta de encuesta se procedió a escoger una pequeña muestra de lectores, de acuerdo con el procedimiento del muestreo aleatorio por números (SORTEO).

En tal sentido el porcentaje del muestreo fue de un 3% en los diferentes sectores.

BIBLIOGRAFIA

1. Achaerandio, Luis, "Iniciación a la práctica de Investigación", Universidad Rafael Landívar, Guatemala, 1987.
2. Alzamora, Margot, "La Comunicación Hoy", Ed. Piedra Santa, Guatemala, 1980.
3. Cabezas, Horacio, "Sugerencias para la presentación de trabajos académicos", Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, 1989.
4. González Campo, Federico, "Fiesta de Remembranzas", Ed. Círculo Nacional de Prensa, Guatemala, 1967.
5. Cámara Guatemalteca de Periodismo, "El Periodismo en Guatemala Cómo y Quiénes hacen la noticia?", Ed. América, Guatemala, 1988.
6. Carpio Nicolle, Mario, "El negocio de la Prensa", Primera edición, Guatemala, 1979.
7. Cámara Guatemalteca de Periodismo, "La libertad de Prensa y la Libre Emisión del Pensamiento", Ed. América, Guatemala, 1990.
8. Escuela de Ciencias de la Comunicación, "EMISOR", CICC, Epoca Número 7, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, 1990.

9. Holtje, Herbert F. "Teoría y problemas de Publicidad", Serie de compendios Shaum, Ed. Mc Graw-Hill Latinoamericana, S.A., Colombia, 1980.
10. Iriarte Colmenares, Jorge Guillermo, "Influencias de los factores sociales en la lectura de los Periódicos", Tesis de graduación, ECC, USAC, Guatemala, 1990.
11. Klepper's Otto, "Publicidad", Novena Edición, México: D.F. 1980.
12. Kobernstein, Hans, "La Prensa Guatemalteca durante la apertura democrática 1986-1990", Tesis de graduación de Ciencias de la Comunicación, República Federal de Alemania, 1990.
13. Muñoz, Jorge Luján, "Guía de Técnicas de Investigación", México: D.F. 1979.
14. Parramon, José M. "Publicidad, Técnica y Práctica", Ed. Parramón S.A. España, 1984.
15. Sánchez Flores, Víctor Hugo, "La industria publicitaria y los Medios de Comunicación Social de Guatemala", Tesis de graduación, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, 1984.
16. "Caso Sikorsky U\$ 275,000 por arreglar el Negocio", Siglo XXI, Guatemala, enero 17 de 1992.

17. "Vamos Camino a Salvar a Guatemala", Diario El Gráfico, Guatemala, Octubre 29 de 1990.
18. "Suplemento Nosotras", Siglo XXI, Guatemala, Mayo 31 de 1991.
19. "Suplemento Día de la Madre", Siglo XXI, Guatemala, Mayo 1 de 1991.
20. Rodas, Haroldo, "Corto Circuito causo Incendio en Procesión", Prensa Libre, Guatemala, Abril 13 de 1992. p.p 1.
21. "Roosevelt construirá moderno Hospital", Prensa Libre, Guatemala, Enero 15 de 1992. p.p 18.
22. Siglo XXI, Guatemala, Julio 1 de 1991. p.p 10-20.
23. Hernandez Marroquín, Néstor Romero, "Eligen Magistrados de la Corte Suprema de Justicia", Prensa Libre, Guatemala, Enero 17 de 1992. p.p 4.
24. Siglo XXI, "Archivo", Guatemala, Julio 25 de 1992.
25. Sánchez, Marvin, "A un año de la Tormenta del Desierto", Siglo XXI, Guatemala, Enero 16 de 1992. p.p 19.

26. Zepeda, Roberto Chávez, "El catalejo del Señor Presidente", Siglo XXI, Guatemala, Enero 14 de 1992. p.p 14.
27. Siglo XXI, Guatemala, Julio 1 de 1991. p.p 8-9.
28. Fresse, Ana, "La Cruz Roja Guatemalteca en la cuerda floja", Siglo XXI, Guatemala, Enero 3 de 1992. p.p 8.
29. Siglo XXI, Guatemala, Julio de 1992. p.p 8
30. "Suplemento Día de la Madre", Siglo XXI, Guatemala, Mayo 8 de 1991. p.p 4.
31. Juárez, Tulio, "A 16 años de Distancia del Terremoto aún vive", Siglo XXI, Guatemala, Febrero de 1992. p.p 12.
32. "Un segundo para el Siglo", Siglo XXI, (multivex), Guatemala, Marzo 5 de 1992. p.p 3 y 6.
33. "EL Tiempo demostró que no servía", Siglo XXI, Guatemala, Julio 1 de 1991. p.p 8.
34. "Arnoldo Vargas rechaza resolución de la Sala Cuarta", Prensa Libre, Guatemala, Febrero 1 de 1992. p.p 4.
35. "La mejor Opción para Guatemala", Diario El Gráfico, Guatemala, Enero 4 de 1991. p.p 45.

36. Fresse, Ana, "Mañana Donde Dormiremos?", Siglo XXI, Guatemala, Enero 13 de 1992. p.p 14.
37. "Revista infantil coleccionable CARRUSEL", Siglo XXI, Guatemala, Noviembre 17 de 1992.
38. Semanario La Extra, Epoca 3, N. 460, Guatemala, Agosto del 11 al 17 de 1991.

TOM IMPRESOS

1ª Av. 10-41, zona 1

Guatemala, C.A.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central