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

Trabajo de Tesis

PERIODISMO ECONOMICO EN GUATEMALA

(Un estudio a los problemas de presentación y legibilidad de la información económica especializada)

Presentado por

LIBNA ELUBINA BONILLA ALARCON

Previo a optar el título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Asesor

Lic. Juan Alberto González Jacobo

Guatemala, Octubre de 1999

Director
M. Sc. Carlos Humberto Interiano

Comisión Directiva Paritaria

Representantes Docentes

M. Sc. Carlos Humberto Interiano
Lic. César Augusto Urízar Méndez
Lic. Oscar René Paniagua Carrera

Representantes Estudiantiles

Gilmar Ernesto Bobadilla Rodríguez
Marco Tulio Ochoa España
Roberto Elías Esquit Meza

Secretario

Lic. Sergio Vinicio Morataya García

Tribunal Examinador

Lic. Juan Alberto González Jacobo (Presidente)
Lic. Oscar René Paniagua Carrera
Lic. Elías Barahona
Lic. Miguel Angel Juárez
Lic. Victor Tomás Carillas
Lic. Ismael Avendaño (Suplente)

RSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA

A DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
dad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, 23 de julio de 1,997
ECC 851-97

Señorita estudiante
Libna E. Bonilla Alarcón
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.5, del PUNTO SEGUNDO, del Acta No. 19-97 de sesión celebrada el 14 de julio de 1,997.

"SEGUNDO:... 2.5 Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante LIBNA E. BONILLA ALARCON, Carnet No. 8717192, el punto de tesis: PERIODISMO ECONOMICO y b) Nombrarle como asesor al licenciado Alberto González."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Miriam Yurcuté
Secretaria

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
SECRETARIA

MY/lm
CC Comisión de Tesis

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

Guatemala,8 de septiembre de 1999
ECC-1,059-99

Señorita
Libna Elubina Bonilla Alarcón
Esc.Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 2.7 Punto SEGUNDO, del Acta 28-99 de sesión celebrada el 06-09-99.

"SEGUNDO:...2.7:...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 Licenciados Juan Alberto González (Presidente) René Paniagua y Elías Barahona, para que integren el Comité de tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de la estudiante: **LIBNA ELUBINA BONILLA ALARCON**, Carnet No.8717192, cuyo título es: PERIODISMO ECONOMICO (INFORMACION ESPECIALIZADA EN LA ECONOMIA DE GUATEMALA)."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS SECRETARIA

Lic. Sergio Morataya
Secretario

SM/rmr

Edificio Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12 • Telefax (502) 476-9938
Correo electrónico: usaccom@usac.edu.gt • Internet: http://www.usac.edu.gt/escuelas/comunicacion

RSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA

A DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
dad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 15 de octubre de 1999

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informarmos a ustedes que el (la) estudiante LIBNA ELUBINA BONILLA ALARCON

Carnet No. 8717192, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es PERIODISMO ECONOMICO EN GUATEMALA (Un estudio a los problemas de presentación y legibilidad de la información económica especializada)

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
Lic. Oscar René Paniagua

Miembro Comisión Revisora
Lic. Elías Barahona

Presidente Comisión Revisora
Lic. Juan Alberto González

cc/estudiante
archivo
correlativo

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

Guatemala, 21 de octubre de 1999
ECC-1,252-99

Señorita
Libna Bonilla Alarcón
Esc.Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.4 Punto SEGUNDO, del Acta No.34-99 de sesión celebrada el 18 de octubre de 1999.

"SEGUNDO:...2.4:...Comisión Directiva Paritaria ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: PERIODISMO ECONOMICO EN GUATEMALA (un estudio a los problemas de presentación y legibilidad de la información económica especializada), presentado por la estudiante **LIBNA BONILLA ALARCON,** Carnet No.8717192, 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: Lic. Miguel Angel Júarez, Víctor Tomás Carillas (titulares) y Lic. Ismael Avendaño (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Lic. Juan Alberto González (Presidente), Oscar René Paniagua y Elías Barahona, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN — UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS — SECRETARIA

Lic. Sergio Morataya
Secretario

SM/lmr

Edificio Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12 • Telefax (502) 476-9938
reo electrónico: usaccom@usac.edu.gt • Internet: http://www.usac.edu.gt/escuelas/comunicacion

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

INDICE

CAPITULO 5

ANALISIS DE DATOS

INDICE DE ILUSTRACIONES Y GRAFICAS

INDICE DE CUADROS

PERIODISMO ECONOMICO EN GUATEMALA

RESUMEN

Esta investigación tiene como gran tema el Periodismo Económico en Guatemala, el que está tratado a nivel de capítulos, para que el lector pueda buscar la información de acuerdo con sus intereses.

El trabajo de investigación está dividido en cinco capítulos. En el capítulo uno se puede encontrar las definiciones de periodismo generalizado, periodismo especializado y periodismo especializado económico.

En el capítulo dos se trata de dar a conocer algunas de las fuentes que sirven de consulta a los periodistas especializados en economía.

Definiciones del lenguaje que se sugiere utilizar para la redacción de información económica, las encontrará en el capítulo tres.

El marco metodológico se describe en el capítulo cuatro, que incluye los objetivos alcanzados así como el procedimiento utilizado en el proceso de la elaboración de esta investigación.

En el capitulo cinco se presentan los hallazgos, las conclusiones y las recomendaciones que generó la investigación a partir del trabajo de campo.

INTRODUCCION

En los años ochenta, nuestro país atravesaba una época difícil, en la que los problemas económicos y sociales agobiaban a los guatemaltecos, como pocas veces había ocurrido en el siglo que está por terminar.

Las personas que forman parte del público conocedor de medios, valoraron la necesidad de proporcionar información económica especializada para que la gente que representa los sectores productivos del país, recibiera información que le fuere útil para la toma de decisiones importantes, que contribuyeran al desarrollo económico y social del país.

Es entonces cuando los periódicos tradicionales empezaron a incluir suplementos especializados dentro de sus publicaciones, momento que podría definirse como el inicio de la información especializada económica en Guatemala.

Este trabajo de tesis se realizó con el objetivo primordial de evaluar la importancia que la información económica ha adquirido en los principales diarios del país, a través de la publicación de los suplementos especializados Negocios, Pulso Económico y el Periódico Moneda, así como para identificar sus principales características, visualizar las dificultades que se dan en la legibilidad de este tipo de información.

A través de la opinión de los lectores entrevistados se manifiesta un interés por mejorar la presentación de la información económica, ya que

encuentran dificultades para la comprensión de la misma, así también como se obtiene un listado de las preferencias de temas que los lectores requieren.

En los últimos años se ha experimentado en los medios de información impresos, un mayor interés por desarrollar el periodismo en forma más científica, lo que se demuestra a través del surgimiento de publicaciones especializadas las cuales se han multiplicado, así como por el interés suscitado entre los lectores.

Sea pues este trabajo un aporte que pueda ser utilizado como material de apoyo para llevar a cabo propuestas y/o proyectos que contribuyan al desarrollo de la comunicación especializada en Guatemala.

CAPITULO 1

FUNDAMENTACION TEORICA Y ANTECEDENTES DEL PERIODISMO ECONOMICO

Antes de describir lo que es Periodismo Económico, es importante recordar el concepto que se tiene acerca del Periodismo en general. Periodismo... es un medio de información social cuya misión fundamental es difundir entre las personas, información, orientación y pasatiempo en intervalos de tiempo determinados[1].

¿Y quién hace uso de ese medio de comunicación para hacer llegar los mensajes hacia un grupo determinado? El periodista. ¿Qué es ser Periodista? Carlos Interiano[2], define entre uno de sus tantos artículos, que hasta hace dos siglos no existía la palabra Periodista, ésta nace como consecuencia de la primera gran revolución industrial y el surgimiento de los medios de comunicación impresos. La prensa (por su alusión al medio mecánico que se utilizaba para imprimir), es el principal punto de partida que dio origen a lo que hoy se conoce con el nombre de Periodistas.
Con el transcurso de los años se ha convenido llamarle PERIODISTA a quienes ejercen el oficio de informar a través de los medios masivos.

[1] G. Martín Vivaldi. Géneros Periodísticos, España 1987 p. 374
[2] C. Interiano M. Sc. Comunicación, Director Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC, Guatemala. Autor de varios libros.

PERIODISMO ECONOMICO EN GUATEMALA

Según el diccionario enciclopédico Océano, periodista es "el profesional de la información al servicio de un medio informativo (prensa, radio, televisión etc.)"

El diccionario Larousse define la palabra periodista como "el que escribe en los periódicos", y como sinónimos menciona corresponsal, cronista, gacetillero, redactor, reportero etc.

Periodista es "aquel que se dedica a escribir sobre cosas que ignora" comenta el Licenciado en Periodismo Elías Barahona, catedrático de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), en una entrevista sostenida en relación al desarrollo de esta investigación.

Anteriormente se dijo que periodista es quien trabaja en medios masivos, hay que agregar una nueva modalidad que surge en los últimos años: la prensa especializada. Y es en esta clase de periodismo, donde se ubica las diferentes especializaciones que en la actualidad se dan en el campo de la información, la cual se maneja dependiendo del segmento de la población que al medio de comunicación le interesa tener informado.

Existe especialización en periodismo científico, económico, político, deportivo, investigativo, educativo y otros.

A continuación se dará a conocer los conceptos que se tienen acerca del Periodismo Especializado, y particularmente el tema objeto de investigación, que es el Periodismo Económico Especializado.

1.1 ¿Qué es Periodismo Especializado?

El periodismo especializado es necesariamente científico. No es solamente cuestión de experiencia ni de aprender a expresar en lenguaje especializado (cierto metalenguaje) las opiniones o las percepciones comunes. Toda ciencia posee un lenguaje propio, pero también definiciones, enfoques y teorías propias derivadas básicamente de tener un objeto de conocimiento propio y un método científico que permite conocerlo, manejarlo en el pensamiento, y por consecuencia, describir, justificar y explicar los hechos de tal objeto, de su desarrollo y de sus interconexiones reales.

En la actualidad, los redactores-reporteros-periodistas, ven la necesidad de adaptarse y responder a las exigencias de la época, la que se caracteriza por una mayor especialización tecnológica y una mayor complejidad en las distintas áreas de interés para el público que está en contacto con los medios de comunicación.

La prensa escrita, particularmente, requiere de un lector con disponibilidad anímica y con otros requerimientos específicos que hacen que el medio se plantee un lenguaje especial. El periodista debe conocer el tema que va a comunicar lo que requiere conocer el contexto, antecedentes, las implicaciones, las diversas fuentes.

