

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



TRABAJO DE TESIS

EL ESPACIO QUE LA PRENSA ESCRITA DEDICO A LA
INFORMACION PRESIDENCIAL EN EL
PERIODO JULIO - DICIEMBRE DE 1993

PRESENTADO POR:

RINA ODETH MONROY LOYO

PREVIO A OPTAR EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Guatemala, Marzo de 1998.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 23 de marzo de 1,995
ECC 203-95

16
T(12A)
C.A

Licenciado
Víctor Carillas
Esc. Ciencias de la Comunicación

Apreciable Licenciado:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el inciso 7.8, del punto SEPTIMO, del Acta No. 07-95 de sesión celebrada el 16 de marzo de 1,995.

"SEPTIMO... 7.8... Comisión Directiva Paritaria; ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante RINA ODETH MONROY LOYO, Carnet No. 8815477, el punto de tesis: "LA FUNCION Y TRASCENDENCIA EN LA PRENSA ESCRITA EN CUANTO A LA INFORMACION OFICIAL PRESIDENCIAL EN EL PERIODO JUNIO-DICIEMBRE DE 1,993"; b) Nombrar asesor de tesis al Lic. Víctor --- Carillas".

Sin otro particular.

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Miguel Antonio Paredes
Secretario

MAN/11
cc. Comisión de Tesis

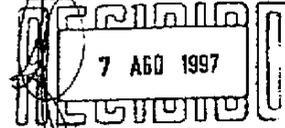
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



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

DICTAMEN INFORME FINAL DE TESIS

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



Señores
Comisión de Tesis
Edificio

Distinguidos señores:

Por medio de la presente informo a ustedes que he revisado la versión final del trabajo de investigación de tesis del (la) estudiante

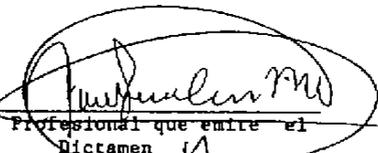
RINA ODELTH MCNROY LOYO

Carnet No. 8815477
EL ESPACIO QUE LA PRENSA ESCRITA DEDICA A LA INFORMACION
cuyo tema es OPINION PRESIDENCIAL EN EL PERIODO JUNIO-DICIEMBRE DE 1993

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

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


(f) Profesional que emite el
Dictamen *u*

LIC. VICTOR TOMAS CARILLAS BRAN

cc/archivo
estudiante



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 20 de agosto de 1.997
ECC 991-97

Señorita estudiante
Rina Odeth Monroy Loyo
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.3 del Punto SEGUNDO, del Acta No. 23-97 de sesión celebrada el 18 de agosto de 1.997.

"SEGUNDO... 2.3

Comisión Directiva Paritaria, en base al dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación, vigente. ACUERDA: Nombrar a los profesionales Lic. Víctor Barillas (Presidente), Lic. Miguel Angel Juárez y Dr. Wangner Díaz, para que integren el Comité de tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de la estudiante RINA ODETH MONROY LOYO, Carnet No. 8815477, titulado: EL ESPACIO QUE LA PRENSA ESCRITA DEDICA A LA INFORMACION OFICIAL PRESIDENCIAL EN EL PERIODO JUNIO-DICIEMBRE DE 1.993."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Miriam Lucute
Secretaría



MY/lm

CC Comisión de Tesis



DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

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

Guatemala, 20 de FEBRERO

de 1998

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente Informaromos a ustedes que el (la) estudiante _____

RINA ODETH MONROY LOYO

Carnet No. 8815477, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____

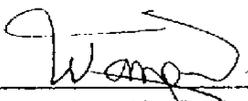
El Espacio que la Prensa Escrita Dedicó a la Información

Presidencial en el Periodo Julio-Diciembre de 1993

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

Atentamente,

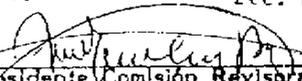
"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Miembro Comisión Revisora
Dr. Wagner Díaz Chucó



Miembro Comisión Revisora
Lic. Miguel A. Juárez



Presidente Comisión Revisora
Lic. Victor Casillas

cc/estudiante
archivo
correlativo



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 5 de marzo de 1.998
ECC 235-98

Señorita estudiante
Rina Odeth Monroy Loyo
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 8.2, del Punto OCTAVO, del Acta No. 6-98 de sesión celebrada el 2 de marzo de 1,998.

"OCTAVO:... 8.2... Comisión Directiva Paritaria. ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: EL ESPACIO QUE LA PRENSA ESCRITA DEDICO A LA INFORMACION PRESIDENCIAL EN EL PERIODO JULIO-DICIEMBRE DE 1998, presentado por la estudiante RINA ODETH MONROY LOYO, Carnet No. 8915477, en base al dictamen favorable del Comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) Se nombra a los profesionales: Licda. Lesvia Morales, Lic. Héctor Salvatierra (titulares) y Licda. Nancy Arroyave (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Lic. Víctor Carillas (Presidente), Dr. Wangner Díaz y Lic. Miguel Angel Juárez, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

[Firma]
Licda. Mirtam Yucuté
Secretaria



MY/lm
CC. Comisión de Tesis

DIRECTOR

Lic. Carlos Humberto Interiano

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

REPRESENTANTES DOCENTES

Lic. Carlos Humberto Interiano

Lic. René Paniagua

Lic. César Augusto Urizar Méndez

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Víctor Hugo Lozano Pascual

Walter Nájera Cal

Marco Tulio Díaz Hernández

SECRETARIA

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Víctor Carillas (Presidente)

Dr. Wagner Díaz

Lic. Miguel Angel Juaréz

Licda. Lesvia Morales

Lic. Héctor Salvatierra

Licda. Nancy Arroyave (Suplente)

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

ACTO QUE DEDICO

- A DIOS:** Creador del Universo, guía de mi vida, con mi oración de gratitud, quien ha bendecido mi camino, tomando mi vida y no me ha dejado, hasta que culminé mi carrera con alegría.
- A MIS PADRES:** **LIC. MARCO TULIO MONROY RIVERA Y ROSA DELIA LOYO CABALLEROS DE MONROY**
Con todo mi amor y respeto, ya que sin su apoyo incondicional, jamás hubiese llegado a este momento tan especial y tiene un valor extraordinariamente elevado para mí, porque este acto representa el fruto de mucho trabajo y sacrificio de parte de ambos. Hoy tienen aquí, sus sacrificios transformados en hechos. Que Dios los Bendiga.
- A MIS HERMANAS:** **ROSAÑA LISSETH y BRENDA MARIBEL**, con cariño, y agradecimiento por todo el apoyo y ejemplo que han sido en mi vida.
- A MIS SOBRINAS:** Deydania, Elva Elizabeth (Iqui), Lissy, con cariño, y que este triunfo que hoy alcanzo le sirva para superarse cada día.
- A MIS FAMILIARES:** En general, por su incondicional apoyo y en forma especial a la **FAMILIA VENTURA LOYO**, con quienes he compartido toda mi vida, mis alegrías, tristezas, y han sabido brindarme siempre el apoyo oportuno en ocasiones difíciles.
- A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS DE TRABAJO:** Con especial afecto.

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

Por el alto honor y privilegio de ser parte de ella, y por brindarme la oportunidad de forjarme académicamente en sus aulas.

A GUATEMALA: Noble Patria que me vió nacer, y como una de sus hijas le brindó humildemente este acto.

INDICE

Resumen

PAGINA

Introducción 1

CAPITULO PRIMERO: ANTECEDENTES

- 1. Órgano de información presidencial 3
- 1.1 Función de la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia 3
- 1.2 Característica de la información presidencial 7
- 1.3 Tipos de material informativo 9
 - 1.3.1 Boletín de Prensa 9
 - 1.3.2 Declaraciones Verbales 10
 - 1.3.3 Conferencias de Prensa 11
 - 1.3.4 Campos Pagados 12
- 1.4 Contexto Social y Político de 1993 13

CAPITULO SEGUNDO: BASES TEÓRICAS

- 2. Los géneros periodísticos como elemento comunicacional 19
- 2.1 Géneros periodísticos, aspectos generales 19
 - 2.1.1 La Noticia 20
 - 2.1.2 Características de la Noticia 21
 - 2.1.3 Elementos de la Noticia 23
 - 2.1.4 La Prensa Escrita, Medio de Comunicación de Masas 24
- 2.2 Hemerografía, Diagramación, conceptos básicos 27

CAPITULO TERCERO: TRABAJO DE CAMPO

3.	La Información presidencial y su tratamiento en los diarios Siglo Veintiuno y La Hora	31
3.1	Metodología	31
	3.1.1 Variables	32
	3.1.2 Muestra	33
3.2	Hemerografía Registral de los Diarios Analizados	34
	3.2.1 Siglo Veintiuno	34
	3.2.2 La Hora	35
3.3	Resumen y Cuantificación de los datos	36
	3.3.1 Formas de presentar la información presidencial la Secretaría de Relaciones Públicas Presidencia	37
	3.3.2 Espacio dedicado a la información presidencial en las páginas analizadas	38
	3.3.3 Utilización de fotografías en la información presidencial, en las páginas analizadas	40
	3.3.4 Utilización del titular en la información presidencial en las páginas analizadas	42
	3.3.5 Espacio de la información presidencial, en relación a la superficie de los diarios analizados	43
	Conclusiones	45
	Referencias Bibliográficas	47
	Periódicos Consultados	51
	Anexos	52

RESUMEN

RESUMEN DEL TRABAJO

El Espacio que la Prensa Escrita Dedicó a la Información Presidencial en el Periodo Julio - Diciembre de 1993.

Rina O. Monroy Loyo, Universidad de San Carlos de Guatemala,
Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La investigación realizada estudió el espacio que la prensa escrita designa a la información oficial por medio de la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, evaluado por medio del espacio que los diarios Siglo Veintiuno y La Hora, le asignan en su edición.

Los instrumentos utilizados fue el bibliográfico acompañado de un estudio de análisis hemerográfico comparativo.

Para el presente trabajo el procedimiento utilizado fue la realización de un marco teórico, por medio de recopilación de información bibliográfica que se utilizó para establecer los procesos que la Secretaría de Relaciones Públicas ocupa para presentar la información presidencial.

La muestra la constituyeron las noticias que contenían información presidencial de los periódicos Siglo Veintiuno y La Hora, del período comprendido de julio a diciembre de 1993, en los días martes, miércoles y sábado, en las dos primeras semanas de cada uno de los meses indicados, en la sección nacional; tomándose una muestra representativa del global estudiado para hacer una comparación de los meses de julio, agosto, septiembre y diciembre, midiendo la superficie total de los diarios analizados dividiéndola en texto y publicidad.

Además, se comprobó que el espacio que Siglo Veintiuno y La Hora, le designaron en sus páginas, fue más representativo si el periodista cubre directamente la fuente y no por la forma que la vocera del gobierno presentó o dio a conocer determinada información, pues si un reportero tiene designada una fuente específica le permitirá obtener más elementos que le servirán para la redacción de la nota, por ende el espacio será mayor, si él le da tratamiento a la información cuando se la proporcionan, esto lo reflejó la medición hemerográfica que se realizó. Pues en los diarios analizados no descartaron la información enviada por la Secretaría puesto que apareció el material en las primeras páginas.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCION

La presente investigación tuvo como propósito realizar un análisis hemerográfico comparativo de los diarios Siglo Veintiuno y La Hora, utilizando como medida el espacio que estos le asignaron a la información presidencial, dependiendo de la forma como la Secretaría de Relaciones Públicas proporciona la información a los diferentes medios de comunicación social.

