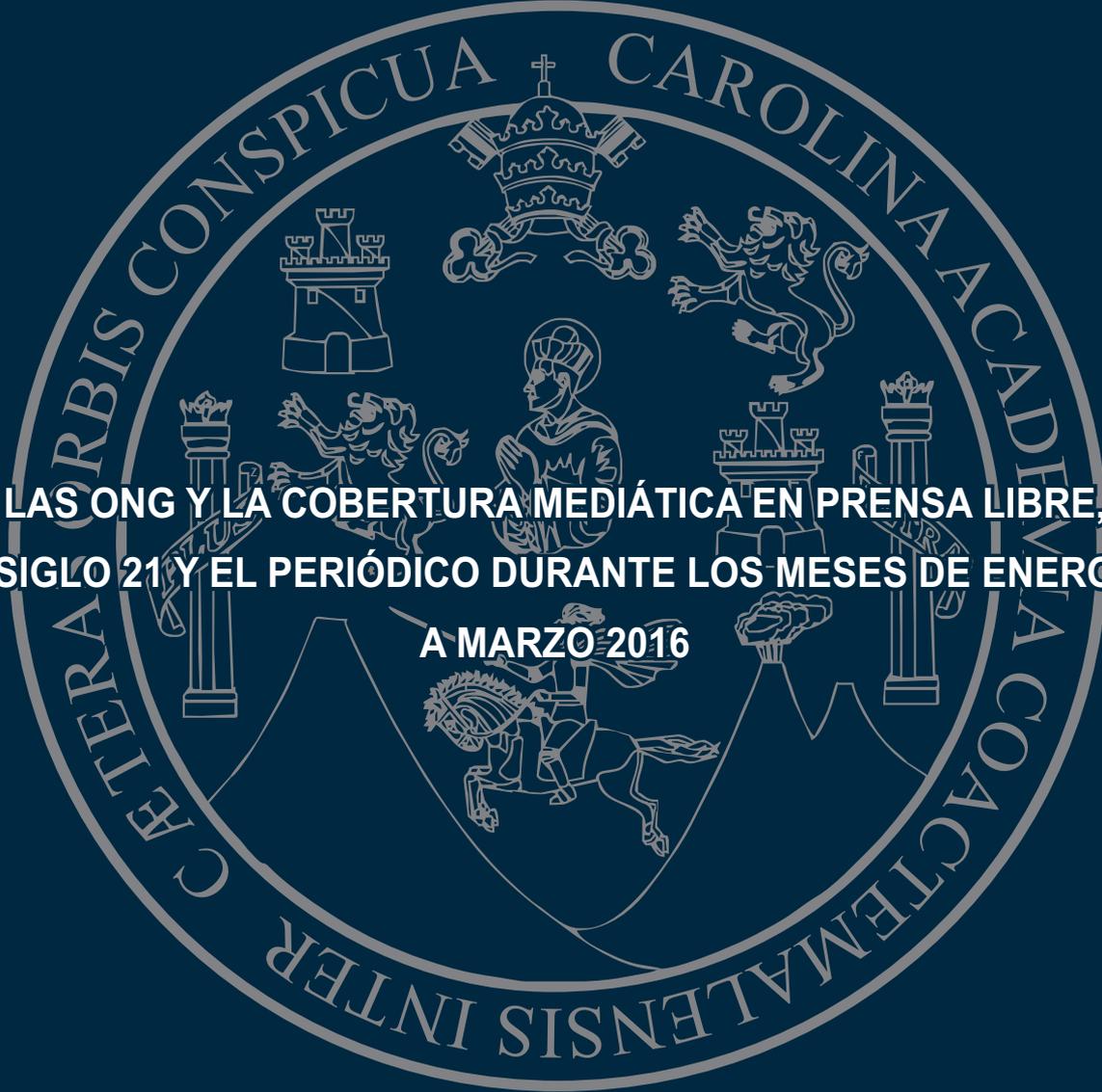


Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a seated woman, likely the Virgin Mary, with a crown and a halo. Above her is a crown with a cross. To the left is a castle tower, and to the right is a rampant lion. Below the central figure is a knight on horseback. The seal is surrounded by Latin text: 'ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER CETERA' at the top and 'SIGLO 21 Y EL PERIÓDICO DURANTE LOS MESES DE ENERO A MARZO 2016' in the center.