Periodismo Especializado significa entonces, *un acercamiento del periodista con la disciplina científica o profesional en el área correspondiente.*

Hoy en día, los temas especializados resultan de interés y de importancia para el público común. Así mismo, la formación de opinión pública en distintas áreas, que es una responsabilidad de los medios de comunicación, es en buena medida el resultado de una comunicación adecuada en cada área.

Las posibilidades del desarrollo social tienen que ver con lo que los medios de comunicación ofrecen, tanto en términos informativos -noticiosos- como divulgativos y recreativos. En otras palabras, las actitudes y comportamiento de los individuos en factores como la gestión económica, el disfrute de creación de la cultura, el ejercicio de la vida democrática, el aprovechamiento, multiplicación de los desarrollos tecnológicos y científicos; así como otros muchos ámbitos que hacen parte de la vida del hombre y de la sociedad actual, están mediados por los medios masivos de comunicación.

1.2 ¿Qué es Periodismo Económico?

Tras conocer algunas definiciones de Periodismo General y Especializado, en esta parte se escribirá acerca de una de las categorías del periodismo especializado: El Periodismo Económico.

El Periodismo Económico especializado, parte de la asociación de las palabras *información y economía*. Debe entenderse que los hechos económicos son aquellas existencias y hechos humanos sociales vinculados con los procesos de producción, distribución,

intercambio y consumo de bienes y servicios que permiten satisfacer las necesidades humanas y de la vida social actual. La ciencia que estudia todos esos fenómenos se llama *Economía, y* como tal tiene un lenguaje y métodos propios para enfocarlos, estudiarlos, explicarlos, entenderlos y divulgarlos. Las palabras dinero, precios, tipo de cambio, valores etc., son términos propios de esa ciencia.

A partir de los años cincuenta, la información económica fue más notoria dentro de los estudios sobre la comunicación. Como muestra de ello Schramm y Lerner[3], entre otros autores, comenzaron a estudiar el efecto de las comunicaciones sobre el desarrollo de los pueblos. El contexto político no puede ser más favorable para ese empeño, el creciente protagonismo de los Estados Unidos de Norte América en el mundo puede ser justificado y hasta apoyado si son su modelo de vida y su organización económica los que se difunden en las sociedades atrasadas.

La información económica especializada presenta, más que ninguna otra información, dificultades de comprensión para el lector; ya sea por el manejo de terminología especializada, o bien por los datos y cifras que son desconocidas por el lector común. No es un problema exclusivo de los medios ni de los periodistas guatemaltecos.

Desde su aparición en los medios de comunicación, esta área de la información ha presentado dificultades, relacionadas básicamente

[3] Citados por Coca, Díezhandino. P. Económico, Paraninfo 1991 p. 23

con el uso o el abuso de un lenguaje que crea confusión y distancia en el público.

Si se parte del hecho de que todo es parte de la cadena económica de la sociedad, puesto que se participa de un trabajo remunerado, se compra más, se venden bienes, se pagan servicios públicos y la mayoría depende de un salario para subsistir, es una realidad que a todos debería interesar la información económica y que los encargados de proporcionarla están en la obligación de hacerlo de manera comprensible.

Se puede resumir entonces que Periodismo Económico es una de las ramas del periodismo especializado, que se dedica a difundir información relacionada con los hechos económicos que acontecen en un país, los cuales directa o indirectamente, positiva o negativamente afectan a grupos de personas.

1.3 Antecedentes del Periodismo Económico

En esta parte se hará una aproximación de cómo se ha dado la información económica en algunas partes del mundo, y particularmente en Guatemala, así como se enumerarán las principales características de los suplementos económicos que fueron objeto de estudio en esta investigación.

1.4 Orígenes de la información económica en el mundo

El negocio de la prensa, aún antes de la invención de la imprenta, era mercantil y contribuyó a enlazar las distintas actividades de tipo comercial en los diferentes países.

Los comerciantes, los hombres de negocios, necesitaban tener noticias de los precios de mercado, el tamaño de los ejércitos, el estado de las haciendas reales, la situación política de los países con los que comerciaban y otras cuestiones que podían afectar el buen desarrollo de sus negocios.

Al remontarse a los siglos XV y XVI, se encuentran los textos clásicos de periodismo, en los que se citan la casa comercial de los Függer, la Augsburg Fugger Company, con sede en Alemania, que ya en el siglo XV absorbió de tal forma el mercado informativo que llegó a formar uno de los más importantes imperios económicos de su tiempo[4]. Situó agentes en los lugares más destacados del mundo y, antes de la aparición de la imprenta, disponía de servicios informativos organizados con corresponsales en los principales centros de interés de Europa, tales como Viena, Colonia, París y otros.

Thomas Gresham, agente de una compañía comercial inglesa, dispuso de un buen servicio de noticias, lo que fue su clave del éxito. Gresham nació en el año 1519, consciente de que la información era importante para lograr el desarrollo económico, por

lo que llegó a disponer de un grupo de informadores en los lugares claves. Fue así como se convirtió en el consultor económico mejor informado de su época. Se dice que fue uno de los eslabones clave para que el Imperio británico alcanzara una posición privilegiada en el siglo XVI.

A principios del siglo XVIII se ubica al rotativo francés *Le Journal Economique,* como uno de los primeros en la información económica, y nacen los *"advertisers"* (anunciantes) ingleses.
Es a partir del siglo XIX cuando se considera el desarrollo definitivo de la información económica, convertida ya, desde que surge la prensa de élite, en información clave para la clase dominante[5].

Es decir que, tomando en cuenta la existencia de un grupo social cuyas necesidades de información no estaban cubiertas por los diarios, daba origen a un nuevo estrato informativo, constituido por periódicos herederos de la prensa industrial o de "negocio" del siglo XIX. Tales periódicos, explica Timoteo Alvarez[6] serán conocidos en el siglo XX como de élite, se agrupan en torno a dos fórmulas: una, de información general; y otra, de información especializada, particularmente económico-financiera.

El nacimiento del periodismo financiero/económico se sitúa en Inglaterra. Ya que el fuerte crecimiento de la riqueza a principios del

[4] Cfr. Weill, George. El Periódico. Ed. Uteha. México 1979.
[5] Coca, Diezhandino. Periodismo Económico Ed. Paraninfo 1991
[6] Timoteo Alvarez, Jesús. Historia y modelos de la comunicación en el siglo Veinte. Ed. Ariel. Barcelona 1987

siglo pasado, en ese país, fue un auténtico impulsor de la demanda de información financiera.

1.5 La información económica en Guatemala

Veinte años atrás, en Guatemala no existían suplementos de noticias dedicados solamente a la información económica especializada.

El periodismo escrito ha evolucionado notoriamente a partir de los años 80, se ha visto que han surgido un mayor número de periódicos: Siglo Veintiuno, La Hora, El Regional, Nuestro diario, Al Día, Prensa Libre, El Periódico y Moneda; todos con contenidos diferentes, dirigidos a diversos grupos objetivos, lo cual demuestra un importante avance en este campo de la comunicación.

A través de los nuevos medios escritos se está dando a conocer un periodismo más especializado, con el hecho de tener información económica además de la sección diaria, tal es el caso de Prensa Libre, con su suplemento Negocios, Siglo Veintiuno con el Suplemento Pulso Económico y el Periódico Financiero Moneda. Estos tres medios presentan más información económica que el resto de periódicos escritos, lo que demuestra que los diarios y periodistas guatemaltecos se están especializando en temas económicos.

A continuación encontrará una descripción de las principales características de los suplementos y periódico económicos que fueron analizados en esta investigación:

Ilustración No. 1

1.5.1 Suplemento Económico Negocios

En el diario Prensa Libre se planteó como objetivo ofrecer un mejor servicio a sus lectores[7], a través de la creación de un suplemento económico, que viniese a informar sobre lo que acontecía en el dinámico mundo económico y financiero.

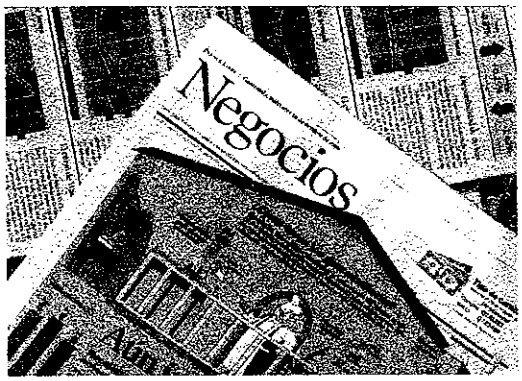


Ilustración No. 2

Fue así como circuló semanalmente en julio de 1983, los días miércoles. Aunque se inició con el nombre de Suplemento Económico y Financiero, hoy se reconoce como ***NEGOCIOS*** y amplió su periodicidad de semanal a diaria.

Prensa Libre es el periódico de mayor circulación en el país, con una tirada de unos 125 mil ejemplares diarios.

[7] Prensa Libre 13 de julio 1983 Primera edición Suplemento Económico y Financiero

1.5.2 Suplemento Pulso Económico

El diario Siglo Veintiuno, incluyó en su circulación el Suplemento ***PULSO ECONOMICO***, a partir de agosto de 1990, todos los días lunes, con un contenido económico informativo más especializado.

Ilustración No. 3

En 1997, los directivos del Periódico Siglo Veintiuno, decidieron realizar algunas modificaciones en la diagramación del diario, y es entonces cuando la sección económica se integra al suplemento Pulso, cambiando su periodicidad de semanal a diaria (de lunes a viernes).

Regina de Cerezo, actual directora de Pulso, indicó que la característica que tiene este suplemento actualmente es que se incluye información de hechos que acontecen diariamente y que están relacionados con la economía. El día lunes le dan un enfoque distinto ya que su contenido es más completo, presentan temas con más profundidad; le dan a la información

un tratamiento con más análisis, dependiendo de cuales han sido los temas más interesantes durante la semana.

Al inicio Pulso Económico era redactado por profesionales de la economía, entre los que se pueden mencionar a Lizardo Sosa, ex presidente del Banco de Guatemala y Mariano Rayo ex director de la Secretaría General de Planificación Económica (Segeplan), entre otros, razón por la que se puede deducir que era un producto elaborado para conocedores en materia económica.

En la actualidad, el periódico Siglo Veintiuno, cuenta con una circulación de 53,563, según su departamento de mercadeo, cantidad que le ubica como el segundo periódico de mayor circulación, después de Prensa Libre.

1.5.3 Periódico Moneda

Si los diarios Prensa Libre y Siglo Veintiuno tienen sus suplementos económicos, existe también ***MONEDA***, el único periódico especializado económico. Salió a circulación por primera vez en abril de 1996, con una periodicidad semanal.