En el primer capítulo se menciona la función de la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia y se explica la forma como desempeña uno de sus objetivos primordiales, como es dar a conocer las diversas actividades que realiza el Presidente de la República, asimismo se describe el contexto político y social del año 1993.

En el capítulo segundo se presenta una reseña de las bases teóricas de los géneros periodísticos informativos, centrándose en la noticia, que es la que se utiliza directamente en la información presidencial, así como aspectos básicos de lo que es la Hemerografía y la Diagramación, elementos que sirvieron para el trabajo de campo.

En el capítulo tercero se describe el resultado del estudio mediante cuadros y gráficas estadísticas en donde se observa el espacio que los diarios Siglo Veintiuno y La Hora designaron a la noticia presidencial, dependiendo de

las diferentes formas en como la Secretaría de Información la dió a conocer.

Asimismo, se realizó un estudio de los diarios analizados, en donde se midió la superficie del contenido de su edición, clasificándolo por texto y publicidad, la cual reflejó cuánto del total de información que aparece en los periódicos referidos, le fue asignada a la información presidencial específicamente.

CAPITULO PRIMERO

CAPITULO I

1. ORGANO DE INFORMACION PRESIDENCIAL

1.1 FUNCION DE LA SECRETARIA DE RELACIONES PUBLICAS DE LA PRESIDENCIA

Para Marston (1985:p.449) "Las relaciones públicas son la función gerencial que evalúa las actitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de comunicación para ganar aceptación y entendimiento público".

De ahí la importancia de mantenerlas en cualquier empresa o institución gubernamental o privada, pues las mismas contribuirán a mantener una buena relación con el personal interno de la empresa y el externo el público que los visita, y a los cuales dirige su acción.

El Diccionario de la Real Academia Española (1970:p.1240) define a las relaciones públicas como la "actividad profesional, cuyo fin es, mediante gestiones personales, o el empleo de las técnicas de difusión y comunicación, informar sobre personas, empresas, instituciones, etc., tratando de prestigiarlas y de captar voluntades a su favor".

El gobierno tiene un ente encargado de velar y crear una imagen aceptable hacia la población de la labor positiva que realiza diariamente.

Esa institución es la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia creada sobre la base del Acuerdo Gubernativo (965-88:p.4) que en su artículo primero dice: "Es la vocera del Gobierno de la República y la responsable de dar a conocer, relacionar, divulgar e informar de las actividades del mismo, así como

del trabajo realizado por el Presidente de la República, el canal directo con los periodistas del país y del extranjero”.

Esta secretaría se encarga de informar al pueblo de Guatemala, en forma oficial, a través de los diferentes medios de comunicación social, los planes y acciones que realiza el Presidente, para el desarrollo social, económico y político del país.

Coordina además, acciones de trabajo con las oficinas de relaciones públicas de las distintas dependencias gubernamentales, para que toda información emanada del gobierno se encuentre dentro de una misma línea política.

Somma (1985:p.27), define las “relaciones de prensa es la función de las relaciones públicas que tiende a ganar y retener la confianza de aquellos que dirigen y trabajan en los muchos y variados medios de difusión de la prensa comercial y general; noticiarios cinematográficos, radio y televisión, en el trato de sus propias noticias por una organización o institución, mediante un servicio de información eficiente, que se valga de todos los medios apropiados”.

Con la anterior definición se comprueba que los encargados de las oficinas de relaciones públicas, siempre toman en cuenta, como indica Anléu (1993:p30), los **factores psicológicos y sociales** que influirán en el periodista en el momento que él seleccione la información recibida de las diferentes fuentes, el **factor psicológico**, le permitirá al relacionista satisfacer las necesidades y exigencias que como persona individual, desea transmitir, y el **factor social**, le ayudará a brindar los elementos que como miembro de una sociedad le interesa

conocer.

Lo que le permitirá presentar de una forma acertada la información, que como responsable oficial debe brindar, tomando para ello en cuenta los medios que empleará para trasmitirla, los cuales deben de ser de fácil comprensión y cumplirán con los requerimientos básicos establecidos en los géneros periodísticos.

Asimismo, otra función del vocero presidencial, según lo explica el Manual de Organización de la Secretaría de Relaciones Públicas (1988:p.12), es proporcionar las comodidades que le sean necesarias a todos los representantes de los medios de comunicación nacionales y extranjeros, para la realización de las coberturas en las giras presidenciales a nivel República, conferencias de prensa, entrevistas programadas y demás actividades presidenciales.

Además el reglamento indica que la función de la Secretaria, se desenvuelve en un gran campo de acción, por eso es indispensable que el relacionista público sea el encargado de mantener la armonía necesaria creando políticas esenciales a fin de que ésta cumpla su cometido de mantener la buena imagen del gobierno en turno.

"El vocero oficial preferentemente debe ser una persona con experiencia en la tarea periodística, deberá conocer el proceso de elaboración y canalización de la información", indica Marston (1985:p.33).

Para cumplir con este trabajo es necesario que el relacionista conozca ampliamente las técnicas de estudio socioeconómico, demográfico, cultural, sobre las poblaciones a las cuales dirigirá sus mensajes, apreciando la forma de

conducta de éstos, gustos, preferencias, tendencias, etc.; es indispensable antes de planificar y concretizar sus estrategias, nos explica, Anléu (1993:p.16).

Para conocer en que forma la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, ha realizado su trabajo, nos sustentamos en el Manual de Funcionamiento de la Secretaría (1988:p.4). donde se explica que "el gobierno de turno debe cuidar de dar a conocer una buena imagen de la labor que realiza ante la población".

Es indudablemente por ello que una de las áreas que más necesita la práctica de relaciones públicas es el gobierno, debido a las diversas funciones públicas que realiza el estado pues debe justificar sus acciones ante la gran masa.

Anléu (1993:p.22), manifiesta que en el sector gobierno, específicamente en nuestro país, es donde más existen oficinas de relaciones públicas, que cumplen una función informativa, o de defensa de la institución mediante boletines, entrevistas, declaraciones; etc.

Las relaciones públicas ejercen campos ya definidos de acción. Entre ellos podemos mencionar como indica Anléu (1993:p.33), los asuntos públicos, que permite dar a conocer las obras gubernamentales, sus proyecciones, beneficios a la comunidad; faculta al gobierno a mantenerse en contacto con la población dándole a conocer la obra física, así como las políticas que sigue.

El Manual de Organización de la Secretaría de Relaciones Públicas (1988:p.18), indica que en el área de política, la secretaria, vocera del gobierno, se debe encargar del mantenimiento de la imagen de un funcionario interesado

en optar a un cargo público, no descuidando también a los que ya son figuras públicas, que en este caso es uno de sus mayores intereses.

Asimismo, se menciona en el manual, el relacionista es un factor fundamental en la comunicación del político, ya que le ayuda a que el pueblo tenga un mejor contacto con él y le permite que éste se preocupe por servirle mejor.

Establecido eso, logrará canales de comunicación adecuada, para proyectar una imagen positiva de las actividades del gobierno.

Además es muy importante que “se mantenga una constante evaluación para detectar los cambios que se produzcan y prever cualquier problema antes que se presente”, recomienda Anléu (1993:p.36).

1.2 CARACTERISTICAS DE LA INFORMACION PRESIDENCIAL

Costales, (1979:P.217): dice que noticia “es todo acontecimiento actual, interesante y comunicable”.

Es por ello que la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, es una fuente de datos, y consciente del papel que juega por ser una fuente de información permanente, ella será el canal establecido donde se brinda toda la información que emana del Presidente de turno, según el Acuerdo Gubernativo (965-88:p.4), es un canal establecido y creado para ello.

La información presidencial contiene las características de una noticia. Según el Manual de Organización de la Secretaria de Relaciones Públicas (1988p.15), “una de las principales características que debe tener la información

presidencial es que sea **confiable**", los datos que proporciona deben ser sumamente serios y verificados antes de darlos a conocer, por lo que los periodistas mencionan siempre el nombre de la persona que les da los datos de la nota.

La información presidencial también se distingue por ser **oportuna**, según lo observado en el tiempo que laboré en ese ente, se trasmite siempre a tiempo ya que la Secretaría de Relaciones Públicas estará pendiente de tener información inmediata referente a una reacción o declaración que dará a conocer proyectos o puntos de vista sobre el acontecer nacional.

La **prominencia**, juega un papel muy representativo, ya que llamará siempre la atención de los medios de comunicación social, lo que le sucede al gobernante de turno y sus funcionarios.

El **interés humano**, siempre se ha tenido en cuenta por parte del órgano divulgativo oficial, pues es necesario captar la atención de la población sobre alguna situación que pueda crear inestabilidad en el gobierno, hacerles creer la confiabilidad que deben tener en su mandatario.

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, proporciona la información en el momento propicio, pues cuando los medios de comunicación lo requieran está presta a concedérselas. Además, logra mantener un buen canal de comunicación con los medios, pues recurren a ella en cualquier momento.

1.3 TIPOS DE MATERIAL INFORMATIVO

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, para divulgar su información utiliza diferentes formas de transmitirlas a los medios de comunicación social, y así mantener informada a la población de las acciones realizadas por el gobernante de turno, según lo contempla el Acuerdo Gubernativo de la Secretaría.

Según la experiencia vivida por la autora de este trabajo, al laborar en la Secretaría en el año 1994, pude observar y colaborar en:

1.3.1 BOLETINES DE PRENSA

Estos son redactados a diario y contienen noticias ocurridas en el día o una declaración acerca de un determinado problema o sobre actividades relacionadas con el gobernante y sus diversas actividades.

Castelli (1984:p.67), dice que un Boletín de Prensa "se caracteriza por su periodicidad se trata de publicaciones impresas, de carácter semanal, quincenal o mensual, en que resumen las principales actividades y noticias del ente".

Los comunicados de prensa que realiza diariamente la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, son redactados por un equipo de reporteros, los cuales son proporcionados a los periodistas que cubren esa fuente en la misma oficina y enviados a los diferentes Medios de Comunicación, por orden del Secretario

de Relaciones Públicas, este trabajo lo realiza un mensajero y la secretaria lo envía a la vez, vía fax.

1.3.2 DECLARACIONES VERBALES

La Constitución de la República, en su artículo 182 (1995:p.134), dice que el Presidente de la República “es el Jefe del Estado de Guatemala”, por lo que es la figura política que representa a un organismo del Estado, en este caso al Ejecutivo por ende él será el centro de atención de cualquier actividad que realice, así como serán valiosos los comentarios que exprese sobre un determinado tema que sea de interés general, aunque no lo involucre directamente.

Las declaraciones verbales, son un complemento de la información escrita que se le haya proporcionado a los periodistas y una oportunidad para éstos de enterarse de hechos que desconocían.

Para obtener esta clase de información, los periodistas que cubren la fuente oficial, se destacan directamente a las afueras, pasillos y despachos del Palacio Nacional, para abordar a los representantes del gobierno.

El Presidente de la República, les proporciona cualquier declaración si se encuentra en un lugar público, y no desea dar declaraciones, aduce que se encuentra en actividad y que

desconoce los detalles de los temas que ellos desean abordar, entonces los periodistas le solicitan una entrevista especial en hora, lugar y día determinado. El vocero presidencial, es el encargado de darle seguimiento a esta petición. Por las múltiples actividades del gobernante, el Secretario de Relaciones Públicas, tiene autoridad para proporcionar declaraciones en nombre del mandatario.

1.3.3 CONFERENCIAS DE PRENSA

Bond (1984:p.135), indica que Conferencias de Prensa es la "convocada por el propio interesado para dar a conocer informaciones u opiniones acerca de un determinado tema, y en la que participan conjunta y simultáneamente periodistas de los distintos medios".