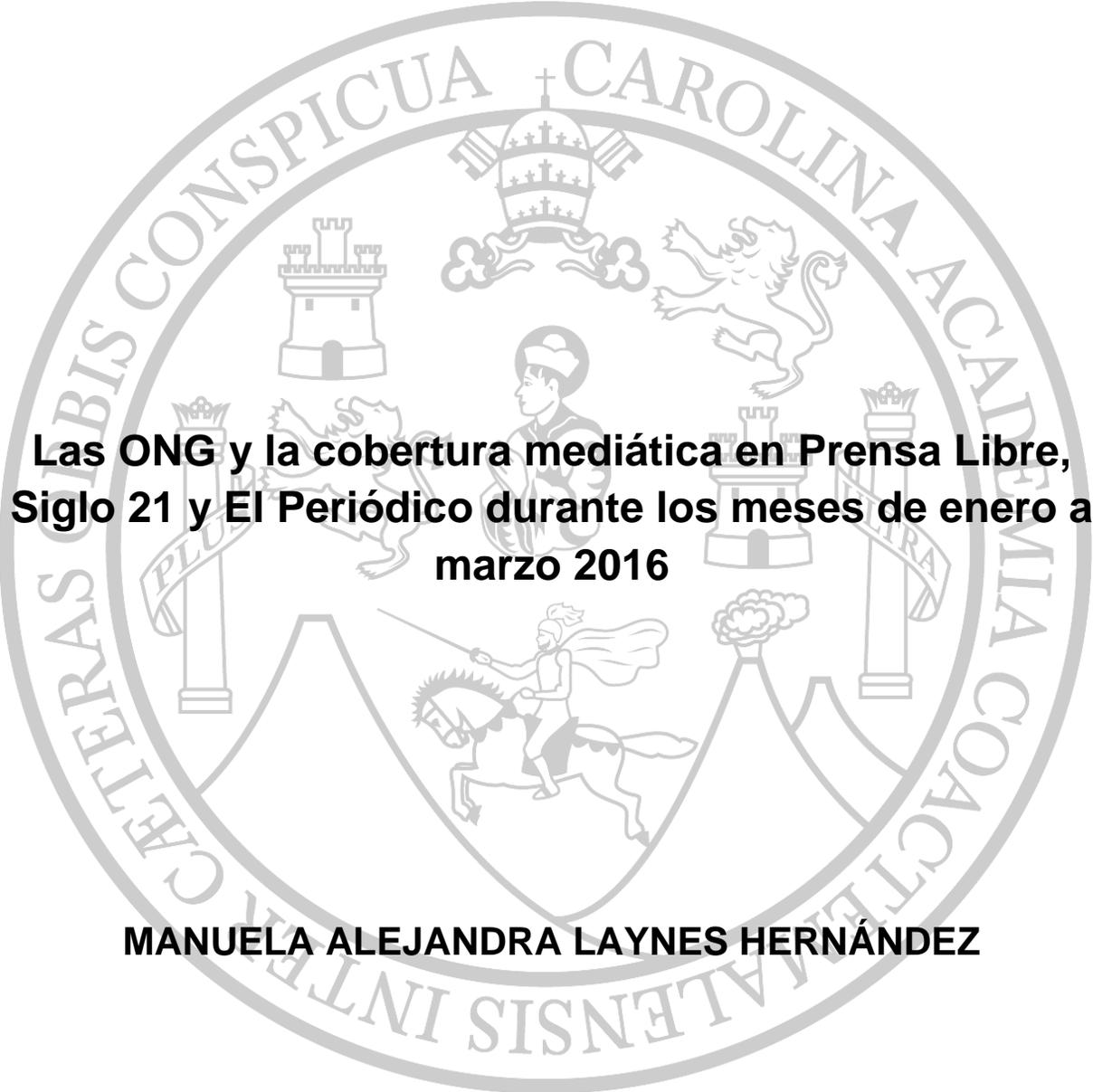
**LAS ONG Y LA COBERTURA MEDIÁTICA EN PRENSA LIBRE,  
SIGLO 21 Y EL PERIÓDICO DURANTE LOS MESES DE ENERO  
A MARZO 2016**

MANUELA ALEJANDRA LAYNES HERNÁNDEZ

Guatemala, agosto de 2,017

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**Las ONG y la cobertura mediática en Prensa Libre,  
Siglo 21 y El Periódico durante los meses de enero a  
marzo 2016**

**MANUELA ALEJANDRA LAYNES HERNÁNDEZ**

**Guatemala, agosto de 2,017**

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

**Las ONG y la cobertura mediática en Prensa Libre, Siglo 21 y  
El Periódico durante los meses de enero a marzo 2016**

Trabajo de tesis presentado por:

**Manuela Alejandra Laynes Hernández**

Previo a optar el Título:

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

Asesor de Tesis:

**M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel**

**Guatemala, agosto de 2,017**



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

337-16

Guatemala, 27 de julio de 2016  
**Dictamen aprobación 095-16**  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Manuela Alejandra Laynes Hernández**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Laynes**

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.2 del punto 1 del acta 012-2016 de sesión celebrada el 15 de julio de 2016 que literalmente dice:

*1.2 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Manuela Alejandra Laynes Hernández, carné 200215341, proyecto de tesis LAS ONG Y LA COBERTURA MEDIÁTICA EN LOS MEDIOS ESCRITOS (PRENSA LIBRE, SIGLO 21 Y EL PERIÓDICO DURANTE LOS MESES DE ENERO A MARZO 2016. B) Nombrar como asesor(a) a: Licda. Ana Elisa Gudiel.*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
**M.A. Aracelly Mérida**  
*Coordinadora Comisión de Tesis*



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Copia: Comisión de Tesis  
AM/Anaijr

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



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

337-16

Guatemala, 02 de marzo de 2017  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 008-2017

Estudiante  
Manuela Alejandra Laynes Hernández  
Carné **200215341**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: LAS ONG Y LA COBERTURA MEDIÁTICA EN LOS MEDIOS ESCRITOS (PRENSA LIBRE, SIGLO 21 Y EL PERIÓDICO DURANTE LOS MESES DE ENERO A MARZO 2016.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Licda. Ana Elisa Gudiel Joviel	presidente(a)
M.A. Amanda Ballina Talento	revisor(a)
M.A. Byron Miguel García Morales	revisor(a)