Su director es Jorge Carpio Arrivillaga, quien formó parte del Consejo Directivo de Diario El Gráfico, medio periodístico que

en una época se ubicó entre los dos periódicos de mayor circulación en el país, junto con Prensa Libre.

El periódico Moneda está dirigido principalmente a ejecutivos de empresas, debido a su alto contenido especializado.

Actualmente el periódico Moneda se distribuye fuera de las fronteras guatemaltecas, ya que desde junio recién pasado está llegando a El Salvador, en septiembre llegó a Nicaragua y en octubre se proyecta hacia los mercados de Honduras y Costa Rica.

Ilustración No. 4

Por sus características, MONEDA es un periódico de suscripción, con un tiraje de 10,000 ejemplares, dentro del territorio guatemalteco, y un precio equivalente a 1 dólar[8].

[8] Guatemala 7 quetzales, El Salvador 8 colones y 1 dólar en otros países

CAPITULO 2

LOS PERIODISTAS Y FUENTES DE INFORMACION ECONOMICA

En el periodismo podría decirse que hay tres niveles de profesionales: el periodista simple, el periodista profesional y el periodista científico o especializado. Todo aquel periodista especializado o científico necesariamente ha de pasar por la etapa profesional, aunque se haya iniciado como reportero.

Por lo que se puede resumir que el periodista científico o especializado es en primer lugar periodista, en segundo un profesional del periodismo, y en tercer lugar es alguien que conoce la rama de la ciencia en que se especializa.

En países de mayor desarrollo, como por ejemplo Estados Unidos de Norteamérica, Inglaterra, España y otros, se ha considerado que los periodistas de información económica forman parte de lo que se ha dado en llamar la élite de la prensa, junto con la mayoría de analistas políticos y otros altos cargos de las redacciones de los periódicos más importantes.

Schmertz y Novak[9] se refieren a la élite de la prensa, centrándose en los periodistas económicos, de acuerdo con sus salarios y su enriquecimiento económico.

[9] citados por Coca, Díezhandino P. Económico, Paraninfo 1991 p.76

Según la opinión de Gonzalo Marroquín, Director del Diario Prensa Libre, hasta hace pocos años en Guatemala no existía el periodista especializado; estos puestos eran cubiertos por periodistas generales. Hernán Guerra, reportero del área económica del Diario El Periódico, lo confirma cuando comenta "el periodista que hoy cubría noticias de orden político, probablemente el día siguiente cubriría noticias de orden económico, es decir que no existía una clasificación de categorías o áreas en las que ellos pudieran dedicarse para poder dominar de una mejor forma los temas.

Hoy día los periodistas especializados pueden afirmar que el hecho de dedicarse a una sola área, particularmente la económica, les ha traído como consecuencia un horario específico y un mejor futuro profesional.

En Guatemala, los periodistas especializados en economía son escasos, según la opinión de Edgar Celada, editor del Suplemento Negocios (Prensa Libre) y Regina de Cerezo directora de Pulso Económico (Siglo Veintiuno), ya que anteriormente un periodista general cubría los acontecimientos económicos sin mayor profundización, puesto que la mayoría de periodistas generales carecen de los elementos suficientes para redactar ese tipo de información. Es por ello que actualmente, los medios se están encargando de que en lo posible, reciban algún tipo de capacitación, lo cual es de beneficio tanto para el periodista como para el periódico.

En un encuentro internacional para periodistas especializados, Andrés Oppenhaimer, redactor del Miami Herald, de Estados Unidos, señaló que

"hace algún tiempo, el mejor periodista económico era el que más entendía lo que estaba pasando. Hoy, es el que mejor lo puede explicar".[10]

Lo anterior viene a confirmar la importancia de especializar a los periodistas en las distintas ramas de la economía, para enfrentar esa difícil tarea de informar adecuadamente sobre los temas económicos.

2.1 Las fuentes en la Información Económica

Hace algún tiempo, una tarde de un día cualquiera, un economista que ocupaba un cargo relevante en una institución financiera llamó a un periodista conocido. En la redacción del medio le dijeron que se encontraba fuera cubriendo otra información y regresaría hasta dos días después. El economista, se despidió sin dejar la noticia que llevaba.

La información consistía en la fusión de dos conocidas entidades financieras. Fue así como el periódico perdió una exclusiva de alcance nacional y ésta a su vez perdió su trascendencia.

Lo anterior ilustra la mportancia de la oportuna relación entre los periodistas y sus fuentes sobre todo cuando se trata de información económica.

[10] Especialización del Periodismo Contemporáneo. Fupedes, Guatemala p. 31

La mayoría de los periodistas casi nunca han sido testigos presenciales de los hechos sobre los que informan. Pueden serlo de una carrera ciclista o una boda de famosos, o de una sesión del Congreso. Pero existen hechos que se producen sin que haya un profesional que de un testimonio directo. Los periodistas deben informarse previamente antes de redactar la mayoría de noticias que proporcionan. Y para ello deben acudir a las llamadas fuentes de información.

Las fuentes de información son personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para el suministro de noticias. La información puede ser de dos tipos: la que busca el medio a través de sus contactos y la que recibe a partir de la iniciativa de distintos sectores interesados.
La relación entre los periodistas y sus fuentes es compleja y básica en el proceso de producción de noticias. *Un medio sin fuentes es un medio muerto.*[11]

2.2 *Tipos de Fuentes*

Existen diferentes modelos de fuentes: Fuente Resistente, Fuente Abierta, Fuente Espontánea, Fuente Avida y Fuente Compulsiva.

La actitud más reacia a comunicar información corresponde a la ***fuente resistente***: opone fuertes obstáculos, restricciones y

[11] La Noticia, Pistas para percibir el Mundo. Mar de Fontcuberta. Paidós, Barcelona, 1993

reticencias a quien busca en ella información. Por el contrario, la ***fuente abierta*** no opone resistencia pero tampoco asume la iniciativa; necesita que se le busque para que comunique la información.

La ***fuente espontánea*** asume ella misma la iniciativa de informar al medio; la ***fuente ávida*** adopta igual actitud, pero con una carga de identidad y urgencia mayor. Suele producirse cuando alguien necesita que se den a conocer los mensajes que sirven a sus intereses.

Por último, la ***fuente compulsiva*** toma la iniciativa con todos los recursos a su alcance, como para obligar al medio a comunicar su información. La fuente resistente y la fuente abierta corresponden a la información buscada; la fuente espontánea y la fuente ávida corresponden a la información recibida.

2.3 Principales fuentes del sector económico en Guatemala

De acuerdo con los datos proporcionados por periodistas del área económica en Guatemala, Estuardo Gasparico de Negocios, Luis Armas del periódico Moneda, Hernán Guerra de El Periódico entre otros, coincidieron en mencionar algunas de las diferentes fuentes a las que se acude a buscar información, entre las que se pueden señalar las siguientes:

- Mercados populares
- Vendedores ambulantes
- Artesanos y campesinos
- Ministerio de Economía
- Ministerio de Agricultura
- Ministerio de Finanzas Públicas
- Ministerio de Energía y Minas
- Banco de Guatemala Junta Monetaria
- Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras (CACIF).
- Federación de la pequeña y Mediana Empresa (FEPYME)
- Partidos Políticos
- Presidencia de la República
- Congreso de la República
- Central General de Trabajadores de Guatemala (CGTG)
- Unión Sindical de Trabajadores de Guatemala (UNSITRAGUA)
- Asociación de Investigaciones y Estudios Sociales (ASIES)
- Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (CIEN)
- Instituto de Investigación Económica y Social de la Universidad de San Carlos (IIES)
- Instituto de Investigación Económica de la Universidad Rafael Landívar.

CAPITULO 3

EL LENGUAJE DE LA INFORMACION ECONOMICA

Además de las fuentes informativas, el lenguaje utilizado en la información económica especializada es importante.

Entre otros autores, los siguientes manifiestan algunas características del lenguaje especializado:

"El periodista debe tener algo que decir, pero esto no le servirá de mucho en este mundo apresurado e impaciente si no sabe decirlo con palabras claras, concisas y directas, con velocidad y sin posibilidad de error."[12]

Fraser Bond[13] asegura que todos los periódicos, tratan de que su contenido sea de fácil lectura para reducir al mínimo el esfuerzo del lector. Así pues, prefieren las palabras sencillas en lugar de las rebuscadas, las oraciones breves en lugar de las divididas en varias cláusulas.

Martínez Albertos[14] dice que cuando los periodistas caen en la trampa de un lenguaje político muy especializado, convierten los periódicos en boletines de uno u otro grupo de poder.

[12] Warren, Carl N. Géneros Periodísticos informativos. p. 69
[13] Bond, F. Fraser. Introducción al periodismo. México 1979 (4a. Ed.)

PERIODISMO ECONOMICO EN GUATEMALA

Según proyecciones de la Fundación de Periodismo para el Desarrollo (FUPEDES)[15], entre el 12 y el 15 por ciento de los lectores guatemaltecos lee las noticias económicas. La razón de ese bajo porcentaje de lectores se debe, entre otros factores, a la falta de precisión y claridad en la redacción periodística y que los periodistas carecen de capacitación especializada.

Adicionalmente puede mencionarse la complejidad misma que, en algunos casos tiene la información económica, debido a la utilización de cifras o cantidades, variables económicas y otros. Sin embargo, con la permanente consulta de fuentes bibliográficas y personajes, así como un agudo sentido periodístico para transformar un material denso en algo sencillo y mucha creatividad en el estilo, puede lograrse una información económica de fácil comprensión.

[14] Martínez Albertos, José Luis. El lenguaje periodístico. Ed. Paraninfo, Madrid 1989
[15] Especialización del Periodismo Contemporáneo, Fupedes-Guatemala 1999 p. 31

3.1 Sugerencias para la redacción de información económica

Después de haber consultado bibliografía[16] sobre Periodismo Económico, así como entrevistar al Licenciado Carlos Interiano, Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC y Coordinador General de la Maestría en Dirección de Medios de Comunicación de la Universidad Panamericana, a los periodistas Luis Morales Chúa, ex director de Prensa Libre, Mauricio Barrera, Asesor del periódico Siglo Veintiuno, se consideró importante presentar una serie de sugerencias a tomar en cuenta en el momento de redactar la información económica:

- Antes de sentarse a escribir, el redactor debe estar seguro de que entendió la información, los cuadros estadísticos y los porcentajes. Si no es así, consulte con su jefe inmediato para despejar las dudas.

- Elabore un esquema con los puntos más importantes. Esto le permitirá definir qué va a incluir en la entrada o lead y luego lo que va en el cuerpo de la nota.