Esta técnica periodística, en la actualidad ha captado el interés de los diferentes medios de comunicación social, porque tienen la oportunidad de obtener una declaración directa del objetivo de su información.

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, convoca de una forma periódica, a conferencia de prensa, la cual puede ser semanal, quincenal, dependiendo de los temas de interés general que se perciban en el ambiente. Lo hace con el propósito de proporcionar una información especial o declarar una opinión

sobre un tema trascendente que le interesa dar a conocer para captar la atención de la población de una forma directa.

Es importante resaltar que la conferencia de prensa, le permitirá a la persona que la ofrece, que sus declaraciones tengan una cobertura total, dependiendo del poder de convocación que ejerza en los medios de comunicación sus declaraciones serán similares, ya que en el momento que un periodista realice una pregunta, la respuesta será para todos los presentes, quienes la estarán recibiendo simultáneamente, por lo que no existen primicias. Sin embargo, al final el periodista puede obtener una declaración exclusiva si aborda a la persona que está dando la conferencia en forma personal.

1.3.4 CAMPOS PAGADOS

Son publicaciones que se hacen cuando la información que se dará a conocer, le interesa al órgano oficial que se le publique completa para que esta sea interpretada en forma exacta, sin alteraciones.

El gobierno utiliza con mucha frecuencia los campos pagados, ya que le permite que la información aparezca en las páginas interiores de los periódicos con la demás información, por lo que de antemano sabe que al lector, le llamará la atención y

logrará con ello su penetración o crítica al respecto, por las acciones que realiza.

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, con las diferentes formas periodísticas que utiliza y que hemos mencionado, ha logrado constituirse en un ente generador de información.

Abastece de material informativo de una forma periódica a los diferentes medios de comunicación social, en oportunidades lo acompaña de fotografías.

Además, cuenta con varios equipos de filmación profesional, cuyo trabajo archiva con las diferentes actividades que realiza el gobernante de turno y sus funcionarios y cuando un medio no cubre el hecho, la Secretaría le proporciona copia de lo filmado.

1.4 CONTEXTO SOCIAL Y POLITICO DEL AÑO 1993

En la madrugada del 6 de junio de 1993, el licenciado Ramiro de León Carpio asumió el poder como resultado de una situación que, hasta entonces, no se había dado en Guatemala: un autogolpe de Estado promovido por el entonces Presidente de la República, Jorge Serrano Elias.

En el país eran frecuentes los golpes de Estado, pero no se conocía ningún autogolpe.

En Guatemala, con la asunción al poder por parte del ingeniero Jorge Serrano Elías, se acrecentó una crisis derivada del alto coste de la vida producto de la inflación, bajos salarios y la aplicación de políticas económicas neoliberales. Por otra parte, la situación política era difícil pues recién el Congreso de la República había derogado la Ley de Compensación por Tiempo de Servicio y en su lugar creó la Ley de Bonificación Anual para Trabajadores del Sector Público y Privado, que establece un sueldo adicional (Bono 14), independiente del aguinaldo (Siglo Veintiuno, 26/4/93).

Asimismo, había fracasado por tercera vez un proceso de antejuicio contra el diputado Obdulio Chinchilla Vega; es declarado sin lugar un antejuicio en contra del diputado Elder Vargas Estrada; y se declara con lugar el antejuicio contra el Procurador General de la Nación, Acisclo Valladares Molina, además que se le destituye del cargo. Asimismo, pocos días antes del autogolpe, se fuga de la Brigada Militar Mariscal Zavala, el coronel Hugo Contreras, quien había sido condenado a 20 años de prisión por la muerte del estadounidense Michael Devine, ocurrida en 1990 en Petén. (La Hora 19/5/93)

En Guatemala, en el año de 1991, Jorge Serrano Elías, apenas el segundo Presidente popularmente electo en el nuevo proceso democrático iniciado el 14 de enero de 1986, puso en peligro la institucionalidad y la

constitucionalidad del país, cuando en la mañana del 25 de mayo de 1993, anunció la disolución de los Organismos Judicial y Legislativo, el cierre de la Procuraduría General de la Nación, de la Procuraduría de los Derechos Humanos, la Corte de Constitucionalidad y la censura a todos los medios de comunicación. (Siglo Veintiuno 28/5/93).

Serrano Elías concentró todos los poderes en el Ejecutivo y trató de consolidarse mediante la integración de una nueva Corte Suprema de Justicia y la pretensión de que el Tribunal Supremo Electoral convocara a elecciones para la integración de un nuevo parlamento. Sin embargo, no sólo se encontró con la negativa de las autoridades del Tribunal Supremo sino de los Magistrados de la Corte de Constitucionalidad y del entonces Procurador de los Derechos Humanos, Ramiro de León Carpio, quien para escapar tuvo que saltar techos vecinos a su residencia, cuando la madrugada del 25 de mayo fuerzas de seguridad cercaron su vivienda con la intención de capturarlo.

De tal manera que Serrano Elías no sólo falló en su intento por consolidarse como Jefe de Estado sino que fue obligado a renunciar el 1 de junio. Luego, tras dos fallidos intentos del Vicepresidente Gustavo Espina Salguero por asumir la presidencia, Ramiro de León Carpio es designado por el Congreso de la República, que para entonces había reiniciado sus funciones, para concluir el período de mandato para el que fue electo el frustrado golpista. (La Hora 3/6/93).

De León Carpio, derrotó en la carrera presidencial al licenciado Arturo

Herbruger Asturias, entonces presidente del Tribunal Supremo Electoral quien semanas después se convertiría en su Vicepresidente y al licenciado Mario Quiñones Amézquita, Canciller Guatemalteco en el mandato de Vinicio Cerezo. El nuevo mandatario había tenido una destacada actuación como Procurador de los Derechos Humanos, lo que le valió el apoyo de sectores populares, sindicales y políticos, para que la madrugada del 6 de junio de 1993 fuera elegido por el Congreso.

Ramiro de León Carpio tuvo la capacidad de aglutinar la representación de los diferentes sectores de la sociedad, los cuales desde el mismo 25 de mayo de 1993 exigían la caída de Serrano Elías.

Un gobierno de transición

Luego de la salida al exilio de Jorge Serrano Elías, se conoció que este personaje cargó con cientos de millones de dólares de las arcas nacionales, lo que dejó virtualmente en quiebra al recién estrenado gobierno de Ramiro de León Carpio, quien por otro lado tuvo que afrontar la responsabilidad de iniciar, como lo exigían sectores populares, sindicales y algunas instituciones políticas, la depuración de los Organismos Judicial y Legislativo.

Es decir, aunque las expectativas que se generaron con Ramiro de León Carpio en la Presidencia fueron más allá de las reales, éste se tuvo que conformar con efectuar un gobierno de transición en el que priorizó el rescate de la institucionalidad, la depuración de los otros poderes del

Estado y las reformas constitucionales. En resumen, su principal esfuerzo fue evitar que fracasara una vez más el proceso democrático iniciado con Vinicio Cerezo Arévalo, lo cual finalmente logró.

Por si fuera poco, el 3 de julio, poco antes de que de León Carpio, cumpliera el primer mes en el Gobierno, es asesinado en el lugar conocido como El Molino del Tesoro, Chichicastenango, Quiché, su primo-hermano Jorge Rafael Carpio Nicolle, Director del Diario El Gráfico y líder de la Unión del Centro Nacional, UCN, junto a tres de sus acompañantes (Vicente Villacorta, Rigoberto Rivas y Alejandro Avila) por sujetos no identificados. (Siglo Veintiuno de 4/7/93).

Este primer semestre de gobierno encuentra a un mandatario fortalecido por el respaldo popular, económico y político que el 28 de septiembre solicita al Tribunal Supremo Electoral, TSE, la realización de una Consulta Popular que ratifique las reformas efectuadas a la Constitución de la República y que permita la elección de nuevos diputados al Congreso de la República y de los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia.

Otra decisión importante asumida por el mandatario en 1993, fue la disolución de la Comisión Nacional de Reconciliación, CNR, que encabezaba monseñor Rodolfo Quezada Toruño quien tenía seis años de participar en las negociaciones de paz e inicia la organización de otra instancia similar conocida como Comisión de la Paz, COPAZ, encabezada por Héctor Rosada Granados, la cual, aunque lentamente, inició el alcance de Acuerdos con la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca, URNG.

Más que soluciones inmediatas a los graves problemas económicos, sociales y políticos que agobiaban a la población en ese momento, el Presidente priorizó el rescate de la institucionalidad y del proceso democrático que habían quedado seriamente debilitados con el autogolpe de Jorge Serrano. Muchas críticas proferidas contra el mandatario tuvieron como origen el que se le haya visto como un "mecías" y se pensara, equivocadamente, que podría resolver en pocos meses todas las injusticias acumuladas en las últimas décadas y que por "arte de magia" podría suprimir a una clase política desprestigiada y sustituirla por personas honorables, sin ningún tipo de participación partidista.

CAPITULO SEGUNDO

BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
Biblioteca Central

CAPITULO II

2. LOS GENEROS PERIODISTICOS COMO ELEMENTO COMUNICACIONAL

2.1 GENEROS PERIODISTICOS ASPECTOS GENERALES

Es importante conocer las bases teóricas que rodean a la nota informativa, lo cual permitirá distinguir el espacio que los diarios Siglo Veintiuno y La Hora, designan a la nota informativa presidencial.

El periodismo, desde el punto de vista técnico, se desarrolla a través de determinados géneros que por su función son denominados "GENEROS PERIODISTICOS".

Los Géneros periodísticos constituyen el canal que el periodista utiliza para dar a conocer a la sociedad los acontecimientos que, en determinado momento del desarrollo económico, político, cultural, social, etc.; han producido interés general. En ese sentido, los Géneros Periodísticos contemplan en su clasificación a aquellos que presentan los hechos de manera informativa (noticia, entrevista, reportaje), y los que dan a conocer los acontecimientos con un carácter opinativo (artículo, editorial, crónica, columna y otros).

2.1.1 LA NOTICIA

La noticia se destaca como uno de los géneros que ocupa con mayor predominio, la inversión y espacio de todo medio de comunicación por considerársele el corazón de la información en virtud de que los demás géneros dependen de un hecho noticioso, por lo que se puede decir que la noticia es el núcleo y fundamento de éstos.

La palabra noticia tiene su raíz etimológica en el latín "nova" que significa cosas nuevas. Connotados autores le han definido así: para Leñero y Marín, (1986:p.47), la Noticia "es la información periodística que transmite información sobre un hecho actual, desconocido, inédito, de interés general y con determinado valor político-ideológico" .

Interiano, (1994:p.11), la define como: "El reporte de un hecho ocurrido (o que podría ocurrir), que sea de interés general".

Charnley , (1971:p.7), dice que la noticia es "la información corriente de los sucesos del día, puesta al alcance del público. La noticia no es la muerte de un dictador o la elección de un presidente: es el relato que el periodista hace de la muerte, y de la votación".

Finalmente, Martínez, (1974:p.39), señala que la noticia es "un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión".

Es indudable que cada una de las definiciones citadas son relevantes y

constituyen un gran aporte para comprender el contenido del concepto analizado.

De las definiciones citadas podemos extraer la siguiente definición: NOTICIA es la comunicación de un suceso que por ser desconocido hasta el momento y de interés social, se traslada al destinatario imparcial y oportunamente, con la certeza de confiabilidad del medio que comunica.

2.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA NOTICIA:

Si tomamos como base la definición de "Noticia" proporcionada anteriormente, podemos señalar como sus características las siguientes:

2.1.2.1. COMUNICACIÓN: Se refiere específicamente al relato que el comunicador hace del suceso, ya sea de forma verbal, escrita o visual, entendiéndose en esta acción un traslado de conocimientos y percepciones.