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.  
Director ECC



  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida Gaitan  
Coordinadora Comisión de Tesis



C.C. comité revisor  
Archivo/expediente  
AM/SVMG/AiJr



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala, 26 de mayo 2017\*

M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

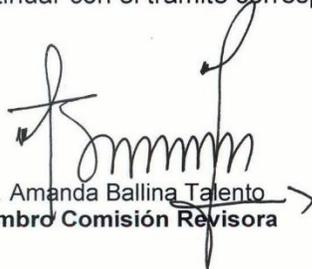
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante:

**MANUELA ALEJANDRA LAYNES HERNANDEZ**

Carné 200215341. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es:

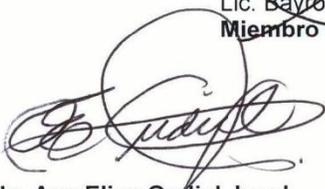
**LAS ONG Y LA COBERTURA MEDIÁTICA EN LOS MEDIOS ESCRITOS (PRENSA LIBRE, SIGLO 21 Y EL PERIODICO DURANTE LOS MESES DE ENERO A MARZO 2016)**

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

  
M.A. Amanda Ballina Talento  
Miembro Comisión Revisora

*"Id y enseñad a todos"*

  
Lic. Bayron Miguel García Morales  
Miembro Comisión Revisora

  
Licda. Ana Elisa Gudiel Jovel  
Presidente Comisión Revisora

c.c. archivo



337-16

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



Guatemala, 03 de julio de 2017  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg-No.027-17

Estudiante  
Manuela Alejandra Laynes Hernández  
Registro Académico 200215341  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: LAS ONG Y LA COBERTURA MEDIÁTICA EN LOS MEDIOS ESCRITOS (PRENSA LIBRE, SIGLO 21 Y EL PERIÓDICO DURANTE LOS MESES DE ENERO A MARZO 2016) siendo ellos:

Licda. Ana Elisa Gudiel Joviel	presidente(a)
M.A. Amanda Ballina Talento	revisor(a)
M.A. Byron Miguel García Morales	revisor(a)
M.A. Hugo René Pérez Caal	examinador(a)
Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón	examinador(a)
Dr. Otto Roberto Yela Fernández	suplente

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.  
Director ECC

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



c.c: Comité Examinador  
Archivo/expediente  
AM/SVMG/AiJr

“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt



Universidad de San Carlos de Guatemala-396-16  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 31 de agosto de 2017  
Orden de impresión/NR  
Ref. CT-Akmg- No. 030-2017

Licenciado (a)  
Manuela Alejandra Laynes Hernández  
Carné 2333 02565 0101,  
Registro académico 200215341  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título “*LAS ONG Y LA COBERTURA MEDIÁTICA EN PRENSA LIBRE, SIGLO 21 Y el PERIODICO DURANTE LOS MESES DE ENERO A MARZO 2016*”, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

*ID Y ENSEÑAD A TODOS*

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/SVMG/ajjr

“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

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

**DIRECTOR**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**REPRESENTANTES DE DOCENTES**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

**REPRESENTANTE DE EGRESADOS**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

Publicista Anaité del Rosario Machuca Pérez

Periodista Mario Roberto Barrientos Aldana

**SECRETARIA ADMINISTRATIVA**

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Ávalos

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel

M.A. Amanda Ballina Talento

M.A. Byron Miguel García Morales

M.A. Hugo René Pérez Caal

Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

Dr. Otto Roberto Yela Fernández

## **AGRADECIMIENTO**

Este paso es importante para mi familia y para mí, porque solo nosotros sabemos el esfuerzo, empeño y vicisitudes que hemos enfrentado para lograrlo.

Agradezco a Dios por la vida, por la familia que me proporcionó, pues me ha apoyado en todo momento. Gracias por mis amigos y conocidos, pues han aportado para que yo sea una mejor profesional, una mejor persona y una mejor guatemalteca.

Gracias por esas experiencias que he adquirido, tanto en mis lugares de trabajo, voluntariado y estudio, pues los conocimientos aportados por cada uno de ellos, me han enseñado a realizar mis tareas de una mejor manera.

Agradezco a todas esas personas que se han acercado a mi vida para apoyarme, para alimentar mi espíritu, para exigirme a sacar lo mejor de mí y sobre todo las que han confiado en mí.

Ahora como profesional me queda el gran reto, el de seguir compartiendo lo poco que sé para que muchas personas puedan aprender y así juntos hacer una mejor Guatemala.

*Gracias!!!*

Para efectos legales,  
únicamente la autora es la  
responsable del contenido de  
este trabajo.