- Recuerde que le contará al lector lo que usted entendió y no repetirá la terminología técnica que le trasladó la fuente que

- consultó. No se trata de manipular la información sino de hacerla accesible.

[16] Especialización del Periodismo Contemporáneo. Fupedes, Guatemala 1999

- Es probable que el funcionario que proporcionó la información utilizó un lenguaje muy técnico y si usted es buen comunicador sabe que eso lo debe traducir a un lenguaje sencillo que lo entienda desde un abogado hasta una ama de casa y un campesino. Recuerde que ninguno de los tres personajes mencionados tiene conocimientos de términos técnicos de economía y sin embargo necesitan estar al día con la información económica.

- La posibilidad de utilizar las figuras literarias en la redacción económica. El símil o la metáfora (La Superintendencia de Administración Tributaria podría volver al banquillo de los acusados).

- Se puede recurrir también a figuras deportivas (El ministro de Economía colocó el balón de los aranceles en la portería de los importadores) o de música (Los agroexportadores bailan al son que les tocan los mercados internacionales) o de otras áreas como el cine, la medicina etc.

- Es posible el uso de varios de los géneros: noticia, entrevista, artículo, informe especial.

3.2 El manejo de cifras en la Información económica

Las cifras, los cuadros y las gráficas, constituyen unas de las fuentes más ricas en información económica, pero al mismo tiempo son las más despreciadas: su frialdad y su aparente complejidad, hacen que las personas que se acercan a este tipo de redacción, las pasen por alto. Por tal razón es importante que el periodista económico ilustre la forma en que afectará al consumidor que, en última instancia, es él mismo.

El manejo de las estadísticas requiere cuidado. Si se parte del hecho que los cuadros son muy aburridos y lo único que no puede hacer un periodista es transcribirlos tal cual vienen del original.
Debe aplicarle literatura a esos números. En la actualidad se recurre a lo que se llama infografías que son cuadros con diseño muy llamativo. Cuando se haga, es conveniente resumirlos y graficarlos de una manera agradable y de fácil manejo para el público. Siempre deben ir explicados en una especie de pie de gráfico.

A continuación se detallan algunos elementos para tomar en cuenta al momento de manejar cifras en la redacción de notas del área económica:

- Las cantidades del 1 al 10 deben escribirse con letras y a partir del 11 con números.

- Cuando el número viene con decimales y es muy importante escribirlo exactamente, se usan únicamente cifras y no palabras.

- Un porcentaje debe ir acompañado, en lo posible, de su equivalencia en valores absolutos. Si la gasolina es reajustada en un 20%, hay que decir que pasó de 10 quetzales a 10.20 quetzales (también se puede escribir Q. 10.00 y Q. 10.20). No es correcto esperar que la gente haga el cálculo.

- A las estadísticas conviene darles algunas equivalencias, según el caso. Por ejemplo, si se dice que el 30 por ciento del aceite comestible ha escaseado, es bueno decir que ese porcentaje equivale a 10 mil litros de aceite.

CAPITULO 4

MARCO METODOLOGICO

La idea principal del estudio surge primero por el auge que alcanzó la información económica, que es medible en la especialización del periodismo y por el surgimiento de los suplementos especializados. Segundo, porque es importante que los periodistas incursionen en este tema, puesto que esta información no debería ser tan especializada como la tratan los economistas, lo que no permite que llegue a grupos mayoritarios.

4.1 Objetivos:

- Consolidar la información que existe sobre el tema, lo que se logró a través de la consulta de diferentes documentos.

- Evaluar la información económica a partir de la opinión de importantes sectores socio económicos del país, permitiendo identificar a) los temas diarios de mayor interés, b) los problemas de legibilidad y presentación en este tipo de información.

4.2 Investigación de campo

Para la realización de este trabajo se buscó bibliografía que tuviera algún tipo de información sobre el tema del Periodismo Especializado. Se complementó con las entrevistas calificadas a los distintos sectores que representan la mayoría de población interesada en las publicaciones de información económica.

La investigación se integró en dos fases de trabajo: 1) La de gabinete y 2) de campo. En la primera se recopiló toda la información bibliográfica, para que en la segunda fase se realizara las encuestas y entrevistas. Finalmente se volvió al trabajo de gabinete para procesar la información obtenida de las encuestas y entrevistas y la elaboración del informe final.

4.3 Tipo de investigación

Esta investigación es un estudio de tipo descriptivo- analítico - cuantitativo -documental.

Descriptivo porque se describe la estructura del contenido de temas económicos publicados en los meses de junio a julio de 1999.

Analítico porque se hace una asociación de las respuestas emitidas por los encuestados y/o entrevistados.

Cuantitativo porque la información se describe medida a través de porcentajes.

Documental porque se buscó referencias bibliográficas de diferentes autores para apoyar la realización del marco teórico.

4.4 Universo

El sector empresarial, en el que se incluyen las distintas cámaras (comercio, industria, agro etc.) particularmente las distintas agrupaciones que se integran como grupo que toma decisiones en el desarrollo de la economía del país; un grupo de cuatro sindicatos, Ong's e instituciones mayas, quienes en conjunto representan la sociedad civil, cinco universidades, particularmente las escuelas y/o facultades de comunicación y tres representantes del sector público como generadores de información.

4.5 Procedimiento

Para alcanzar los objetivos trazados se realizó un análisis de la información económica en el período de junio y julio de 1999, por temas y características de los suplementos especializados Negocios, Pulso Económico y el periódico Moneda.

Se diseñó una muestra de carácter exploratorio en los principales sectores socio económicos del país, consultadas mediante entrevistas calificadas para finalmente extraer conclusiones y recomendaciones que puedan servir de base para investigaciones posteriores.

No se pensó en una muestra estadísticamente representativa, por el tipo de información y su interés especializado.

Al procesar la información se identificaron las diferentes tendencias de los sectores interesados, así como la elaboración de gráficas para ilustrar los resultados.

CAPITULO 5

ANALISIS DE DATOS

En esta parte de la investigación se refleja todo lo que involucra el trabajo de campo. Se iniciará con una descripción del contenido de los medios periodísticos objeto de investigación y posteriormente los resultados que se obtuvieron a través de un análisis de opinión de los diferentes sectores, expresado a través de encuestas.

5.1 Descripción de Contenido del Suplemento Especializado Negocios

Este suplemento está dedicado a la información económica especializada, se publica en el Diario Prensa Libre de lunes a sábado. Regularmente el contenido de información ocupa tres páginas, entre las que se incluye, información nacional e internacional.

En la primera página del suplemento se le da cobertura al tema más importante, ya que funciona como portada de un periódico normal, y regularmente este tema va acompañado de gráficas o fotografías.

Negocios, como suplemento muestra secciones permanentes entre las que se mencionan:

Agenda Económica, en donde se hace una descripción breve de lo que está programado llevar a cabo el mismo día de la emisión o siguiente, como acontecimientos relacionados con seminarios para ejecutivos, premios, charlas de calidad total, capacitación en bancos, impuestos y otros.

Tipo de cambio, en este espacio se hace referencia al tipo de cambio del dólar que reporta el Banco de Guatemala. Por ejemplo:

Compra Q. 7.80

Venta Q. 7.83

Indicadores, en este espacio se presentan gráficas con una pequeña infomación al lado, la que tiende a darle una idea al lector del significado de las gráficas.

Información bursátil, se presenta con varias gráficas acompañadas con tablas, las que deben ser interpretadas por el lector.

Visión Financiera, ocupa un segmento en la página que incluye la información bursátil, publicando alguna nota de interés, como las donaciones recibidas, producción etc.

La sección internacional, que aborda los temas de mayor interés a nivel internacional, con un contenido de más o menos la mitad de la

información nacional.

En las secciones no permanentes, se aborda una variedad de temas, según el momento coyuntural que se vive.

Entre los temas que el suplemento Negocios publicó durante los meses de junio y julio se pueden mencionar los siguientes:

Cuadro No. 1

Temas y Frecuencia de publicación

TEMA	Frecuencia
Tipo de cambio	4
Banca	4
Comercio Internacional	3
Ley del consumidor	2
Construcción	2
Comercio	2
Impuestos	2
Energía electrica	2
Deuda Banco Mundial	1
TLC con Chile	1
Generadores de empleo	1
Recursos humanos	1
Pequeña y mediana empresa	1
Líneas Aéreas	1
Informática	1
Hidrocarburos	1
Turismo	1

Fuente: Elaboración propia en base al contenido del suplemento Negocios durante junio y julio 1999

Como se puede observar, los temas publicados con más frecuencia son el tipo de cambio, la información bancaria y el comercio exterior, los otros temas muestran un menor número de veces en su publicación.

El suplemento Negocios cuenta con una estructura de texto e imágenes, que le hace tener una buena apreciación. Jacques Kayser, en su libro El Diario Francés afirma que una nota periodística resulta más interesante de leer cuando ésta va acompañada de ilustraciones gráficas.

En las secciones permanentes incluye una variedad de temas que destaca las características más importantes del suplemento.

El hecho de que en la sección de indicadores, regularmente está incluyendo texto explicando los mismos, es algo muy positivo que regularmente no ponen en práctica el otro suplemento y periódico.

Habría que considerar que en algunas ocasiones el tema principal que se aborda en el suplemento, ocupa el titular principal en la portada del periódico, por lo que la cobertura que se le debería dar tendría ser más completa.

A juicio del autor, este suplemento reúne la mayor parte de las características que un lector requiere para interesarse en su contenido, como se verá más adelante.

5.2 *Descripción de Contenido del Suplemento Especializado Pulso Económico*

Pulso Económico, es un suplemento especializado que actualmente el diario Siglo Veintiuno publica de lunes a viernes. Su contenido es de dos a tres páginas regularmente, a excepción de los días lunes que siempre se le dá una cobertura más amplia a algunos temas, por lo que su contenido se incrementa en una o dos páginas adicionales.

Regularmente este suplemento maneja algunas secciones en forma permanente, entre las que se pueden mencionar:

Entrevista, que incluye un tema de actualidad.

Tipo de cambio, con la cotización frente al dólar estadounidense, de las principales monedas internacionales, encabezadas por la moneda guatemalteca, el quetzal.

Tipo de cambio, en el sistema bancario nacional.

Tasas de interés, un promedio a nivel nacional e internacional.

Guía de precios internacionales del café.

Gráficas en donde se presenta: exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales, precios del azúcar, precios del café, precios de gasolina, precios del oro.