2.1.2.2 CONFIABILIDAD: La noticia debe poseer como característica básica la confiabilidad de la fuente que la traslada, es decir, el medio que la comunica debe ser considerado una fuente seria y responsable, en donde se asegure la ausencia de especulación y desconocimiento del suceso informado.

2.1.2.3. OPORTUNA: Esta característica tiene estrecha relación con el factor tiempo, en el entendido que la noticia se valora plenamente cuando ésta es inmediata al acontecimiento del hecho que la genera, ya que siendo así, tendrá mayor penetración y captación. La connotación de

esta característica se hará patente en la noticia si al inicio de ésta encontramos las palabras ayer, anoche, a primeras horas de esta madrugada, hoy. etc.

2.1.2.4. PROMINENTE: En la noticia es esencial tener siempre en cuenta al público, hacia el cual va dirigida con relación a la importancia del suceso o protagonista, que será el contenido de la misma, dado que existen hechos y personajes que cautivarán el interés de cualquier destinatario. Un hecho de tránsito no llamará mucho la atención del lector si no le sucede a un personaje político, religioso, artístico, etc.; lo que significa que la noticia es un producto de un hecho reiterado que por ello mismo deja de ser noticia, sino la prominencia de la persona que es objeto del acontecimiento.

2.1.2.5. PROXIMIDAD: Se refiere a la cercanía del lugar en que se produjo el hecho, o sea, la noticia creará mayor expectación en el destinatario cuando el sitio en que ocurrió esté próxima al lugar en que aquel se encuentre. En este aspecto, es lógico que el lector este atraído por su persona y lo que sucede a su alrededor en orden de importancia; su familia, sus amigos, su ciudad, su país y el continente donde se vive.

2.1.2.6. INTERES HUMANO: Generalmente toda noticia debe producir interés del público medio en virtud de que los seres humanos siempre están atentos en lo que hacen o dicen sus semejantes. Determinados tópicos contemplados en una noticia suelen causar en el lector un toque de sensibilidad en sus emociones, por ejemplo el abuso de los niños, la

discriminación racial, los efectos devastadores de la guerra, etc.

2.1.2.7. EL INGREDIENTE DE CONFLICTO: Lamentablemente y contra toda lógica, la lucha del hombre contra el hombre siempre ha despertado en sus semejantes un atractivo de interés, por lo que en la noticia el ingrediente de conflicto constituirá una característica esencial para provocar un elevado grado de interés. Un ejemplo de esto es la demanda de periódicos que dan a conocer hechos de violencia, disturbios, enfrentamientos, guerras, etc.

2.1.3 ELEMENTOS DE LA NOTICIA:

Son elementos de la noticia, aquellas partes esenciales que concurren a su integración y, sin los cuales, ésta no podría existir.

Tres son los elementos esenciales de toda noticia:

2.1.3.1. EL SUCESO: Que se traduce en la parte dinámica del acontecimiento, la modificación o transformación de un hecho por la intervención de la naturaleza o el ser humano.

2.1.3.2. INFORMACION: Es el proceso de interpretación, y valoración del suceso con el objeto de ser redactado y narrado en términos sencillos y comprensibles para el lector.

2.1.3.3. PUBLICO: Es el receptor final y definitivo de la información, quien representa el consumidor de la noticia del periodista.

Los elementos anteriores son presentados de forma más completa en la clasificación que proporciona Leñero y Marín , (1986:P. 57 y 58), quienes destacan los siguientes:

- “1. EL HECHO: Qué ha sucedido
2. EL SUJETO: Quién realiza la acción
3. EL TIEMPO: Cuándo sucedió
4. EL LUGAR: Dónde se llevó a cabo
5. LA FINALIDAD: Para qué o por qué se efectuó
6. LA FORMA: Cómo se realizó. “.

Estas seis preguntas van implícitas en la curiosidad del lector por leer la noticia, aún cuando no surge de este en una forma consciente, es decir, este comportamiento es espontáneo en el lector al enterarse del suceso. No es necesario que la noticia responda a las seis interrogantes, será suficiente con que se identifiquen en ella por lo menos cuatro.

Sin embargo, todo buen periodista debe tomar en cuenta la identificación de estas preguntas en el suceso; y por ende su correcta valoración, al momento de elaborar la noticia.

2.1.4 LA PRENSA ESCRITA, MEDIO DE COMUNICACION DE MASAS

Es cuestionable que el referirse a este tema requiere la noción de conceptos e ideas básicas, con relación a lo que se debe entender por "COMUNICACION DE MASAS" y "PRENSA ESCRITA". La frase de "Comunicación de masas" da, en principio, la idea de que se refiere a la existencia de un lenguaje común y comprensible a través del cual la sociedad da a conocer el desarrollo de su actividad, desempeñando una doble función, por ser el TRANSMISOR y RECEPTOR de la narración de su propia evolución.

Sin embargo, esta afirmación podría ser el concepto común y corriente, puesto que la propia sociedad no se conforma con un status permanente, pretende alcanzar un desarrollo dinámico que a la vez ha significado un estudio más profundo y científico de los mecanismos que utiliza para comunicarse. De ahí que surja la necesidad de conocer una definición más completa de esta frase.

Moragas (1989:p.25), al referirse a Comunicación de Masas dice que "entendemos aquellos procedimientos mediante los cuales, grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, film, etc.) para difundir un contenido simbólico a un público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso".

Para Burgelin, (1974:p.7), la comunicación de masas es "el modo particular de la comunicación moderna que permite al emisor de la comunicación (el individuo, el grupo del que emana), dirigirse simultáneamente a un número de destinatarios. El cine, la prensa, la publicidad, la radio, la televisión; realizan, pues, la comunicación de masas".

Debe entenderse, entonces, por COMUNICACION DE MASAS, según el Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación (1991:p.1019), la define como "Proceso en virtud del cual grupos sociales especializados se valen de medios técnicos (prensa, radio, televisión, cine, etc.), para transmitir contenidos simbólicos a un abundante número de personas heterogéneas".

Los medios de comunicación de masas se clasifican según Moragas (1989:p.27), de la siguiente forma:

- A) MEDIOS IMPRESOS: Consistentes en periódicos, revistas, libros, folletos, carteles y cualquier otro dispositivo técnico; que traslade un mensaje a la masa, apelando al sentido de la vista.
- B) MEDIOS TELEVISIVOS: Integrados por la televisión, cine, videos; que cautivan el sentido del oído como el de la vista.
- C) MEDIOS RADIALES: Lo conforma principalmente la radio."

La importancia que los medios de comunicación tienen actualmente en la sociedad, es trascendental, puesto que cumplen uno de sus objetivos primordiales, como lo es alcanzar un vasto público, gracias a los grandes adelantos tecnológicos y en consecuencia los diversos programas de televisión,

radio y publicaciones de prensa, son observados, escuchados y leídos por infinidad de personas.

En el caso específico de la **prensa escrita** como medio de comunicación, se ha llegado a comprobar que ningún otro medio de masas, es noticiosamente competitivo con el periódico, en el sentido de proporcionar en sus publicaciones, además de noticias, material que instruye y entretiene al lector.

La prensa escrita ha definido un estilo acorde a la época en que vivimos, con técnicas en su redacción y escritura que convence y sugiere alguna proposición o punto de vista fundamental

Por eso los periódicos analizados en la presente investigación **Siglo Veintiuno y La Hora**, presentan la noticia de una forma rápida condensada, breve, oportuna, llamativa; los editoriales y columnas son categóricos y concretos.

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, utiliza por ello los medios de comunicación social, para difundir cada una de sus actividades, sabiendo que éstas se darán a conocer por medio de ellos a la población, por lo que aprovechara para que los receptores estén siempre enterados de todo lo que acontece al representante del estado.

Se puede ver que el periodismo ha logrado las ventajas de una evolución fundamental, y que su misión, en los actuales momentos, adquiere importancia por el papel que desempeña.

2.2 HEMEROGRAFIA Y DIAGRAMACION CONCEPTOS BASICOS

Para su mejor comprensión es preciso definir qué:

Al Análisis de Contenido, Berelson (1952:p.33), lo define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifestado de las comunicaciones”.

La técnica de Kayser precisa de dos factores: el primero sobre la Personalidad del Diario; el otro sobre la Morfología del mismo.

A la Hemerografía Registral, Kayser (1979:p.85), la denomina como “la personalidad del periódico, por medio de la cual se obtienen datos referentes a las características que utiliza y hace que se diferencie de los demás”.

Además, Casasus (1985:p.71) la define también con el nombre de “Biografía Técnica o Personalidad del Periódico”.

El otro aspecto es la Morfología del Diario, la cual nos permite observar la forma en que se presenta la información los periódicos al público cada vez que editan su contenido.

Para lo cual se divide el diario en dos partes, Casasus (1985:p.26), “Los elementos de estructura y las unidades redaccionales”, a las que Vázquez (1985:p.26), indica que lo “conforman un conjunto donde no basta conocer el número de columnas, sino que o cuál es la división que se hacen del diario”.

Kayser, determina que “de hecho existe una superficie escrita, la cual se refiere al número de páginas y la extensión de superficie impresa. Estas pueden variar de

un diario a otro de acuerdo a los días o acontecimientos”.

Por lo que la noticia presidencial es información que sirvió como elemento medible. (**Ver estudio Hemerográfico Comparativo p. 65**).

El profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, Mauricio Amster, en el folleto Diagramación y Remodelación de Diarios del CENECA (1977:P.8), indica: “Debido a los intereses empresariales, el diagramador tiene que conjugar el arte con la ganancia; su labor es tanto plástica como administrativa. La diagramación es vestir al diario para su encuentro con el público. El diario debe presentarse con atracción y estilo mediante un ordenamiento visual de los elementos gráficos, el pregón del diario es su diagramación; no puede ser monótono, su aspecto debe mostrar dinamismo en los títulos y agilidad en la tipografía; el diseñador debe tener conocimiento de los procesos gráficos y aprovechar todas las posibilidades de los avances técnicos a su alcance”.

Alguno de los elementos medibles en una diagramación, que ocuparon a este estudio son el:

TITULO:

Avendaño (1979:p.2), indica que, "En periodismo, se entiende por titular a la expresión breve de lo más destacado de una noticia".

Se le conoce también como las palabras o frases que encabezan un texto cualquiera. El título periodístico no debe ser tan largo. Aunque la extensión depende del espacio disponible y de la declaración o

comunicación obligatoria, se recomienda que no exceda de doce palabras. Martínez, en artículo publicado en Gaceta de la Prensa, de Madrid, afirma que "iniciar a leer es la clave de un título".

TEXTO:

Es el espacio que se le designa a la información que el reportero redacta. Dependiendo los datos y el acontecimiento, así será la extensión del espacio que se le dedicara dentro del periódico.

FOTO:

"Es la que le dará agilidad y contraste a las distintas páginas de un periódico", indica Avendaño, (1979:.p.8).

Con las fotografías se brinda más información y adquiere dinamismo y menos monotonía la página, ayuda a hacerla atractiva.

El autor Avendaño, (1979:p9), dice: "Hay tres tipos de fotografías que pueden emplearse al acompañar una información noticiosa. **La fotografía noticiosa** en la cual se encuentran algunos de los elementos informativos del acontecimiento noticiable.

La fotografía como auxiliar de la noticia, en la que se encuentran aspectos impresos del hecho, y **la fotografía ilustrativa** en la cual no hay ninguna relación inmediata con el acontecimiento noticiable".