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>I</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>III</b>
<b>Capítulo I</b>	
<b>1. Marco Conceptual .....</b>	<b>1</b>
1.1 Título del tema.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Justificación .....	3
1.4 Planteamiento del problema.....	4
1.5 Alcances y límites .....	5
<b>Capítulo II</b>	
<b>2. Marco teórico</b>	
2.1 Comunicación.....	7
2.2 Teorías de la comunicación.....	7
2.2.1 Teoría de la Aguja Hipodérmica .....	7
2.2.2 Teoría de la Investigación Administrada .....	8
2.2.3 Teoría de la Agenda Setting.....	9
2.3 Medios masivos de comunicación .....	10
2.4 Medios impresos .....	10
2.5 Periódico .....	11
2.5.1 Estructura de un periódico.....	11
2.5.2 Diseño Modular .....	12
2.6 Géneros Periodísticos.....	13
2.6.1 Nota informativa.....	14

2.6.2 Entrevista .....	14
2.6.3 Reportaje .....	15
2.7 Titular .....	15
2.7.1 Función informativa o denotativa.....	16
2.7.2 Función Expresiva o connotativa.....	16
2.8 Fuentes de información.....	17
2.9 Cobertura periodística .....	18
2.10 Organizaciones No Gubernamentales (ONG) .....	23
2.10.1 Organizaciones No Gubernamentales en Guatemala.....	24
2.11 Figuras jurídicas de ONG en Guatemala .....	26
2.11.1 ONG .....	26
2.11.2 Asociaciones civiles .....	27
2.11.3 Fundaciones.....	27
2.12 Hemerografía .....	28
2.12.1 Hemerografía registral .....	28
2.12.2 Hemerografía estructural.....	29
2.13 Análisis de contenido .....	30

### **Capítulo III**

#### **3. Marco metodológico**

3.1 Método y tipo de investigación.....	31
3.2 Objetivos.....	31
3.2.1 General .....	31
3.2.2 Específicos .....	32
3.3 Técnica .....	32
3.4 Instrumentos .....	32

3.5 Población .....	33
3.6 Muestra .....	33
3.7 Procedimiento .....	34

## **Capítulo IV**

### **4. Análisis de resultados**

4.1. Ficha Técnica .....	36
4.2 Porcentaje de cobertura en los tres medios escritos .....	37
4.3 Caso Prensa Libre .....	38
4.3.1 Cuadro comparativo No. 1 .....	39
4.3.2 Gráfica No. 1 .....	40
4.3.3 Gráfica No. 2 .....	41
4.4 Caso El Periódico .....	42
4.4.1 Cuadro comparativo No. 2 .....	42
4.4.2 Gráfica No. 3 .....	43
4.5 Caso Siglo 21 .....	44
4.5.1 Cuadro comparativo No. 3 .....	44
4.5.2 Gráfica No. 4 .....	45
4.5.3 Gráfica No. 5 .....	45
4.6 Días con mayor cantidad de publicación .....	46
4.6.1 Gráfica No. 6 .....	46
4.7 Secciones donde se publica la información de ONG .....	47
4.7.1 Gráfica No. 7 .....	47
4.7.2 Gráfica No. 8 .....	48
4.7.3 Gráfica No. 9 .....	48
4.8 Tamaño utilizado para las publicaciones .....	49

4.8.1 Tabla 1 .....	51
4.8.2 Ejemplo de 6 x 8 módulos o página completa .....	51
4.8.3 Ejemplo de 6 x 2 módulos .....	52
4.8.4 Ejemplo de 4 x 8 módulos .....	53
4.8.5 Ejemplo de 4 x 6 módulos .....	53
4.8.6 Ejemplo de confrontadas o consensuadas .....	53
4.9 Tipo de titulares utilizados .....	56
4.9.1 Tabla 2 .....	56
4.9.2 Gráfica No. 10 .....	60
4.10 Punto de vista de las ONG sobre la cobertura periodística .....	61
4.11 Y los medios ¿qué piensan al respecto de la cobertura que brindan? .....	64
Conclusiones.....	66
Recomendaciones.....	67
Bibliografía.....	68
E-grafía .....	72
Anexos .....	73

## Resumen

### **Investigadora:**

Manuela Alejandra Laynes Hernández

### **Título:**

Las ONG y la cobertura mediática en Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico durante los meses de enero a marzo 2016

### **Planteamiento del problema:**

¿Qué cobertura proporcionaron los matutinos Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico a la información de las Organizaciones No Gubernamentales en el período de los meses enero a marzo 2016?

### **Instrumentos:**

- Matriz de vaciado de información de los datos obtenidos de los tres medios que forman parte del estudio.
- Guías de entrevistas para representantes o comunicadores de las Organizaciones No Gubernamentales.
- Guías de entrevista para los editores de los medios de comunicación.

### **Procedimiento para la obtención de datos e información:**

Se recolectaron ejemplares de los tres medios escritos (Prensa Libre, El Periódico y Siglo 21) de los meses enero a marzo 2016. Se hizo un conteo de las notas publicadas en las diferentes secciones de los matutinos tanto de información general como la relacionada a las Organizaciones No Gubernamentales, también se analizaron los titulares de las notas donde se abordaron temas de ONG para verificar si cumplen con la función denotativa o connotativa.

Luego se realizaron entrevistas a representantes y comunicadores de diez ONG, tomando como base el Directorio Digital de ese Sector, y para tener el punto de vista de los medios, se abordó a los tres editores de los medios en estudio.

### **Resultados y conclusiones**

Entre los resultados destaca que, Prensa Libre es el medio que con mayor frecuencia y espacios de mayor dimensión dan cobertura a noticias generadas por actividades que realizan las ONG. La mayor cobertura se ofrece en la sección destinada a los corresponsales departamentales.