Entre los temas que Pulso Económico publicó durante los meses de junio y julio/99, se encuentran los siguientes:

Cuadro No. 2

Temas y Frecuencia de publicación

TEMA	FRECUENCIA
Tipo de cambio	4
Telefonía	4
Impuestos	3
Comercio	3
Exportaciones textiles	2
Banca	2
Internet	2
Tabaco	1
Industria de maquila	1
Energéticos	1

Fuente: Elaboración propia en base al contenido del suplemento Pulso Económico durante junio y julio 1999

Como se puede observar en este suplemento, el tema del tipo de cambio es el que más veces se publica, seguido por el tema de telefonía que desde su privatización en el país, siempre se tiene algo para decir, en tercer lugar están los impuestos.

Este suplemento tiene la característica de que funciona al mismo tiempo como la sección económica diaria del periódico. Sin embargo en algunas ocasiones se encuentra el tema económico

como una noticia de mayor relevancia, relacionada con política por ejemplo y no se le da la cobertura dentro de esta sección/suplemento.

En cuanto a las gráficas que presenta permanentemente no se incluye ningún texto que las explique, a diferencia de Negocios que ya lo hace en indicadores. En Pulso Económico, la interpretación deben hacerla los lectores.

5.3 Descripción de Contenido del Periódico especializado MONEDA

A diferencia de los suplementos Negocios y Pulso Económico, Moneda es un periódico 100 por ciento especializado, que contiene regularmente 80 páginas, en las que un 50% es información y el 50% restante es publicidad. Está dirigido principalmnte a ejecutivos de empresas.

La estructura de su contenido, al igual que los anteriores, cuenta con secciones permanentes, las cuales se describen a continuación:

Agenda, que es un resumen de noticias de la semana anterior y la actual, con un pequeño párrafo por día. Se presenta sintetizado sin muchos detalles.

Tipo de cambio, lo referente a divisas, normalmente se acompaña de gráficas u otro tipo de ilustración.

Inflación, regularmente son datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Banco Central con análisis de como se da el ritmo inflacionario. En algunas ocasiones no está relacionado con Guatemala sino otro país centroamericano.

Noticiero económico, incluye temas varios que giran en torno a la economía, puede ser nacional como internacional, generalmente se le da un espacio de 3 a 4 páginas.

Balanza Cambiaria, se hace la presentación a través de las tablas que proporciona el Banco de Guatemala.

Las secciones de *importaciones, exportaciones, política económica, indicadores, comercio, turismo..*

Opinión, en donde se incluye el editorial, el cual define la linea ideológica del medio periodístico. Así como notas escritas por especialistas.

Información bursátil, página del gerente, automóviles, seguros, Monedas y Metales, tecnología, etc.

Entre los temas que el Periódico Moneda publicó en los meses de junio y julio, se pueden mencionar los siguientes:

Cuadro No. 3

Temas y Frecuencia de publicación

TEMA	FRECUENCIA
Comercio Exterior	10
Bolsas de valores	8
Precios Internacionales	5
Banca	3
Inflación	3
Producción de azúcar	2
Internet	2
Teléfonica de México)	1
Información del sector financiero mexicano	1
Líneas áereas (renovación de flota)	1
Energía eléctrica	1

Fuente: Elaboración propia en base al contenido del periódico Moneda, durante junio y julio 1999

De acuerdo con el cuadro anterior, se puede observar que lo relacionado con comercio exterior es el tópico líder en este periódico, seguido de la información de bolsa y los precios internacionales.

Uno de los puntos positivos que tiene este periódico es el recuadro que aparece en algunas páginas, en donde se hace una referencia breve a lo que trata la información estrictamente. Esto puede sugerirle al lector de que se trata el tema extenso que muchas veces no tiene el ánimo de leer. Es conveniente revisar la estructura del contenido de ese recuadro siempre, para que mantenga la visión lógica y diga realmente la esencia del tema.

En relación a otros periódicos regulares, Moneda presenta una estructura un tanto desordenada, por ejemplo en la presentación de sus secciones permanentes, no siempre le dan el mismo orden. Esto puede desubicar al lector de vez en cuando.

Los titulares sirven para llamar la atención del lector desde el primer momento, porque sirven de guía en la lectura de lo que más les interesa, pero según los ejemplares observados durante junio y julio dan indicios de ser utilizados inadecuadamente. Si bien es cierto que un titular debe ser lo suficientemente atractivo o el tema podría pasar desapercibido, en más de una publicación se observa que hay algunos titulares que no orientan; es más, en una sóla página se ven titulares que abarcan todo el ancho de la misma, pero dentro de su contenido hay unos subtitulares, que hablan de otro hecho, es como si a primera vista toda la página hablara de lo mismo pero al leer detenidamente no es así.

Se conoce que el editorial es la línea ideológica del medio, no suele ir firmado; sin embargo en el periódico especializado Moneda, se presenta con una característica muy particular, éste lleva impreso el nombre de su director. Algo que en los otros periódicos no se ve.

Aunque se incluye una sección de noticias internacionales, no se sabe con exactitud donde se separa las nacionales de las internacionales, porque no se visualiza una separación de las mismas (nacionales e internacionales). En una sección se incluye un tema nacional y probablemente en la siguiente es un tema

internacional. Aunque es un periódico que actualmente se distribuye en la mayor parte de países de Centroamérica, pero no ubica al lector en los temas que más le podrían interesar.

Si bien es cierto la infografía se incluye en los periódicos como algo atractivo, es conveniente que en Moneda se haga una revisión del uso de la misma, probablemente la distribución del espacio para la misma está un tanto saturado.

En cuanto a la legibilidad de los artículos probablemente no se puede decir mucho, ya que este periódico está dirigido a ejecutivos de empresas, quienes por los cargos que ocupan no deberían encontrar dificultad alguna en el uso de la terminología técnica. Solamente que dentro de las proyecciones que se tengan estuvieran interesados en cubrir otros segmentos de la población, habría que evaluar el uso de los vocabularios que resultan muy especializados a nivel de tecnicismos.

5.4 *Análisis Temático y Características generales de la Información*

La información que se presenta a continuación es producto de una encuesta realizada del 1 de julio al 15 de agosto de I,999[17], la cual cubrió seis sectores representados por veintiocho instituciones.

Es importante mencionar que se tomó en consideración los diarios de mayor circulación del país, como son Prensa Libre con 125,000

[17] En algunos casos especiales, se realizaron en el período del 15 al 27/08/99.

ejemplares y Siglo Veintiuno con 53,563 ejemplares. En el caso de Diario El Gráfico, se excluyó porque es un medio que dejó de ser uno de los líderes en circulación. El 31 de agosto de 1999, dejó de circular completamente. Sin embargo, por su trascendencia histórica, se consideró importante tomar en cuenta el periódico Moneda, que forma parte del mismo grupo de empresas de El Gráfico.

5.4.1 Preferencia de Información Económica

La preferencia de información económica se indagó mediante dos preguntas: La primera se realizó con el propósito de identificar la importancia que este tipo de información tiene para estos sectores.

Se comprobó que de las instituciones y personas consultadas, el 100% lee información económica. El 75% lee más de un periódico, y un 25% se limita a la lectura de uno sólo. Esto es un claro indicador de que la información económica es importante y está arraigada en las instituciones que fueron objeto de encuesta.

El 38% (25 instituciones) manifestaron preferencia por el suplemento económico Negocios. Un 28% (18 instituciones) lee también el periódico Moneda, y el suplemento Pulso Económico es leído por un 26% (17 instituciones)[18].

[18] Hay que recordar que un alto porcentaje de los encuestados leen más de un periódico, por lo que la suma de estos resultados no se ajusta al 100%.

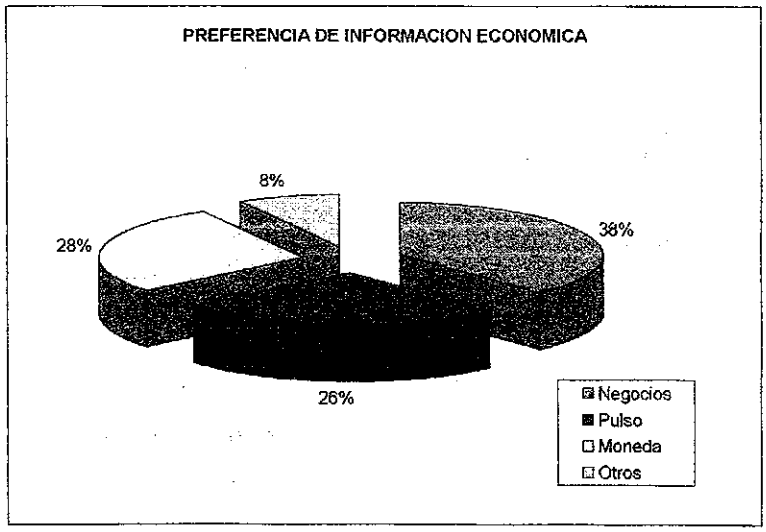
Cuadro No. 4

Preferencia de publicaciones con información económica
(valores absolutos y relativos)
1999

Suplemento/Periódico	# Respuestas	Porcentajes
Negocios	25	38%
Moneda	18	28%
Pulso	17	26%
Otros	5	8%
No. de Respuestas	65	100%

Fuente: Elaboración propia sobre base del cuadro general. Anexo 1

Gráfica No. 1



Fuente: Elaboración propia sobre base del cuadro general. Anexo 1

Es importante tomar en cuenta que de los tres medios consultados, uno de ellos es el periódico especializado Moneda, con un precio de venta[19] considerablemente alto frente a los otros. Sin embargo, a pesar de esa diferencia de precio y de tener una periodicidad semanal es el segundo periódico más leído.

En cuanto a los otros dos, es probable que el éxito del suplemento económico Negocios esté influenciado por ser parte del periódico de mayor circulación (125,000 ejemplares) como lo es Prensa Libre, así como lo atractivo de su diagramación.

El hecho de que el suplemento Pulso sea menos leído puede obedecer a que muchas personas desconocen que en la actualidad su periodicidad es diaria y ya no semanal, y aunque su contenido tratan de hacerlo menos especializado, la idea persiste en el lector, de que es un periódico para un grupo selecto, por lo tanto su contenido informativo no despierta todavía un interés general.

Además se publica en un diario que circula menos que Prensa Libre, puesto que Siglo Veintiuno es un diario que fue creado básicamente para la ciudad capital[20].