CAPITULO TERCERO

CAPITULO III

3. LA INFORMACION PRESIDENCIAL Y SU TRATAMIENTO EN LOS DIARIOS SIGLO VEINTIUNO Y LA HORA

3.1 METODOLOGIA

La técnica utilizada fue la bibliográfica, la cual permitió obtener la información para la realización de los antecedentes y las bases teóricas que dan a conocer la forma en que la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, presenta la información presidencial, y conocer el contenido teórico que debe tener una nota informativa, como genero periodístico informativo que es.

Asimismo, se ocupó para la presente investigación, la técnica de Análisis de Contenido midiéndose el espacio por pulgadas columnares, de los diarios analizados, que es el espacio medible en el estudio comparativo y su descripción total de los periódicos.

Además, se utilizaron cuatro periódicos de los diarios referidos, en donde se midió de una forma general lo que ocupan de texto y publicidad, para hacer una comparación del espacio que presenta la información presidencial en los meses de julio, agosto, septiembre, y diciembre de 1993.

3.1.1

VARIABLES

La prensa escrita, juega un papel importante al ser transmisora, principalmente de la nota informativa. En esta investigación específicamente se estudió la información presidencial.

Existen dos formas de recabar la nota informativa presidencial, primero por un reportero designado, y segundo, por la información preparada y enviada por parte de la Secretaría de Relaciones Públicas.

3.1.1.1 Momento Político

En cada época y circunstancia, la política utilizada por los gobernantes para trasladar a los medios de comunicación, hechos y acontecimientos derivados de su administración, han jugado un papel importante.

Es por ello que se ha requerido analizar el período de julio a diciembre de 1993, cuando asumió el poder ejecutivo, el licenciado Ramiro De León Carpio; pues existió una coyuntura política en el país.

3.1.1.2 Cobertura Periodística

Se estima que la orientación y presentación de la nota informativa presidencial en los diarios analizados (Siglo Veintiuno, La Hora), marcó un cambio en la presentación del espacio que se le dedicó.

La información presidencial fue presentada a la prensa escrita de diferentes formas, de ahí la importancia de estudiar el espacio que ocupó y si está aumentó o se mantuvo hasta diciembre de 1993, hacia la población guatemalteca. Evaluándose cuando la nota informativa era proporcionada por la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia o recabada por el reportero directamente, estableciéndose el grado de interés que tuvieron los diarios Siglo Veintiuno y La Hora cuando presentaron la información presidencial en sus páginas.

3.1.2 MUESTRA

La muestra la constituyeron las noticias con información presidencial aparecidas en Siglo Veintiuno y La Hora. Se hizo una medición hemerográfica de los periódicos editados durante las dos primeras semanas de los meses de julio a diciembre de 1993, de las páginas 2 a la 6, incluyendo la de cierre, en la sección nacional. únicamente los día martes, miércoles y sábado, (**Ver periódicos consultados p. 53**).

Además se obtuvo una comparación por medio de cuatro periódicos de los dos diarios analizados, de los meses de julio, agosto, septiembre y diciembre, en donde se midió cuánto ocupó el texto, publicidad, y el espacio que le dedicaron específicamente a la información presidencial en relación al total del contenido de pulgadas columnares.

3.2 HEMEROGRAFIA REGISTRAL DE LOS DIARIOS ANALIZADOS

3.2.1 Diario Siglo Veintiuno:

NOMBRE DEL DIARIO

"Siglo Veintiuno", "Por una Nación, Justa, Digna y Solidaria"

DIRECTIVOS: Corporación de Noticias: José Rubén Zamora Presidente, Consejo Editorial: Alvaro Castillo Monge, Mario Fuentes Destarac, Mauricio Barrera, Jorge Yee, Edgar Díaz Alonso, Director General Mauricio Barrera, Jefe de Redacción: Tulio Juárez. Jefe de Información: Carmen Aída Ibarra.

DIRECCION: 7a. Avenida 11-63, zona 9, Edificio Galerías España, 6to. nivel.
Fax: 2319145

PERIODICIDAD: Diaria

MOMENTO DE APARICION: Matutina

FORMATO: Tabloide

NUMERO HABITUAL DE PAGINAS: 45 de páginas

FECHA DEL PRIMER NUMERO: 1 de marzo de 1990

SERVICIOS NOTICIOSOS: Asociated Press International (API), Servicio Centroamericano de Noticias (ACAN-EFE), Agencia Inglesa de Noticias (REUTER). Casasus (1985:p.72), nos orienta a la anterior forma, para presentar el Registro de Identificación de un periódico.

3.2.2 Diario La Hora

NOMBRE DEL DIARIO

"Diario la Hora", "Tribuna No Mostrador", "Decano de la Prensa Independiente".

DIRECTORIO: Director General, Oscar Marroquín Rojas: Gerente, Luis Marroquín G., Jefe de Información, Carlos González.

DIRECCION: 9a. calle "A" 1-56, Zona 1, Guatemala, C.A. Fax: 2517084.

PERIODICIDAD: Periódica (lunes a sábado)

MOMENTO DE APARICION: Vespertino

FORMATO: Tabloide

NUMERO HABITUAL DE PAGINAS: 32 páginas

FECHA DEL PRIMERO NUMERO: 19 de Junio de 1920

SERVICIOS NOTICIOSOS: France Presse (AFP)

3.3. RESUMEN Y CUANTIFICACION DE LOS DATOS

Después de haber escogido y clasificado las noticias sobre la información presidencial, se midió el ancho y largo de cada una de las páginas analizadas por sus pulgadas columnares, utilizando el espacio que ocupó la información presidencial en las dos primeras semanas de julio a diciembre de 1993, de los periódicos **Siglo Veintiuno** y **La Hora**, de las páginas 2 a la 6 y la del cierre, en la sección nacional.

Además, para hacer una comparación general de la información y conocer la morfología de los diarios analizados, se realizó una medición de los periódicos relacionados dividiéndola en dos categorías, **texto** (donde se incluye fotografías) y **publicidad**.

Al hacerse las cuantificaciones y porcentajes de los datos recabados en **Siglo Veintiuno** y **La Hora**, se hizo una agrupación después de analizarse las diferentes formas que éstos presentaron la información presidencial y de lo cual se obtuvo la siguiente clasificación:

NOTICIAS, BOLETINES DE PRENSA, CONFERENCIA DE PRENSA, DECLARACIONES VERBALES, DECLARACIONES DEL VOCERO PRESIDENCIAL, ENTREVISTAS, BOLETINES DE PRENSA.

Es preciso mencionar que los periódicos para presentar la información al lector, lo hacen en una forma atractiva, clasificando las diferentes noticias que contienen en la página, por un ante-título, título, texto y foto; por lo que se realizó una medición individual de cada una de las agrupaciones que se mencionan.

Además, se compararon los meses de julio, agosto, septiembre y diciembre de los diarios referidos, haciéndose una medición en pulgadas columnares de la información presidencial, con el propósito de reflejar si la coyuntura política asumida por el licenciado Ramiro de León Carpio, en junio de 1993, fue constante a lo largo de los meses transcurridos de su gestión.

3.3.1 FORMAS DE PRESENTAR LA INFORMACION PRESIDENCIAL LA SECRETARIA DE RELACIONES PUBLICAS DE LA PRESIDENCIA

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia es la vocera del gobierno encargada de dar a conocer, relacionar, divulgar e informar con precisión de las diferentes actividades presidenciales.

En el período analizado se estableció que **Diario Siglo Veintiuno** editó 19 noticias, de conferencias de prensa 6, entrevista no realizó ninguna, boletines de prensa 6, declaraciones del vocero presidencial 5, declaraciones verbales 12; **Diario La Hora**, 6 noticias, 4 de conferencia de prensa, entrevista 4, boletines de prensa 2, declaraciones del vocero presidencial no publicó y declaraciones verbales 5. **[Ver Cuadro 1 y Gráfica 1).**

Lo anterior muestra la trascendencia de las diferentes formas en que los periódicos presentan la información, concluyendo en que si el periodista cubre directamente una fuente, en este caso la del Palacio Nacional, obtendrá de una forma directa la información y así lograr un mayor espacio.

Es notorio que **Siglo Veintiuno** edite un porcentaje mayor de las diferentes formas que presentan la nota presidencial pues contiene más páginas para dar la información. **La Hora**, tiene un espacio más reducido por el número de sus páginas en cada edición. Además, uno de los diarios es vespertino **La Hora**, y el otro matutino.

3.3.2 ESPACIO DEDICADO AL TEXTO DE LA INFORMACION PRESIDENCIAL EN LAS PAGINAS ANALIZADAS

Durante las primeras dos semanas de los meses comprendidos de julio a diciembre de 1993, **Diario Siglo Veintiuno**, ocupó para el texto de la noticia de la información presidencial, un 41% del espacio de las primeras 6 páginas de cada emisión, de la sección nacional; para las declaraciones verbales dadas por el Presidente de la República un 28%; conferencias de prensa, 15%; para los boletines de prensa emitidos por la Secretaría de Relaciones Públicas, 9%, y un 7% para las declaraciones emitidas por el vocero presidencial.

En el caso del **Diario La Hora**, los resultados obtenidos son: La noticia abarcó un 30% del espacio; las declaraciones verbales un 26%; un 21%

para las conferencias de prensa; un espacio del 18% para las entrevistas al gobernante de turno, y un 5% para los boletines de prensa. **(Ver Cuadro 2 y Gráfica 2).**

Las agrupaciones que para el estudio se formaron sobresalieron por el mayor porcentaje que obtuvieron, fueron cuando la información se cubrió directamente por el periodista que estaba designado a la fuente oficial presidencial, en el caso de la noticia fue de un 40% para diario **Siglo Veintiuno** y un 28% para **La Hora**.

Por su parte, cuando el Presidente dio a conocer directamente la información por declaraciones verbales, se obtuvo uno de los mayores porcentajes en **Siglo Veintiuno** 28% y 26% para el **Diario La Hora**, comparadas con las otras clasificaciones.

La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia para divulgar la información utilizó diferentes formas, que se reflejaron en el espacio del texto que se le designó en las páginas analizadas, a las conferencias de prensa, que son organizadas por esa secretaria, las que ocuparon un espacio prioritario de un 15% en diario **Siglo Veintiuno** y 21% en **La Hora**.

Además, para conferencias y boletines de prensa, siempre se mantuvo un espacio asignado por los diarios analizados para este tipo de material informativo que les proporciona la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia.

Por lo que nos refleja que la vocera del gobierno, presenta de una forma periódica la información a los medios de comunicación, logrando tener un espacio permanente aunque éste no sea representativo con el demás contenido de la información que aparece en los diarios (nota roja, deportes, variedad, etc.).

Además, aunque fue reducido el espacio brindado a los boletines de prensa y las declaraciones del vocero presidencial, éstas diferentes formas de presentar la información presidencial son efectivas, pues el espacio asignado a este tipo de noticias aparecen periódicamente, en las primeras páginas de su edición.

3.3.3. UTILIZACION DE FOTOGRAFIAS EN LA INFORMACION PRESIDENCIAL, EN LAS PAGINAS ANALIZADAS

El uso de la fotografía en los diarios analizados, es notorio pues la misma le presenta al lector una forma novedosa y no tediosa de leer la información que le brindan.