Al entrevistar a los editores, coinciden en que es importante el fondo o contenido noticioso y el interés que pueda tener la noticia para el público en general para que merezca su publicación. Mientras los directores o encargados de comunicación de las ONG opinaron, que por la limitación de recursos financieros tienen una débil capacidad técnica y de negociación que les abra espacios en los medios de comunicación.

El estudio también demostró que la cobertura hacia las ONG es baja, pues pocas de ellas manejan datos estadísticos en temas como Seguridad Alimentaria, Salud, Educación, Medio Ambiente, generación de ingresos y vivienda que son de interés público y para los medios de comunicación.

## **Introducción**

Para las Organizaciones No Gubernamentales -ONG-, es un privilegio que su información aparezca publicada en un medio escrito. Una publicación, independientemente del género periodístico que se utilice, ayuda o afecta la imagen de la persona o la institución que está siendo mencionada en la misma.

Las ONG han sido referentes de publicaciones negativas que afectan la imagen de las mismas; sin embargo, es importante conocer la cantidad de cobertura que los medios proporcionan a la información de estas organizaciones y si la cobertura periodística aborda aspectos positivos de las mismas.

En la presente tesis se establece la cantidad de cobertura que dan tres medios escritos a la información de las Organizaciones No Gubernamentales.

El documento de tesis se ha estructurado partiendo de los antecedentes y justificación del tema; presentación y análisis de teorías sobre aspectos importantes de comunicación y medios impresos. Se incluye un capítulo sobre metodología, técnicas y procedimientos utilizados en la investigación y, por último, los hallazgos y análisis del material documental y la información colectada en entrevistas a representantes y comunicadores de diez Organizaciones No Gubernamentales como a los editores de los tres matutinos en estudio.

En la última parte del documento se encuentran las conclusiones y recomendaciones que se deducen a partir de los hallazgos. Esta información se considera de utilidad para que las ONG puedan mejorar las formas de divulgación de información y acercamiento a medios masivos de comunicación.

El documento finaliza detallando el material bibliográfico y documentos del espacio cibernético que fueron consultados para apoyar la elaboración del trabajo, así como las herramientas utilizadas en el trabajo investigativo..

## Capítulo I

### 1. Marco Conceptual

#### 1.1 Título del tema

Las ONG y la cobertura mediática en Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico durante los meses de enero a marzo 2016

#### 1.2 Antecedentes

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG)<sup>1</sup>, realizan una serie de actividades con los habitantes de Guatemala, como apoyo para satisfacer necesidades que tienen en temas de vivienda, seguridad alimentaria, educación, generación de ingresos, desarrollo productivo, lucha por los derechos humanos y ambiente las cuales no son cubiertas por el Estado.

El surgimiento de estas instituciones en el país fue a raíz del terremoto del año 1976, con la finalidad de brindar apoyo humanitario.

Con el paso del tiempo y como producto del inicio de la Era llamada Democrática en 1986, con los gobiernos civiles se inició una mayor participación de la Sociedad Civil en temas de desarrollo, participación social y derechos humanos, lo que trajo consigo mayor facilidad jurídica para la creación de Fundaciones y Asociaciones.

A partir de los Acuerdos de Paz, firmados en el año 1996, con la reinserción de la guerrilla y el retorno de comunidades exiladas en otros países, la reubicación de desplazados internos y el flujo de donaciones de la Cooperación Internacional se crearon las condiciones para que aparecieran otras organizaciones vinculadas a la temática de la Paz, derechos de las mujeres y derechos indígenas.

---

<sup>1</sup> ONG se dice o escribe igual así se trata del singular o el plural, sin "s". Si es deletreada sí acepta plural: oenegé, oenegés. Ortografía de la Lengua Española de la Real Academia Española y la Asociación de Academias de la Lengua Española, 2010, página 577. Para el presente estudio se hará uso únicamente de las siglas ONG.

Lamentablemente junto a estas organizaciones que nacieron con el propósito de apoyar a los más necesitados, también surgieron organizaciones con figura de ONG creadas por personas inescrupulosas para que sirvieran como receptoras de fondos del presupuesto estatal<sup>2</sup>; aprovechando para ello vacíos en la Ley que las rige.

Esta situación ha dado paso a que muchas personas señalen que hay ONG buenas y malas. Debido a escándalos de corrupción generados por ONG vinculadas a políticos nacionales o locales se han dado amplios espacios, incluso en portadas, a esa información negativa.

En función de estos antecedentes, se considera importante verificar si la prensa publica los resultados reales del trabajo que las ONG realizan en diferentes temáticas en apoyo al desarrollo del país y no solo se concentra en la cobertura de información negativa.

Para iniciar con el presente estudio, se realizó una revisión documental para conocer si existe algún indicio de un tema similar al que se está proponiendo. De esa revisión se obtuvieron los siguientes resultados:

Tesis Comunicación para el cambio social elaborada por el Licenciado Gustavo Adolfo Bracamonte (1996), es una guía de aprendizaje destinada a facilitadores, animadores, grupos de obreros y estudiantes que deseen aprender más sobre como la comunicación puede realizar transformaciones del entorno de cada uno. Pues el conocer y analizar la realidad permite comunicarla de una forma distinta concluye el autor.