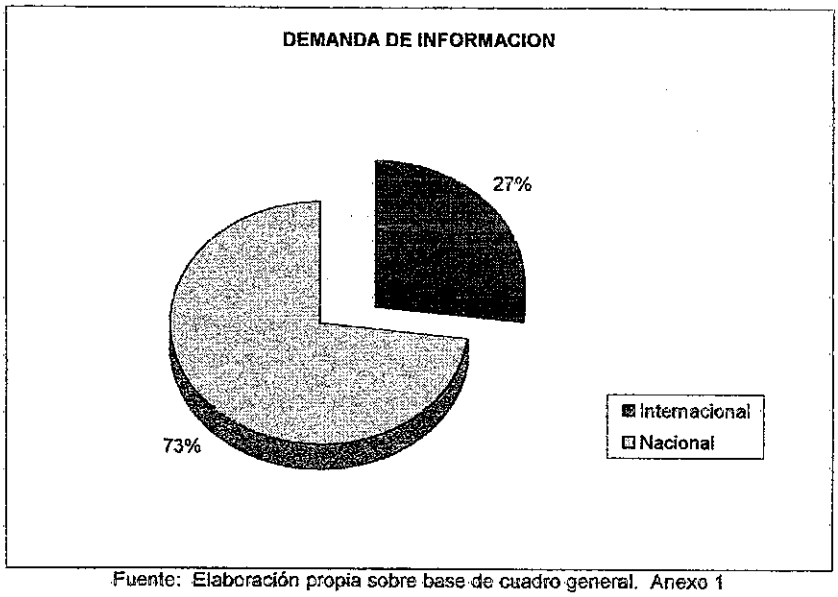
[19] Q. 7 en Guatemala, C. 8 en El Salvador y $ 1 en el resto de países
[20] Versión vertida por el señor Mauricio Barrera, Asesor Editorial Siglo Veintiuno.

5.4.2 Información Económica de Interés

En esta sección se analizan las apreciaciones institucionales en cuanto a 1) los indicadores de interés y 2) la frecuencia de publicación.

En cuanto a la primera interrogante ¿Qué tipo de información económica les interesa que se publique? De un total de veinticuatro indicadores, variables o temas económicos, agrupados en los niveles nacional e internacional, se encontró que el 73% es información de carácter nacional, y solamente un 27% de carácter internacional.

Gráfica No. 2



Fuente: Elaboración propia sobre base de cuadro general. Anexo 1

Se comprobó que además de la información de interés general, como los indicadores laborales, indicadores de precios, bienes y servicios etc., adicionalmente existe interés sobre temas específicos, como por ejemplo exportaciones, balanza de pagos, cambiaria y tipo de cambio, que son los más reiterativos.

En el anexo número 1 puede evidenciarse que existió una diversidad de 28 temas o variables económicas en las respuestas obtenidas. Se detectó un interés considerable por el tipo de cambio (10 entrevistados), Indice de precios al consumidor -IPC- (8 entrevistados), Bienes y Servicios (6

entrevistados); el Producto Interno Bruto -PIB-, Exportaciones, Fuentes de Trabajo, Balanza Cambiaria y Reservas Monetarias (3 entrevistados).

Cuadro No. 5

Temas Económicos de mayor interés

Variable/Tema Económico	No. de Respuestas
Tipo de Cambio	10
Indice de Precios al Consumidor	8
Bienes y Servicios	6
Producto Interno Bruto	3
Exportaciones	3
Balanza Cambiaria	3
Fuentes de Trabajo	3

Fuente: Elaboración propia sobre cuadro general. Anexo 1

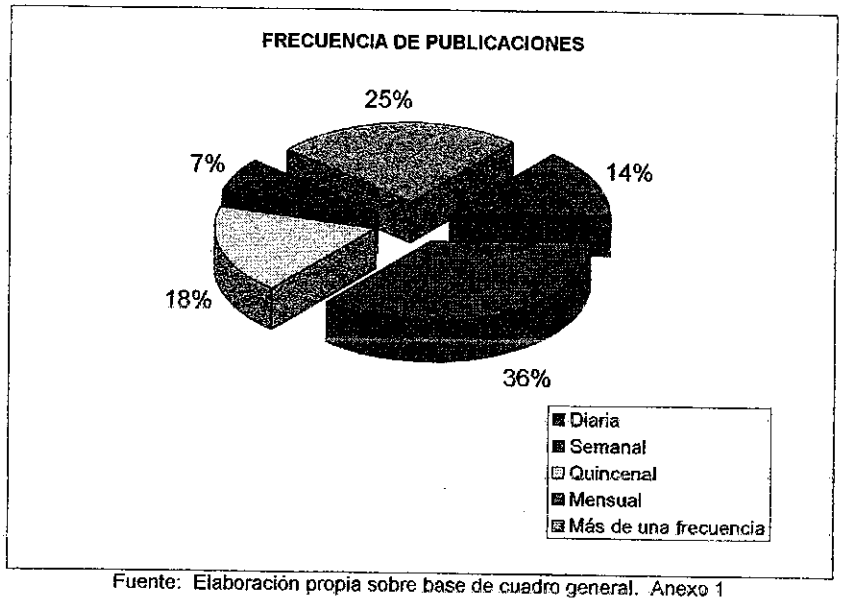
Durante las fechas en que se realizó la encuesta, se mostró un interés mayor por el tipo de cambio, todo ésto previo a la explosión de esta variable que la hizo noticia de primera plana el 19 de agosto, ya que su precio llegó a cotizarse hasta los 8 quetzales por 1 dólar.

Al referirse a la frecuencias de publicación deseadas, un 36% de las instituciones la prefiere semanal, un 18% en forma quincenal, el 14% en forma diaria, el 7% en forma mensual y

un 25% prefiere más de una frecuencia[21], todo ésto depende de la variable que se trate.

La tendencia general es a preferir información menos frecuente pero
con un tratamiento más detallado, ya que quienes prefieren la información publicada semanalmente, lo hacen porque solicitan información más profunda, tal y como se explicará más adelante.

Gráfica No. 3



Fuente: Elaboración propia sobre base de cuadro general. Anexo 1

[21] Puede ser Diaria-Mensual, Quincenal-Mensual, Diaria Semanal.

5.4.3 Evaluación y Sugerencias Generales

El grado de desarrollo que tiene la información económica a partir del punto de vista de las instituciones encuestadas es el siguiente:

El 54% (15 instituciones) tiene una visión positiva, el 32% (9 instituciones) considera que algunos tienen partes positivas pero todavía no satisfacen sus requerimientos de información, este porcentaje los calificó de Regular, el 11% (3 instituciones) calificó de inadecuados a los suplementos que tienen total carencia de lo positivo. Es más, en ese 11% se hizo una objeción de fondo; mientras que hubo una institución que no emitió ningún calificativo, la que constituye el 3% restante.

No obstante, de ese 54% que representa la visión positiva que tienen los entrevistados, es importante mencionar que de esa calificación emitida, los indicadores de satisfacción total vienen de solamente dos instituciones que representan un 7%; mientras que el resto está satisfecho pero siempre hace la observación que es posible mejorar, en diferentes grados. Al hacer esa evaluación se está manifestando que el *periodismo económico guatemalteco*, tiene todavía un gran trecho por recorrer.

La tendencia general es a preferir información menos frecuente pero con mayor profundidad. porque quienes prefieren una publicación semanal, es porque consideran que los medios han tenido un tiempo considerable para presentar un trabajo mejor elaborado, con más análisis, y no en una forma muy superficial. Por supuesto que ésto dependerá del tema económico, del momento coyuntural que se esté viviendo, así como del estilo y política del medio.

En cuanto a cómo debe ser presentada la información económica en los periódicos, los entrevistados sugirieron diecisiete diferentes formas de hacerlo. Sin embargo, las más significativas giran en torno a: Un 30% sugirió mejorar la forma de redacción evitando en lo posible el uso de muchos tecnicismos, el 20% opinó que las gráficas son un detalle que normalmente acompaña las cifras en la información económica, por lo que deberían ir acompañadas de una adecuada interpretación, para ser mejor comprendidas por el lector promedio.

El 11% de los entrevistados, sugirió la elaboración de análisis comparativos en diferentes épocas, lo que permitiría evaluar cambios en un lapso de tiempo determinado. Por último un 9% estimó conveniente hacer énfasis en el detalle de la información, es decir, ir al punto específico del cual se pretende informar.

El 30% restante son sugerencias que orientan más el interés específico de cada institución. Por ejemplo, algunos piden que se presente con algunas proyecciones, realizar suplementos especiales sobre temas específicos, la utilización de otros medios como radio y televisión, no limitarse únicamente a la prensa escrita.

5.5 Análisis por Sectores

Este análisis se hizo *no con base a una muestra estadística rigurosa, sino más bien sobre la base de la importancia que tiene la información económica para los sectores*, así como la importancia que tienen los sectores en la sociedad guatemalteca y el número de organizaciones y personas con capacidad para responder a una evaluación de esta naturaleza.

Cuadro No. 6

Representación de las instituciones encuestadas por Sectores

(en porcentajes)

Sector	# Instituciones	Porcentajes
Empresarial	8	29%
Universidades	5	18%
ONG'S	4	14%
Sindical	4	14%
Maya	4	14%
Público	3	11%
Total de Instituciones	28	100%

Fuente: Elaboración propia elaborado en base al cuadro general. Anexo 1

En el caso del sector empresarial, representa un número menor de población pero un mayor número de personas con capacidad económica e interesados en invertir.

Como es obvio, quienes han visualizado la importancia del periodismo especializado (económico), son las universidades, en especial las unidades académicas relacionadas con las Ciencias de la Comunicación (USAC, URL, UFM, UPANA, UMG). Se trata de las entidades con el acervo cultural para hacer observaciones técnicas y científicas constructivas para el desarrollo del Periodismo Económico.

En tercer lugar se cita a las entidades involucradas dentro de lo que actualmente se denomina Sociedad Civil, y que cubre a los estratos mayoritarios de la población. Dentro de ellas se escogieron las Organizaciones no Gubernamentales (ONG'S), por ser entidades técnicas, vinculadas a los procesos de desarrollo, con sectores económicos y socialmente vulnerables.

Los sindicatos, por ser las organizaciones gremiales representativas de los trabajadores y las organizaciones Mayas, por el auge que las mismas han tomado últimamente especialmente dentro del marco del proceso de Paz.

Y en último lugar se ubicó al sector público que tiene interés en conocer la información económica pero sobre todo porque son generadores de la misma.

5.5.1 Sector Empresarial

La apreciación de este sector es que tiende a pedir más de una frecuencia, ésto confirma la estimación inicial que se hizo sobre la importancia que tiene la información económica para este sector.