El espacio que se designó a las ilustraciones dependiendo la forma en que fue presentada la información presidencial en las páginas analizadas y determinadas para el presente estudio, fue en la noticia en **Siglo Veintiuno**, 15%, **Diario La Hora** 34%; conferencia de prensa 18% y 24% respectivamente; en boletín de prensa 21% para **Siglo Veintiuno** y la **Hora** no publicó boletines, declaraciones del vocero presidencial, en **Siglo Veintiuno** se obtuvo 26%, mientras que el otro periódico analizado fue

nulo para las declaraciones verbales del vocero; declaraciones del presidente 19% en **Siglo Veintiuno** y 25% en **La Hora**. **Diario La Hora** 17%, para entrevista, únicamente. Se revisó las primeras 6 páginas y la del cierre de la sección nacional. **(Ver Cuadro 3 y Gráfica 3)**

El porcentaje dedicado a las fotografías, permite observar nuevamente al igual que en el texto, que la noticia ocupa un porcentaje alto, pues el periodista acostumbra a llevar un fotógrafo a la fuente directamente y obtener así exclusividades, lo que permitió una explicación más clara al lector de lo que se está informando.

En las declaraciones verbales, se ve reflejado que un gran porcentaje de la información presentada por el vocero presidencial, no es tomada en cuenta ya que en **La Hora**, no se incluyó.

Las conferencias de prensa, presentadas por la Secretaria de Relaciones Públicas, obtuvieron un gran porcentaje, demostrando lo efectivo que puede resultar una información cuando es presentada de esta forma.

Es importante recalcar, que la fotografía es el complemento de la información que se recaba, pues la misma permite darle un equilibrio a la página del periódico y hacer que la lectura de las notas informativas sean más llamativas para los lectores.

Los porcentajes nos demuestran que en **La Hora**, es más dinámica la presentación de sus noticias, por ocupar un espacio mayor para las mismas, además que éste dedicó más espacio a la información, mientras que **Siglo Veintiuno** la divide con la publicidad.

3.3.4 UTILIZACION DEL TITULAR EN LA INFORMACION PRESIDENCIAL EN LAS PAGINAS ANALIZADAS

Avendaño, (1979:p.3), indica que, "El titular, es el que nos dará a conocer de que se trata la información que se nos esta presentando, por lo que muchas veces ocupará un espacio de cinco columnas o sea completa el ancho de una página, la altura de las letras no excede de una pulgada".

Además, los periódicos **Siglo Veintiuno** y **La Hora**, presenta en su mayoría, titulares de cinco líneas, cuando utilizan de cuatro a tres columnas, no excede de dos líneas.

El ante-título, lo ocupa en mayor porcentaje **Siglo Veintiuno**, mientras que **La Hora**, es más frecuente que ocupen el sub-titular, pero ambos son utilizados mínimamente.

En el estudio hemerográfico analizado, se determinó que el 33% del espacio, es brindado para el titular de la noticia en **Siglo Veintiuno** y en **La Hora** es un 36%; para la conferencia de prensa fue un 18% y 20% respectivamente; boletín de prensa un 11% y 6%; declaraciones del vocero presidencial en **Siglo Veintiuno** 10%, en **La Hora** ninguno; en declaraciones verbales 28% y 27% respectivamente, entrevista 11% en **La Hora**, únicamente.

Lo anterior nos refleja que **Diario La Hora**, brindó un mayor espacio al tamaño que le dedicó al titular, pues el mismo lo hace regularmente ocupando la página completa de cinco columnas, pues así presenta la

información regularmente.

Mientras **Siglo Veintiuno**, ocupa un espacio más reducido en sus titulares por la variedad de información que presenta, pues por contener mayor número de páginas en su edición, se le da la oportunidad de colocar diversidad de información.

3.3.5 ESPACIO DE LA INFORMACIÓN PRESIDENCIAL, CON RELACION A LA SUPERFICIE DE LOS DIARIOS ANALIZADOS

El presente estudio se realizó utilizando cuatro periódicos de los diarios analizados de los meses de julio, agosto, septiembre y diciembre; midiendo cada página, por el ancho y largo de sus pulgadas, para obtener su superficie, clasificándola por texto (incluyendo fotografías) y publicidad.

Los datos estadísticos nos reflejaron que **Siglo Veintiuno**, utiliza el 53%, en texto, mientras a la publicidad le designa un 47%; **La Hora**, un 80% y 20%, respectivamente. **(Ver Cuadro 5 y Gráfica 5)**

Con lo cual se establece que **Siglo Veintiuno** es un medio escrito, que utiliza más anuncios comerciales, pues casi la mitad de su superficie la dedica a la publicidad, en cambio **La Hora**, como periódico con menor número de páginas en sus ediciones, brinda mayor información.

Esto nos permitió observar, que el espacio total designado en los diarios analizados, es de 27,405 pulgadas en **Siglo Veintiuno** y 17,280 en **La Hora**.

La presentación de la información presidencial en el espacio por pulgadas columnares fue en **Siglo Veintiuno**, en el mes de julio de 192 pulgadas columnares, en La Hora 124"; en agosto un 128" y un 78"; en septiembre 99" y 118" y en diciembre 105", y 95", respectivamente. La medición obtenida se hizo con la revisión de las páginas 2 a la 6 y la del cierre en la sección nacional de los diarios analizados. **(Ver Cuadros 6 y Gráficas 6)**. En **La Hora**, por ser un periódico vespertino, se le asigna un menor espacio a la información presidencial, pues el número de páginas en su edición es menor que el matutino **Siglo Veintiuno**.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

1. En la investigación se comprobó que la información presidencial, aparece en las primeras páginas de los Diarios Siglo Veintiuno y La Hora, dedicándoseles un espacio importante.
2. Durante el presente trabajo se comprobó que la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, a través de los diversos mecanismos de comunicación que utiliza (boletines de prensa, declaraciones del presidente, conferencia de prensa, etc.); mantuvo un canal abierto con los periódicos analizados, los cuales brindaron espacios aceptables tal como se demuestra en el estudio hemerográfico comparativo.
3. La Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, es la vocera del gobierno, encargada de dar a conocer, relacionar, divulgar e informar de las diferentes actividades del Presidente de la República a los medios de comunicación social.

4. Siglo Veintiuno, representó a través del estudio hemerográfico comparativo realizado, que un 47%, casi la mitad del total de la medición de la superficie analizada, la utiliza para publicidad mientras La Hora le da únicamente un 20%, por lo que destina su mayor espacio al texto.

5. El Diario La Hora y Siglo Veintiuno, utilizaron fotografías para presentar la información presidencial, contribuyendo a que sea atractiva y no tediosa al leer el periódico.

6. La coyuntura política en la que asumió el poder el licenciado de León Carpio, se debió al respaldo popular, económico y político que imperó en Guatemala en ese periodo histórico.

7. Al analizar el período de Julio a Diciembre de 1993, se estableció que aumentó el espacio dedicado a la información presidencial en el inicio de julio, pues en Siglo Veintiuno fue de 192 pulgadas columnares y en La Hora un 124", mes en que asumiera la conducción del ejecutivo el licenciado de León Carpio; decayendo transcurrido los meses, pues en diciembre fue de 105" y 95" respectivamente.

**REFERENCIAS
BIBLIOGRAFICAS**

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Amster, Mauricio

1977 Diagramación y Remodelación de Diarios, Ceneca, Santiago de Chile

Anléu Marroquín, Luis Arango

1993. Aplicación de Relaciones Públicas Internas en la Empresa Privada Guatemalteca. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Francisco Marroquín.

Avendaño Amaya, Ismael

1979. Manual de Diagramación, Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Burgelin, Olivier

1974. La Comunicación de Masas. Barcelona: Planeta y A.T.E.

Cabezas, Horacio

1994. Metodología de la Investigación. Guatemala: Piedra Santa.

Castelli, Eugenio

1981. Manual de Periodismo, Teoría y Técnica de la Comunicación Impresa. Buenos Aires.

Chaims, Katz

1980 Diccionario Básico de Comunicación, México, Nueva Imagen.

Charnley, Mitchell

1971 Periodismo Informativo. Buenos Aires, Troquel

Costales, Orteja José

1966. Noticias-Actualidad, Información, España, Universidad de Navarra, Instituto de Periodismo.

Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación

1991. España, Paulinas.

Diccionario de La Lengua Española

1992. 21a. Edición, España, Real Academia.

Diccionario de Sinónimos y Antónimos

1989. México, Laró

Fraser Bond, J.

1974. Introducción al Periodismo. México, Limusa.

García Laguardia, Jorge Mario

1995. Política y Constitución en Guatemala. La Constitución de 1985. Guatemala, Llerena, S.A.

Guatemala, Leyes, Decretos

Acuerdo Gubernativo 965-1988 Artículo Primero.

Guatemala: Secretaria de Relaciones Públicas de la Presidencia.

Guatemala, Decretos, Reglamentos

1988. Manual de Organización y Funcionamiento de Relaciones Públicas.
Guatemala, Secretaria de Relaciones Públicas de la Presidencia.

Interiano, Carlos

1994. ABC del Periodismo Guatemala, Asociación Para el
Desarrollo de Las Comunicaciones Sociales, -ADCS-

Leñero, Vicente y Carlos Marín

1986. Manual del Periodismo, 5a. Edición, Grigalbo, México.

Martínez Albertos, José Luis

1974. Redacción Periodística, España, A.T.E.

Martínez de Sousa, José

1981. Diccionario General de Periodismo, España, Paraninfo.

Marston, John E.

1985. Relaciones Públicas Modernas, México, Graw Hill.

Moragas, Miguel De

1989. Sociología de la Comunicación de Masas, España, Gustavo Gili.

Somma, Luigi,

1967. Apuntes del curso sobre Relaciones Públicas, España, Instituto Superior Internacional de ISIRP.

Vivaldi, Martín

1981. Géneros Periodísticos, Madrid, Paraninfo.

PERIODICOS CONSULTADOS

SIGLO VEINTIUNO

1993 NUMEROS: 1185 (26/4/93); 1185 (28/5/93); 1190 (4/7/93); 1213 (24/7/93); 1215 (**27/7/93**); 1216 (28/7/93); 1220 (31/7/93); 1223 (3/8/93); 1224 (4/8/93); 1227 (7/8/93); 1230 (10/8/93); 1231 (11/8/93); 1234 (**14/8/93**); 1252 (1/9/93); 1255 (4/9/93); 1258 (**7/9/93**); 1259 (8/9/93); 1262 (11/9/93); 1265 (14/9/93); 1266 (15/9/93); 1283 (2/10/93); 1286 (5/10/93); 1287 (6/10/93); 1290 (9/10/93); 1293 (12/10/93); 1294 (13/10/93); 1314 (2/11/93); 1315 (3/11/93); 1318 (6/11/93); 1321 (9/11/93); 1322 (10/11/93); 1325 (13/11/93); 1343 (1/12/93); 1346 (4/12/93); 1349 (7/12/93); 1350 (8/12/93); 1353 (11/12/93); 1356 (14/12/93); 1357 (**15/12/93**). Guatemala, Corporación de Noticias, S.A.

LA HORA

1993 NUMEROS: 25,275 (3/7/93); 25,277 (6/7/93); 25,278 (**7/7/93**); 25,281 (10/7/93); 25,283 (13/7/93); 25,284 (14/7/93); 25,301 (3/8/93); 25,302 (4/8/93); 25,305 (**7/8/93**); 25,307 (11/8/93); 25,308 (11/8/93); 25,311; 25,326 (1/9/93); 25,329 (4/9/93); 25,331 (**7/9/93**); 25,332 (8/9/93); 25,335 (11/9/93); 25,354 (5/10/93); 25,355 (6/10/93); 25,358 (9/10/93); 25,360 (12/10/93); 25,361 (13/10/93); 25,376 (2/11/93); 25,377 (3/11/93); 25,380 (6/11/93); 25,382 (9/11/93); 25,383; (10/11/93); 25,386 (13/11/93); 25,401 (1/12/93); 25,404 (4/12/93); 25,406 (7/12/93); 25,410 (**11/12/93**). Guatemala, Diario La Hora.