---

<sup>2</sup> Investigaciones periodísticas como la escrita por Ana Zarate Martínez y Luis Ángel Sas titulada “El Señor de las ONG” y publicada en Plaza Pública en el año 2011, dan cuenta de estas instituciones que son fundadas con este tipo de finalidades.

La comunicación social en las ONG´s de Guatemala, tesis de la Licenciada María Alejandra Lobos Vivar (2002), la cual está enfocada al perfil que debe poseer el profesional de comunicación en esas instituciones.

La función del comunicador social en las Organizaciones No Gubernamentales de Guatemala, tesis elaborada por la Licenciada Celeste Alejandra García (2013), en la cual se detallan las atribuciones y actividades que realizan los comunicadores sociales en estas instituciones.

Con el conocimiento de estos estudios, se verifica que hasta el momento el tema de cobertura por parte de los medios hacia las ONG, aún no ha sido abordado por lo que se considera que esta investigación será un aporte a las instituciones que integran este gremio.

### **1.3 Justificación**

En la literatura existente no se ha abordado el tema sobre la cantidad de cobertura que brindan los medios de comunicación escritos a la información de las ONG, por lo tanto, no existe la manera de tener acceso a esos datos.

Las notas publicadas por algunos medios escritos sobre ONG, presentan aspectos negativos del desempeño social de las mismas, sobre todo en el tema de transparencia en el manejo de fondos estatales para realizar actividades que incluso no están dentro del mandato de las mismas. Se considera necesario, establecer la cobertura que proporcionan los medios escritos de comunicación a la información positiva y a los aspectos relevantes de los resultados de los proyectos y actividades de las ONG en sus beneficiarios.

En la investigación se consideró importante indagar en los medios de comunicación cuáles son las razones del porqué les interesa o no determinada información de las ONG y cuáles son los factores que inciden en la cobertura que se les da.

#### **1.4 Planteamiento del problema**

Como se menciona en los antecedentes, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) apoyan en la solución de problemas y necesidades básicas de las personas que lo necesitan, en diferentes países, y Guatemala no es la excepción. Dentro de las temáticas que abordan estas instituciones se encuentran: educación, salud, vivienda, producción agrícola y pecuaria para auto consumo y generación de ingresos; así como seguridad alimentaria y nutricional, derechos humanos, protección del medio ambiente y ayuda humanitaria. Las distintas necesidades de la población son atendidas a través de programas y proyectos que se ejecutan en diferentes comunidades, aldeas, municipios y/o departamentos del país, según el área de intervención y los recursos que disponga la organización.

Como se puede apreciar, son problemas sociales que afectan a poblaciones muy específicas en el país en forma permanente; sin embargo, por alguna causa no forman parte de la agenda a cubrir por los medios de comunicación.

En la dinámica y razón de los medios de comunicación está la constante búsqueda de noticias e información, que les permita dar a conocer al público sobre diferentes temas de interés social. Sin embargo, al momento que se toma un periódico, se nota que la cobertura periodística está enfocada hacia información generada por los Organismos Ejecutivo, Legislativo o Judicial; así también sobre hechos de violencia, espectáculos y deportes.

Leñero y Marin nos recuerdan que “...*el lector de periódicos y revistas es un receptor activo; elige y compra la publicación que quiere, selecciona los textos que juzga de interés (incluidos los anuncios publicitarios) y determina el momento de la lectura*” (1976, p.21) Por esta razón los medios escritos publican información de interés para sus lectores o que consideran dentro de sus agendas como de interés público.

Se observó que, de manera excepcional, se dio amplia cobertura periodística hacia las Organizaciones No Gubernamentales en diferentes medios para

actividades muy puntuales como es el caso de Teletón de la Fundación Pro Bienestar del Minusválido (FUNDABIEM), la inauguración de la Escuela Nohemí Morales de la Fundación Adentro de Ricardo Arjona, las cuales una vez ha finalizado la actividad que generó la cobertura no se tiene continuidad en los medios.

Lo anterior, evidencia que la cobertura hacia las ONG ocupa un espacio reducido, con publicaciones eventuales y con poca profundidad.

En consideración a lo descrito anteriormente, surge la pregunta:

¿Qué cobertura proporcionaron los matutinos Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico a la información de las Organizaciones No Gubernamentales en el período de los meses enero a marzo 2016?

## **1.5 Alcances y límites**

### **Alcances**

Esta investigación estableció la cobertura informativa que Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico, dieron a la información de las Organizaciones No Gubernamentales en Guatemala, en el primer trimestre del año 2016.

Se tomaron en cuenta unidades de análisis de la información publicada acerca de las ONG, como titular, sección y cantidad de módulos facilitados.

### **Límites**

Para llevar a cabo la investigación se tomaron en cuenta tres elementos:

- Las notas informativas, reportajes y entrevistas publicadas en los meses de enero a marzo del año 2016 en las diferentes secciones de Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico.
- Entrevistas a directivos y responsables de comunicación de Organizaciones No Gubernamentales en el país.

- Entrevistas a editores de los tres medios escritos incluidos en el estudio.

Se escogieron estos tres medios escritos por contar con tiraje a nivel República de Guatemala, por publicar en menor cantidad información de nota roja y porque su público objetivo es catalogado como clase alta, media alta y media.

Para las entrevistas a directivos y responsables de comunicación de Organizaciones No Gubernamentales en Guatemala, se utilizó el directorio de ese Sector<sup>3</sup>, el cual cuenta con el registro de 100 organizaciones de Desarrollo.