Cuadro No. 7

Frecuencia de Información requerida por sectores

Sectores	Diaria	Semanal	Quincenal	Mensual	Más de una frecuencia
Empresarial	0	2	3	0	3
Ong's	1	1	1	1	0
Maya	1	2	1	1	0
Sindical	1	2	0	0	1
Universidades	0	3	10	1	1
Público	1	0	1	0	1
Total	4	10	5	2	7

Fuente: Elaboración propia sobre cuadro general. Anexo 1

El sector empresarial sugiere que la información económica debería ser publicada en forma semanal, quincenal, o bien semanal-mensual. Lo que les permitiría a los medios trabajarla mejor, puesto que se podría elaborar un mejor análisis.

La información de tipo económica es una que día a día ofrece aportes nuevos; sin embargo, al presentarla diariamente podría descuidarse algún detalle interesante y su tratamiento sería probablemente muy superficial.

Los representantes del sector empresarial opinaron que la información económica que se publica a través de los diferentes medios analizados, son interesantes. Esto significa que ellos están *básicamente* satisfechos. Lo que da

la pauta de que estos medios elaboran precisamente la información para este sector.

5.5.2 Sector Maya

El sector Maya se inclinó por la publicación que realiza el Suplemento Negocios de Prensa Libre, consideraron que por ser parte de información de interés, habría que mantener siempre un lugar especial en los medios de información.

De las cuatro instituciones que se encuestaron, hubo una que mostró dificultad para expresarse sobre los temas económicos. Esto confirma la conveniencia de no hacer un estudio muestral sino hacer una presentación de los sectores que tienen el interés y la posibilidad de hacer estos análisis.

Resulta interesante conocer que algunos miembros del sector maya reciben periódicos en idioma quiché como el *Iximulew* y *Jotaytzij*. Sin embargo éstos no incluyen información económica, sino solamente de orden social, educativo y político. Las publicaciones de estos dos periódicos se realizan en el idioma quiché y español, simultáneamente.

5.5.3 Sector Sindical

Este sector reaccionó con un sensible rechazo a los medios que publican información económica, puesto que consideran que ninguno de los tres son objetivos, ya que la información tiene cierto sesgo.

Sus demandas de información son de interés común y mayoritario. En sus respuestas siempre incluyeron los precios de la canasta básica, servicios públicos, indicadores de tipo laboral etc. (Ver Anexo 1).

Obviamente al estar interesados en toda esa gama de información, sus sugerencias fueron claras en cuanto a la forma en que debería ser redactada esa información: un lenguaje que todos puedan asimilar, para que el objetivo principal de los medios, *"informar"*, cumpla su cometido.

5.5.4 Sector Organizaciones No Gubernamentales (ONG'S)

Las instituciones que representan este sector reaccionaron en forma similar a las del sector maya y sindical, por lo que se considera son válidas las mismas conclusiones.

5.5.5 Sector Universidades

Como entidades académicas, mostraron interés en la lectura de los medios de comunicación escritos que publican información económica. Para ellos todos los temas son relevantes, por lo que sugieren que siempre se publique de todo un poco.

Sin embargo, calificaron la información económica como muy técnica. Lo que la hace poco accesible al lector común. Sugirieron estructurar la información tomando en cuenta los niveles de comprensión del lector promedio, así como el nivel educativo que tiene la población.

5.5.6 Sector Público

Para los representantes del sector público, es muy importante estar al tanto de lo que publican los medios de comunicación impresos, ya que su contenido sirve de consulta en el momento que se hace necesario.

Las instituciones representativas de este sector (ver anexo 1), son grandes fuentes generadoras de información económica, y calificaron de importancia la forma de cómo los periodistas interpretan la información que ellos les proporcionan. Muchas veces no es asimilada como debería ser y la información tiende a ser manipulada.

Esto viene a probar que es conveniente considerar las sugerencias que se plantean en la primera parte[22], al momento de redactar una nota económica.

Independientemente del segmento hacia el cual cada medio está dirigido, los representantes del sector público consideraron que la información debe ser presentada con más análisis, utilizar ejemplos apegados a la realidad. De esta forma, el lector podría comprender mejor la información que proporcionan los medios.

Una de las opiniones vertidas por representantes de este sector[23], indicaron que los periodistas que se dedican a cubrir esas fuentes, no muestran mayor interés en interpretar los datos para redactar mejor su noticia. Si bien es cierto no son especialistas en economía; algunos lo son, pero no se dedican a reportear llevando la información al medio, sino que se les concede espacios para opinar sobre temas económicos.

Sin embargo, a grupos mayoritarios no les interesa leer esas columnas, sino solamente a quien se identifica con la actividad económica y que pueda entender el alto grado de tecnicismos de los que se apoderan los economistas en sus publicaciones.

[22] Consultar Capítulo 3 de esta Tesis
[23] Ministerio de Finanzas Públicas

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El interés por la información económica en Guatemala, surge a partir de los años 80, época en la cual , la economía empieza a cobrar un mayor auge.

- Los medios impresos en Guatemala, están interesados en proporcionar a sus lectores información especializada en diferentes áreas, y un ejemplo claro es el de incluir suplementos especiales con información económica.

- La preferencia por las publicaciones que incluyen información económica se da en ese orden de importancia: Negocios, Moneda y Pulso.

- Se detectó que la tendencia de información requerida es de un 73% para la información nacional y el 27% para la información internacional.

- Existe un interés diverso por conocer diferentes temas y variables económicas, destacando el tipo de las variables internacionales: Tipo de Cambio, Balanza Cambiaria, Reservas Monetarias (previo al *boom* del tipo de cambio del 19 de agosto/99).

- La tendencia general es a preferir información menos frecuente, pero con un tratamiento más detallado.

- El periodismo económico ***es bien visto,*** ya que cuenta con una opinión favorable de más de la mitad de los entrevistados. No obstante hay un 32% inconforme, y un 11% hace críticas severas a la información que se les presenta. Lo que indica que hay un conjunto de expectativas importantes para tratar de satisfacer.

- En la información económica, la complejidad de los temas amerita una mejor presentación, desde el punto de vista visual, que facilite la comprensión en los lectores.

- El uso de ilustraciones se da con la finalidad de facilitar a los lectores la comprensión del tema.

- Para facilitar al lector promedio, la comprensión de la información económica, es necesario evitar en lo posible una masiva utilización de vocabulario muy técnico.

- El sector empresarial solicita información con períodos bien definidos. La opción es que ellos preferirían más de una frecuencia, ésto quiere decir que la información económica bien analizada, es muy importante para la toma de sus decisiones.

- Es importante considerar la sugerencia que hace el sector universitario -estructurar la información tomando en cuenta los niveles del lector promedio así como su nivel educativo- .El medio que decidiera ponerlo en práctica, lograría una mayor preferencia frente a los otros, porque obviamente el segmento hacia el cual están dirigidos sería más amplio.

- Pulso Económico pasó de ser un suplemento especializado para un público reducido bien orientado económicamente, a una sección/suplemento diaria (o) pretendiendo llegar a un gran público que no necesariamente entiende de información económica.

RECOMENDACIONES

- Uno de los objetivos era identificar problemas de legibilidad en la información económica especializada. Como una propuesta para mejorar esta dificultad que se manifiesta en los diferentes suplementos y periódico analizados, se recomienda abrir una sección que responda dudas a los lectores sobre cosas/temas que deseen conocer. Por ejemplo: Un espacio donde los lectores pidieron conocer información sobre *PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).*

  Ejemplo: El medio asigna un día para responder a esa interrogante y escribe: *Producto Interno Bruto, concepto: Valor de los bienes y servicios elaborados en el país durante un año y medido a precios de mercado.* Esto se entiende como *la suma de todo lo que cuesta los bienes y servicios producidos en el país, es decir que es el valor de todo lo que producen los guatemaltecos en un año (maíz, frijol, café, aceite, cemento, electricidad, educación, salud, agua etc.)*

- Se sugiere la utilización de glosarios, en los temas que incluyan una terminología muy técnica, para facilitar al lector una mejor comprensión de la información.

Es decir que cuando se presenta un artículo, reportaje u otro género periodístico, muchas veces no se puede cambiar el término utilizado que para los especialistas o personas familiarizadas con este campo no le resulta desconocido.

Ejemplo: *La información bursátil. Los términos "broker" y "dealer"* son ya comunes en las páginas de información económica. Pero pocos lectores de grupos mayoritarios saben que un *"broker"* es un *intermediario entre un comprador y un vendedor en un mercado muy organizado*, y que el *"dealer"* es *un especialista en el mercado de valores cuya misión es averiguar qué valores interesa comprar o vender y a qué plazo.*

El saldo del comercio exterior es a menudo engañoso, porque se mide en términos de CIF o FOB. El primero de ellos *Cost, insurance and freight,* cuya tradución es costo, seguro y flete, y que corresponde a las siglas CIF, significa que *en el precio de la mercancía está incluido su costo con embalaje o empaque de protección normal, colocado a bordo de un barco, así como los gastos de seguro que cubren los riesgos de traslado y descarga de la mercancía. Flete, que se refiere a los gastos de transporte de un puerto a otro.*
Free on board, franco a bordo, es *el precio de la mercancía que incluye el costo de la misma, con embalaje normal y colocada a bordo de un barco, y que no incluye ni el flete ni los seguros.*

- Otro de los objetivos fue indagar sobre problemas de presentación de la información económica especializada. En su elaboración usualmente se hace necesaria la utilización de gráficas, cuadros o tablas, por lo que es recomendable que se haga una interpretación lógica que explique lo esencial que se está tratando de dar a conocer.

- Mantener el interés por la capacitación permanente de los periodistas dedicados a escribir para el área económica, en función de redactar la información de la forma más clara posible. Si el periodista comprende, asimila la información que obtuvo de las fuentes, será más fácil para él, decodificarla y transmitirla al lector de una forma que pueda ser entendible.

- Basándose en las investigación realizada, el periódico Moneda podría plantearse la posibilidad de incrementar su circulación, para lo que deberá tomar en cuenta algunos de los indicadores económicos que a otros sectores pudiese interesar. De ser así, habría que poner especial atención al lenguaje utilizado en esas publicaciones, ya que debería ser expresado de acuerdo con los otros sectores que pudiesen estar interesados en la información (sectores mayoritarios).

  Probablemente si propone una forma de cómo mejorar la distribución, resultaría un grupo interesado en adquirir el periódico,

porque ha escuchado de él, pero no tiene idea de cómo hacerlo. Esto le permitiría ampliar su mercado dentro del ámbito nacional

- Incluir en la agenda de información económica, por lo menos una vez a la semana, información relacionada con los tópicos que al Sector Maya le interesan: Indicadores demográficos, Salarios en el campo etc.

- A los directivos de los periódicos que se publican en idioma quiché (Iximulew y Jotaytzij), se les sugiere la creación de una sección económica que trate los temas de interés para este sector . Una propuesta de esta naturaleza podría ser realizada por estudiantes que estén por egresar de las carreras de comunicación, en las diferentes universidades.