ANEXOS

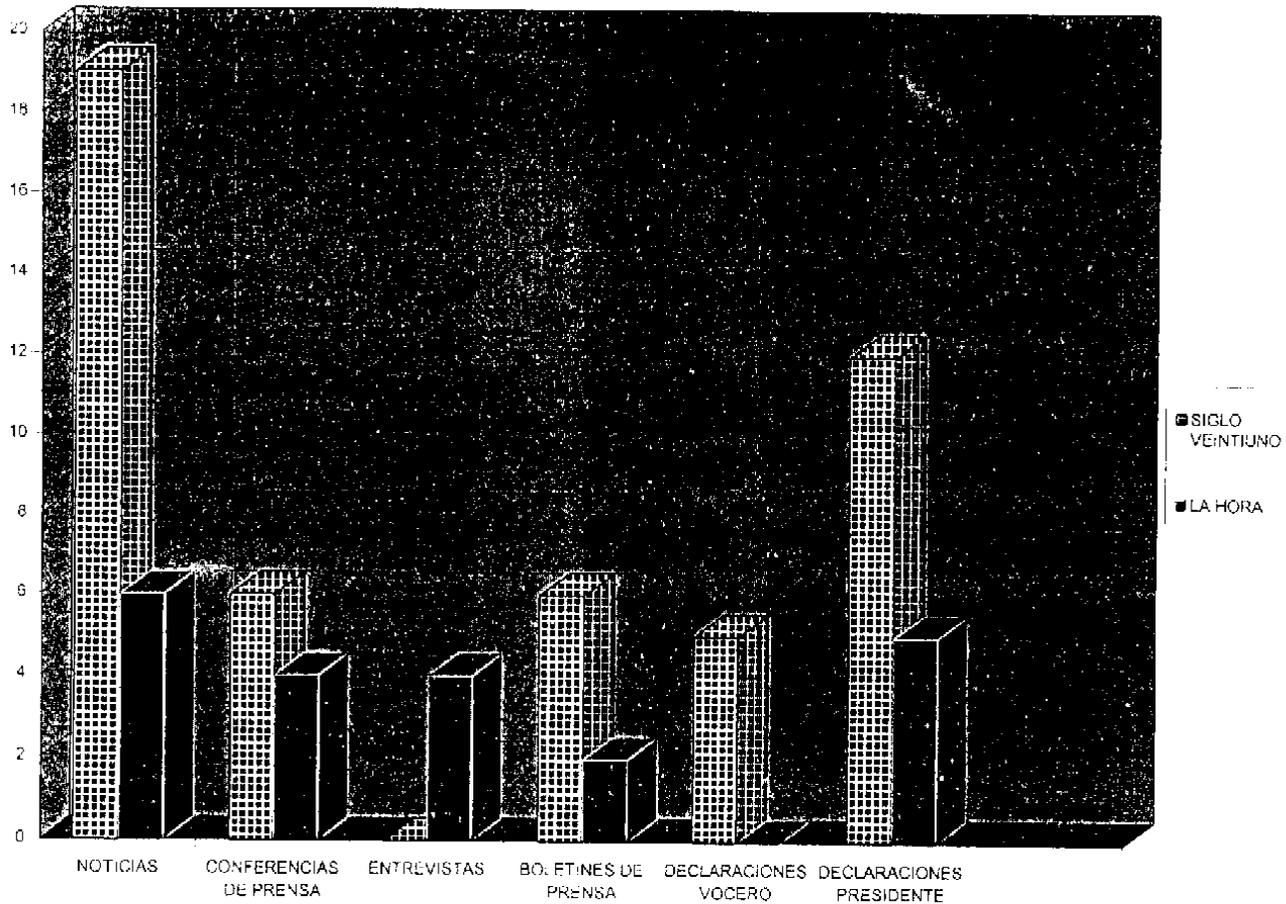
CUADRO 1

FORMAS DE PRESENTAR LA INFORMACIÓN PRESIDENCIAL LA SECRETARIA DE RELACIONES PUBLICAS DE LA PRESIDENCIA

DIARIOS

PRESENTACIÓN	SIGLO VEINTIUNO	LA HORA
NOTICIAS	19	6
CONFERENCIAS DE PRENSA	6	4
ENTREVISTAS	-	4
BOLETINES DE PRENSA	6	2
DECLARACIONES VOCERO	5	-
DECLARACIONES PRESIDENTE	12	5
TOTAL	49	21

GRAFICA 1
FORMAS DE PRESENTAR LA INFORMACION PRESIDENCIAL



CUADRO 2

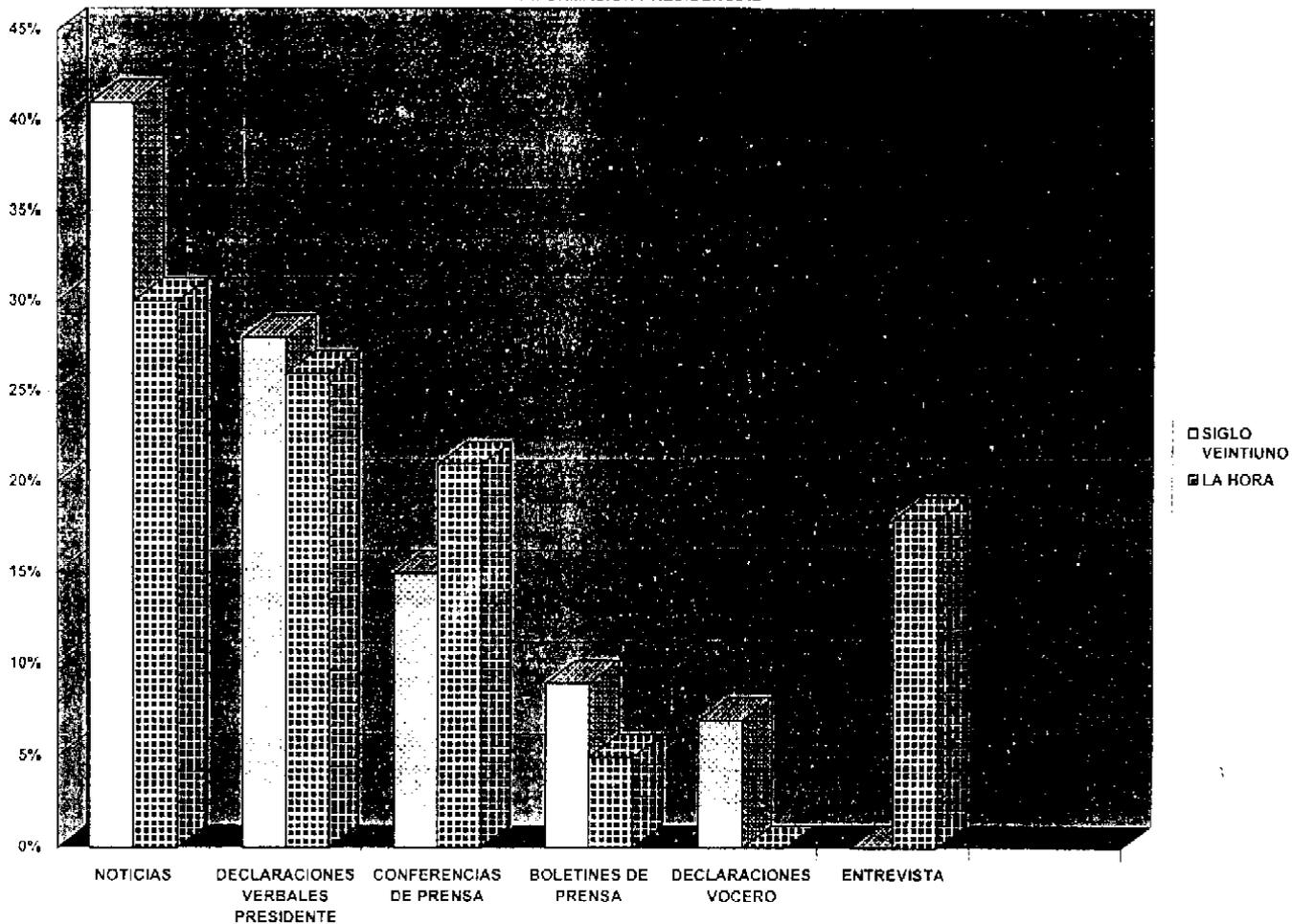
ESPACIO DEDICADO AL TEXTO EN LA INFORMACIÓN PRESIDENCIAL

DIARIOS

PRESENTACIÓN	SIGLO VEINTIUNO	LA HORA
NOTICIAS	41%	30%
DECLARACIONES VERBALES PRESIDENTE	28%	26%
CONFERENCIAS DE PRENSA	15%	21%
BOLETINES DE PRENSA	9%	5%
DECLARACIONES VOCERO	7%	--
ENTREVISTA	--	18%
TOTAL	100%	100%

Estudio Hemerografico Comparativo

GRAFICA 2
 ESPACIO DEDICADO AL TEXTO
 EN LA INFORMACION PRESIDENCIAL



CUADRO 3

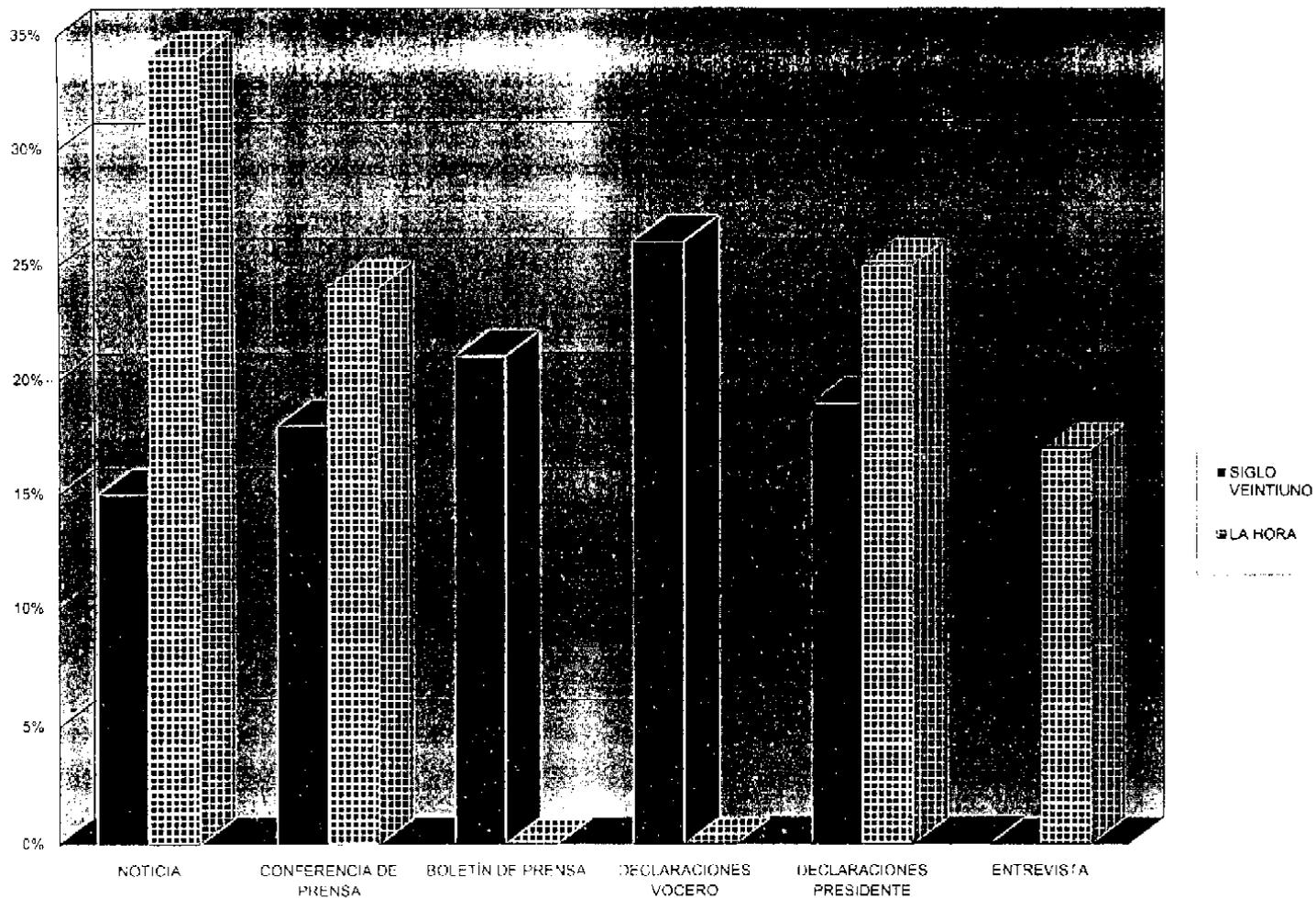
UTILIZACIÓN DE FOTOGRAFÍAS EN LA INFORMACIÓN PRESIDENCIAL

DIARIOS

PRESENTACIÓN	SIGLO VEINTIUNO	LA HORA
NOTICIA	15%	34%
CONFERENCIA DE PRENSA	18%	24%
BOLETÍN DE PRENSA	21%	--
DECLARACIONES VOCERO	26%	--
DECLARACIONES PRESIDENTE	19%	25%
ENTREVISTA	--	17%
TOTAL	100%	100%