---

<sup>3</sup> Directorio Digital de ONG 2016, elaborado por ASINDES y CONGCOOP y publicado en [www.asindesgt.org](http://www.asindesgt.org)

## **Capítulo II**

### **2. Marco teórico**

#### **2.1 Comunicación**

*“El verbo comunicar proviene de la voz latina “comunicare” que en su acepción más general estima que comunicación, es la acción y efecto de hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”.* (Flores de Gortari & Orozco, 1980, p. 16)

De acuerdo a Avendaño, la comunicación es *“el proceso a través del cual, un organismo o individuo, establece una relación ya sea consigo mismo, con otro u otros organismos, con el fin de transmitir alguna unidad de información sensible”.* (2011, p.12)

De igual manera otros autores, como Carlos Interiano, establecen que la comunicación *“es un fenómeno de interacción social.... Un oxígeno de la sociedad”* esto se determina como un proceso que ha permitido que el ser humano haya alcanzado un nivel de desarrollo y una puerta hacia la cultura, ya que por medio de ella se ha obtenido una transferencia de ideas, pensamientos, sentimientos, emociones y conocimientos. (2001, p. 9)

Por lo tanto, la comunicación es un acto primordial e indispensable en la vida de las personas pues permite establecer contacto con otras personas, de acuerdo a un tema o información que se desea transmitir o recibir.

#### **2.2 Teorías de la comunicación**

Dentro de las teorías que se consideran importantes para la presente investigación se encuentran: La de la aguja hipodérmica, investigación administrada y agenda setting.

##### **2.2.1 Teoría de la Aguja Hipodérmica**

Dentro de los autores que tratan esta teoría se encuentran Harold Laswell (1985), él da a conocer esta teoría donde estudia la eficacia de la comunicación con el

propósito de asegurar el control social. Se establece en esta teoría que los medios de comunicación de masas conducen el mensaje entre el emisor y el receptor, entre el estímulo y la respuesta, por lo que no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos de la publicación, hay una relación directa de causa-efecto. De este modo la manipulación es posible porque frente a un poder enorme de medios de comunicación de masas no hay ningún elemento de resistencia.

Carrera quien indica que *“La teoría de la aguja hipodérmica, considera que los efectos de los medios de comunicación son fuertes y afectan más o menos de manera universal a cualquier persona que se exponga a los contenidos mediáticos”*. (Carrera, 2008, p.155)

Le Bon concluía sobre esta teoría que *“Todo aquello que impresiona a la imaginación de las masas se presenta en forma de una imagen emocionante y clara, desprovista de interpretación accesoría o no teniendo otro acompañamiento que el de algunos hechos maravillosos: una gran victoria, un gran milagro, un gran crimen, una gran esperanza. Conocer el arte de impresionar la imaginación de las masas equivale a conocer el arte de gobernarlas”* (Le Bon 2005, 6ª. Ed. pag. 56)

De acuerdo a estas teorías se considera que los efectos de las publicaciones a través de medios masivos pueden afectar o invitar a la acción a las personas que se expongan a estos contenidos. Para nuestra investigación esta teoría es importante pues las publicaciones realizadas en los medios masivos ayudan a forma un criterio sobre el trabajo que realizan las Organizaciones No Gubernamentales, que son el centro de nuestra investigación.

### **2.2.2 Teoría de la Investigación Administrada**

La teoría de la investigación administrada o “Two Step Flow” fue planteada por Katz y Lazarsfeld (1955) y estudia la comunicación en dos etapas para explicar su impacto en la opinión pública. El fundamento se encuentra en el fortalecimiento de la comunicación interpersonal frente al efecto independiente de los medios en la

conformación de la opinión. Se plantea que los medios de comunicación hacen fluir las ideas y que estas llegan a los sectores activos de la población: los líderes. Estos líderes hacen fluir la información hacia los actores pasivos. Se estima esta teoría pues los tres medios de comunicación que incluye el estudio, son medios que van dirigidos hacia un nivel socio económico tipo a,b,c, que pueden realizar una lectura más profunda del material periodístico y a su vez dar a conocer el contenido a otras personas.

### **2.2.3 Teoría de la Agenda Setting**

En la Teoría de la Agenda Setting, los efectos se ven a largo plazo. *“Esta teoría consiste en que la información que transmiten los medios de comunicación hacia las personas, puede tomar diferentes direcciones y con ello producir un cambio o refuerzo en las opiniones y actitudes ya existentes, modificar la conducta, ser rechazada o pasar indiferente ante el público o quedar como simple información”* (Melgar, 2010, p.113).