- Que las universidades impulsen la creación de un colectivo de periodistas especializados con el propósito de formular un código de ética, que permita definir los principios básicos que deberían fijarse en el actuar de los periodistas, encaminados siempre a mantener una mejor profesionalización en los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Baena, Guillermina y Sergio Montero Unidos 1991 — Tesis en 30 días. México. Editores Mexicanos

Bond, Fraser 1979 — Introducción al Periodismo. Ed. Limusa. México

Cabezas, Horacio 1989 — Sugerencias para la presentación de trabajos académicos. Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala

Cabezas, Horacio 1994 — Metodología de la Investigación. Piedra Santa. Guatemala

Camps Sibila y Luis Pazos 1996 — Así se hace periodismo. Estudios de comunicación. Argentina, Editorial Paidós

Casasús, Josep María
1985 Ideología y Análisis de Medios de Comunicación. Barcelona España, Editorial mitre

Coca, César y Ma. Pilar Díezhandino
1991 Periodismo Económico. Madrid, Editorial Paraninfo.

Interiano, Carlos
1992 Métodos de Investigación Social y Periodística. Guatemala Asociación para el Desarrollo de las Comunicaciones Sociales

Leñero, Marín
1986 Manual de Periodismo. Ed. Grijalbo. México

Mar de Fontcuberta
1993 La Noticia. Pistas para percibir el mundo. Paidós, Barcelona

Martínez Albertos, José Luis
1989 El Lenguaje Periodístico. Ed. Paraninfo, Madrid

Morales Paz, Lesvia
1990
Leibilidad: Un estudio sobre la extensión y comprensión de editoriales y páginas de opinión en medios escritos. (TESIS) Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Soto R, Carlos Arturo
1998
Periodismo Especializado (Fuentes Económica y Política) Consultoría, Asesoría y Servicios. Guatemala

Timoteo Alvarez, Jesús
Historia y Modelos de la Comunicación en el Siglo Veintiuno

Vivaldi, G. Martín
1987
Géneros Periodísticos. Paraninfo, España.

Warren, Carl N.
Géneros periodístcos Informativos. Ed. ATE. Barcelona (2a. Ed.)

Weill, George
1979
El Periódico. Uteha. México

1983 Diario Prensa Libre. Primera Edición Suplemento Económico y Financiero

1999 Especialización del Periodismo Contemporáneo FUPEDES. Guatemala

Páginas de Internet Consultadas:

LATIN AMERICAN STUDIES ARCHIVES
http://www.lanic.utexas.edu/info/new/las/wnalas/1998/11.html

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE ECONOMÍA
UNIDAD TIJUANA
http://www.ens.uabc.mx/tijuana/fac_eco/diplo2.htm

CLARIN DIGITAL
http://www.clarin.com.ar/diario/98-05-26/e-05202d.htm

CAMBIO
http://www.cambio-peru.com/html/temas-22.html

SALA DE PRENSA

http://www.saladeprensa.org/art33.htm

DIARIO ESTRATEGIA

http://www.estrategia.cl/editorial/estrate.html

EDITORIAL GESTION

http://www.estrategia.cl/editorial/editori.html

ANEXOS


Negocios
Así va a funcionar
Telefonía
PULSO
ECONOMICO
Los temas económicos
MONEDA
EL PERIODICO FINANCIER
POLITICA FISCAL Y MONETA

Nombre: _____
Institución que representa: _____
Cargo que ocupa: _____

CUESTIONARIO

1. ¿Lee la información económica que se publica en los Periódicos?

   _____

2. ¿Lee los Suplementos/Periódicos Económicos? _____

   Pulso ___ Moneda ____ Negociois ____ Otros ____ Ninguno____

3. ¿Qué opinión tienen de ellos? _____

   _____

4. ¿Qué tipo de información económica le interesaría que se publique? _____

   _____

5. ¿Con qué frecuencia le interesaria que se publicara esta información?

   Diaria ___ Semanal _____ Quincenal ___ Mensual ___

6. ¿Qué indicadores económicos son los más relevantes para la institución que usted representa? _____

   _____

7. ¿Cómo cree que debería presentarse la información económica? _____

   _____

   _____

Nombre: _____
Institución que representa: _____
Cargo que ocupa: _____

CUESTIONARIO

1. ¿Lee la información económica que se publica en los Periódicos?

_____

2. ¿Lee los Suplementos/Periódicos Económicos? _____

Pulso ___ Moneda ____ Negocios ____ Otros ____ Ninguno____

3. ¿Qué opinión tienen de ellos? _____

_____

4. ¿Qué tipo de información económica le interesaría que se publique? _____

_____

5. ¿Con qué frecuencia le interesaría que se publicara esta información?

Diaria ___ Semanal _____ Quincenal ___ Mensual ___

6. ¿Qué indicadores económicos son los más relevantes para la institución que usted representa? _____

_____

7. ¿Cómo cree que debería presentarse la información económica? _____

_____

_____

INSTITUCIONES ENCUESTADAS	¿Lee la información económica que se publica en los periódicos?		¿Lee los suplementos/Periódicos que publican esta información?					¿Qué indicadores económicos son los más relevantes para la población que usted representa?	¿Cómo cree que debería presentarse la información económica?	¿Recibe información económica en su informe?	¿A través de qué medio?
	SI	NO	Prensa	Revista	Magazine	Dominical	Semanal				
SECTOR EMPRESARIAL											
Cámara de Turismo	X		X	X		X		Turismo	Haciendo seguimiento especialista sobre del turismo	NA	NA
Cámara de Industria	X		X	X		X		Volumen de energía, remesas, tasa de interés, tipo de cambio, indicadores de inversión de la actividad económica.	Dependiendo de qué área la variable, hacer un análisis comparativo de los últimos dos años.	NA	NA
Cámara de Comercio	X		X	X	X			PIB por actividad económica	Más detalles, más actualizada, mas clara	NA	NA
Gremial de Exportadores	X		X	X	X	X		Ingresos por divisas por exportaciones	Gráficas y ejemplos	NA	NA
Fagytra	X		X	X	X			Parámetros del sector económico y empresarial	Más detalle, más clara	NA	NA
Cámara Construcción	X		X	X		X		Todo lo relacionado a la construcción	Detalles del sectores económicos	NA	NA
Agexport, Banguatex	X		X	X	X			Inflación, Tasa de interés (activos-pasivos), PIB, Reservas internacionales, Balanza de Pagos, Balanza Comercial.	Con más análisis comparativos, gráficas muy bien interpretadas.	NA	NA
Fedecocagua	X				X			Tipo de cambio, Demanda y Estadísticas sobre café, ingresos por exp. de café.	Más clara, trata de que sea lo más sencilla posible, pueden no siempre cargar la realidad.	NA	NA
SECTOR ONG'S											
Asfodes	X		X		X			Financieros-Económicos-Sociales	Cuando hombre y fecha de los indicadores	NA	NA
Coordinadora ONG'S	X				X	X		Tipo de cambio	Con más análisis, comparando históricamente	NA	NA
Asecsor	X		X	X	X		X	Indicadores relativos a la política económica y social del gobierno (inversión, educación, ejecución presupuesto)	Que la información que se utilice un lenguaje accesible a gran público.	NA	NA
ODHA	X		X		X			Desarrollo según de la moneda, privatización, oferta y demanda de empleo.	Más sencilla, más detallada, más accesible a un público especifico	NA	NA
SECTOR SINDICAL											
UASP	X		X	X	X			Servicios públicos, canasta básica	Con más ejemplos, más claro para que la mayoría de la población pueda entenderla	NA	NA
UNSITRAGUA	X		X		X			Inflación, devaluación de salarios, alzas y demanda de empleos, básico y sencillo	Más claro, mas interpretado, en posee más accesible para el hecho común	NA	NA
CUSG	X		X		X			Indicadores de inflación, salud, vivienda, laborales	Clara en lenguaje más técnico. La gente no siempre sabe interpretar los gráficos. Debería utilizarse un lenguaje más claro.	NA	NA
CGTG	X		X	X	X			PRESUPUESTO, INVERSION, CANASTA BASICA, INGRESOS, EGRESOS	Debe ser más directa, utilizar redacción más comprensible	NA	NA
SECTOR MAYA											
FUNDACION RIGOBERTA MENCHU	X		X	X	X			Tipo de cambio, inflación, PIB, PEA, indicadores demográficos	Gráficas y mejor interpretación	No	Informativo y educativo, como con información social, informativo y político
CONIC	X		X		X			Todo lo relacionado con la tenencia de la tierra, Salarios en el campo, tipo de cambio, precios de la canasta básica	Más clara. Aunque sea información no llega hasta la comunidades que sólo representan.	No	Autor la mente Global & Civil para su información social
COPMAGUA	X				X			Tipo de cambio, size de la canasta básica	No encuentro en los periódicos nada también hacer uso de la radio y la TV para enterarme mejor	No	No
Coprede	X				X			Tipo de cambio, horario de trabajo	Más detalle y saber qué beneficios nos dan.	No	No
UNIVERSIDADES											
USAC	X			X	X			Por ser entidad académica todos son relevantes	Debería mejor estructurada tomando en cuenta las áreas de comprensión del lector promedio, tomando en cuenta los bárbaros educativos de la población. Debe hacer accesible al lector el avanzado lenguaje técnico económico.	NA	NA
URANA	X			X	X		X	Inflación, demanda educacional, movimiento financiero en general	Mejor interpretada, con ejemplos, con proyecciones de la realidad económica nacional.	NA	NA
USAQ	X		X	X				Todos son relevantes	Mejor gráficada y bien interpretada para una mejor comprensión.	NA	NA
UFM	X		X	X	X			Todo es relevante	Mejor estructurada, con un lenguaje más accesible para el gran público.	NA	NA
URL	X		X					Indices demográficos, PIB, Devaluación, IPC	Facil lectura, mejor estructurada en cuanto a sus formas y tiempo.	NA	NA
SECTOR PUBLICO											
Ministerio de Finanzas	X		X	X	X	X		Situación bancaria del gobierno central, ingresos, gastos, déficit, etc.	Debería publicarse con más análisis, un lenguaje más comprensible al sector más vulnerable.	NA	NA
INE	X				X			Canasta Básica, Sector Industrial	Mejor diagramada.	NA	NA
Banco de Guatemala	X		X	X	X			Tipo de cambio, Reservas monet., Inflac., Balanzas Comercial y comercial (FO, Tasas de Pasivo.	Con más gráficas y análisis que ayuden a que la gente entienda con mayor facilidad.	NA	NA