Estudio Hemerografico Comparativo

GRAFICA 3
UTILIZACION DE FOTOGRAFIAS EN LA INFORMACION PRESIDENCIAL



CUADRO 4

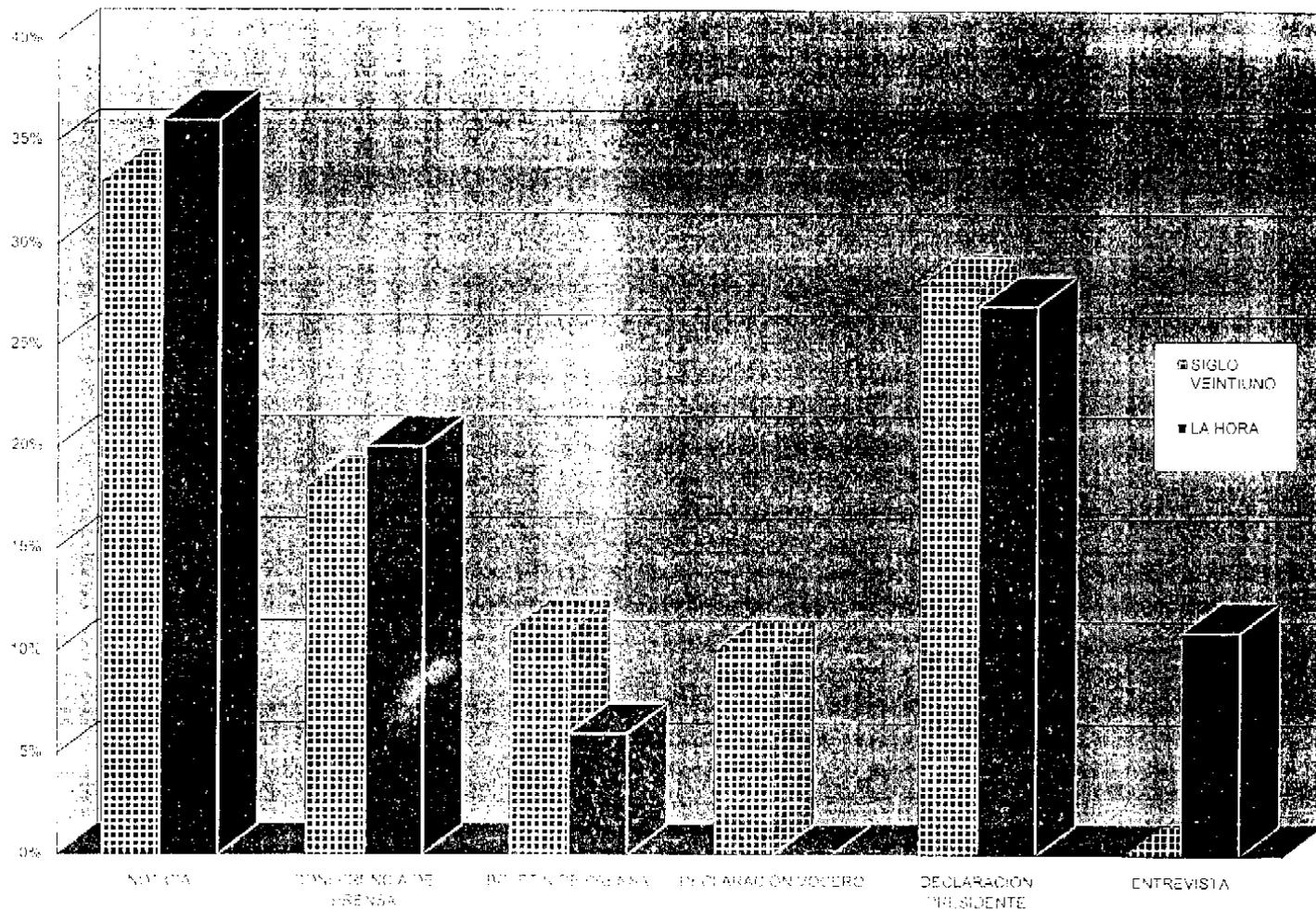
UTILIZACIÓN DEL TITULAR EN LA INFORMACIÓN PRESIDENCIAL

DIARIOS

PRESENTACIÓN	SIGLO VEINTIUNO	LA HORA
NOTICIA	33%	36%
CONFERENCIA DE PRENSA	18%	20%
BOLETÍN DE PRENSA	11%	6%
DECLARACIÓN VOCERO	10%	0%
DECLARACIÓN PRESIDENTE	28%	27%
ENTREVISTA	--	11%
TOTAL	100%	100%

Estudio Hemerografico Comparativo

GRAFICA 4
 UTILIZACION DEL TITULAR EN LA INFORMACION PRESIDENCIAL

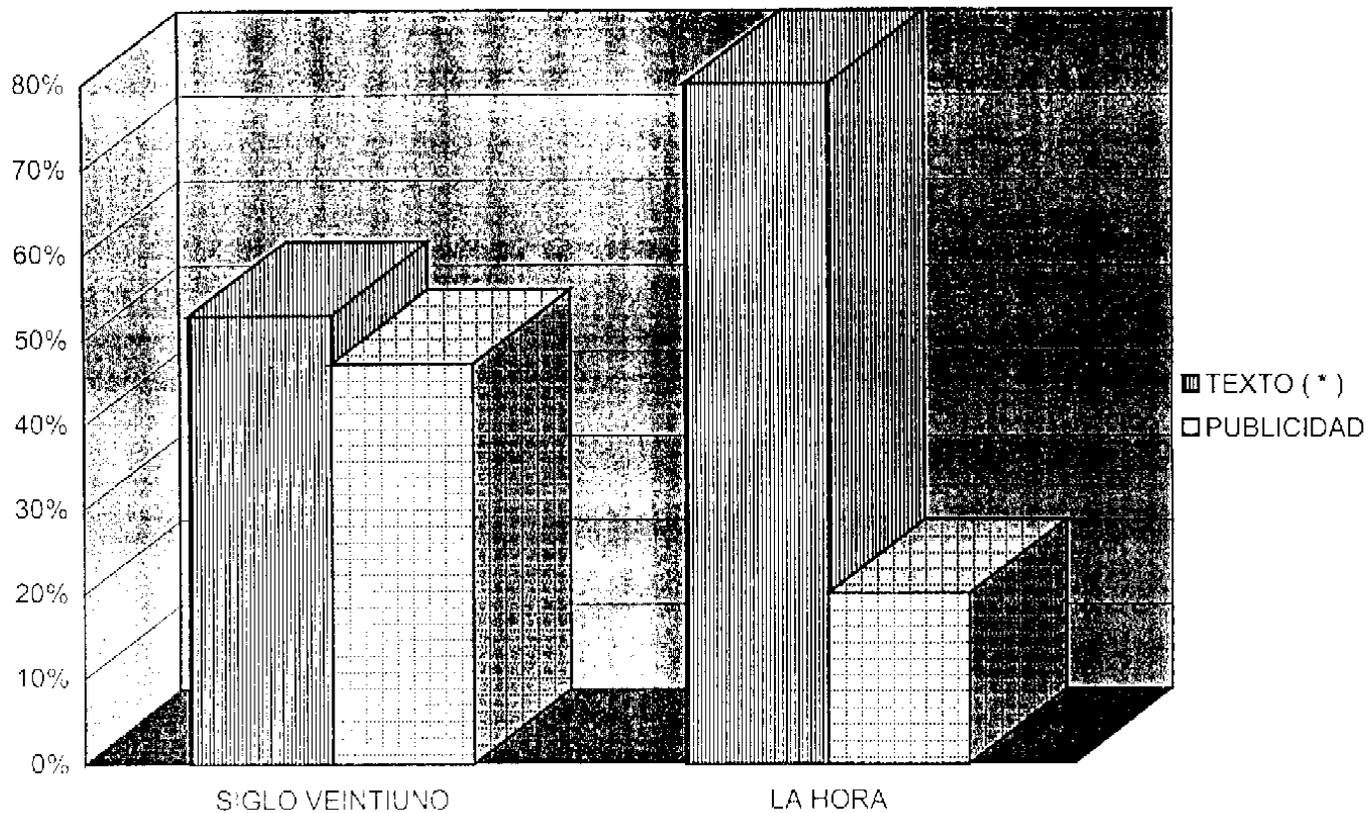


CUADRO 5
SUPERFICIE DE LOS PERIODICOS ANALIZADOS
SIGLO VEINTIUNO Y LA HORA

DIARIOS		
	SIGLO VEINTIUNO	LA HORA
TEXTO (*)	52.82%	80%
PUBLICIDAD	47.18%	20%
	100%	100%

(*) Incluye Texto y fotografías

GRAFICA 5
SUPERFICIE DE LOS PERIODICOS ANALIZADOS
SIGLO VEINTIUNO Y LA HORA



CUADRO 6
ESPACIO EN PULGADAS COLUMNARES COMPARATIVO
DE LA INFORMACIÓN PRESIDENCIAL EN RELACIÓN
AL TOTAL DE DIARIOS ANALIZADOS

DIARIO	MES	No. Págs.	Total Pulg.	INFORMACIÓN Total Pulg/Col.	PUBLICIDAD Total Pulg/Col.	INFORMACIÓN PRESIDENCIAL Total Pulg/Col.
SIGLO VEINTUNO	JULIO	43p.	5,805	3,824	1,790	192
	AGOSTO	28p.	3,780	2,545	1,107	128
	SEPTIEMBRE	52p.	7,020	3,038	3,884	99
	DICIEMBRE	80p.	10,800	4,545	6,150	105
LA HORA	JULIO	32p.	4,320	3,317	879	124
	AGOSTO	32p.	4,320	3,018	1,224	78
	SEPTIEMBRE	32p.	4,320	3,772	430	118
	DICIEMBRE	32p.	4,320	3,247	978	95

GRAFICA 6
Espacio en Pulgadas Columnares Comparativo
de la Información Presidencial en Relación al Total de Diarios Analizados