Mc Combs sostiene que *“los medios de comunicación de masas poseen la capacidad de transferir al público los temas o asuntos más relevantes sobre los que habrán de prestar mayor atención. En otras palabras, lo que los medios incluyan en sus contenidos será considerado como lo más importante de atención pública por los lectores, televidentes o radioescuchas”* (McCombs, Maxwell & Evatt, D. , 1995, p.30)

También añade McCombs *“El público sometido en cierto modo a un proceso de aprendizaje, responde a los mensajes que le presentan los medios y se entretiene, dialoga o discute sobre los diferentes temas informativos. La atención pública y la opinión pública quedan enmarcadas en el espacio público informativo. Cuando se habla de los efectos de la selección temática o agenda setting, se introduce un aspecto que supera a la propia selección de noticias y que se relaciona con la percepción y cognición que tiene la audiencia. Los medios masivos no sólo indican cuáles son los temas más destacados, sino que limitan la propia capacidad de*

*conocimiento del lector sobre aquellos hechos informativos que no aparecen dentro de lo que se ha venido a denominar la "visión periodística del mundo". (Ibid, p.34)*

Los efectos de la agenda setting crean la percepción entre el público que los medios de comunicación, transmiten o publican información sesgada o de manipulación ya que solamente les dirige a tomar ciertas posturas de pensamiento y de acciones. Sin embargo, los medios de comunicación manifiestan que dependen de que información relevante está generándose a su alrededor y que amerite ser considerada importante para su difusión.

### **2.3 Medios masivos de comunicación**

En el proceso de comunicación, el canal, corresponde a los medios masivos de comunicación. Es el elemento por el cual se transmite el mensaje al receptor por parte del emisor, es una herramienta que permite mantener a todo el mundo informado de lo que pasa en el ámbito nacional o internacional.

Algunos autores como Lerner consideran que los *“medios masivos de comunicación pueden ocasionar transformaciones que van desde la variación de referentes en la construcción del yo hasta la modificación de elementos que desplazan, modifican o refuerzan las identidades colectivas”*. (1958, p.27),

Estos medios de comunicación, por tener la particularidad, de llegar a muchas personas, tienen un poder de influencia grande, los mensajes que transmiten, son los encargados de mantener informadas a las personas sobre los sucesos sociales, políticos y económicos, tanto nacionales como internacionales.

### **2.4 Medios impresos**

En la vida diaria nos referimos a los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. *Las personas también se*

refieren a los medios impresos con el término “prensa”, el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas. (Gomez Mompert, J.L.; Martin Otto, E. , 1999, p.16). En Guatemala, los periódicos son los que las personas conocen regularmente con el término prensa.

## 2.5 Periódico

De acuerdo a la Ley de Emisión del Pensamiento de Guatemala, “*Periódico es un impreso publicado en serie, a intervalos regulares, bajo un nombre constante, distribuido al público para difundir informaciones, comentarios u opiniones*”. (1976, Art. 3)

Pertenece al grupo que se denomina prensa escrita, dado que consiste en publicaciones impresas, que tal como se indica y se distinguen por la periodicidad que presentan.

Actualmente circulan en la ciudad de Guatemala, los siguientes periódicos:

### Periódicos que circulan actualmente en Guatemala

NOMBRE DEL PERIÓDICO	AÑO DE FUNDACIÓN
Diario de Centroamérica	1880
La Hora	1920
Prensa Libre	1951
Siglo 21	1990
El Periódico	1996
Al Día	1998
Nuestro Diario	1998
Publinews	2011

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios web de cada medio.

### 2.5.1 Estructura de un periódico

Canga opina, que la estructura de un periódico existen dos tipos de diseño: el irregular y el modular, dentro de estos dos tipos, surgidos del distinto uso que se haga de los recursos utilizados para realizar el diseño de una página. En la

actualidad, el diseño irregular, utilizado durante muchos años por los grandes periódicos siguiendo el viejo método de estructurar la página de una forma casi casual, ha desaparecido y se estructura todo el contenido a través de un sistema modular (1994, p.31-33)

El diseño modular sirve para llevar a cabo la comunicación organizada de las ideas y no la proliferación de esquemas de forma libre. Es decir, a diferencia de la maqueta irregular, que divide la página en una serie de formas que se ajustan entre sí, la maqueta modular divide la página en una serie de rectángulos perfectamente delimitados por cuadros lineales. Uno de los primeros diseñadores que utilizó un sistema de módulos completamente integrado fue Frank Arriss, que en el año 1971 diseñó de nuevo el “Minneapolis Tribune”, esto según Canga (Ibid, p. 40), se le denominó el método técnico de ingeniería gráfica. Este método está compuesto por los siguientes pasos:

- Organiza automáticamente ante el lector la relación entre titular y texto.
- Simplifica y acelera la planificación de las páginas, con contenidos en forma modular el diseño resulta más flexible ya que se facilita el desplazamiento de los diversos módulos sobre la superficie de la página.
- Facilita la tarea de la redacción. El diseño modular permite indicar a los redactores el número exacto de líneas que deben escribir para rellenar el espacio disponible.
- Los contornos de los módulos claramente determinados permiten facilitar la fase del montaje de páginas, ayudando a mejorar la estructura y buena disposición del contenido.

### **2.5.2 Diseño Modular**

El diseño modular se basa en el principio de la construcción de bloques lo que permite que todos los elementos de una información (títulos, ilustración y texto), se estructuran formando una unidad (módulo).

*“Algo fundamental en el diseño modular, y que a veces no es tenido suficientemente en cuenta, es la manera que se disponen los módulos dentro de la página. Es la combinación de módulos verticales y horizontales, lo que proporciona a una página una dinámica visual. De forma análoga, la combinación de contraste y módulos grandes y pequeños da como resultado un perfil más interesante. Si demasiados elementos son del mismo tamaño o tienen una dimensión exclusivamente horizontal o vertical el contraste es débil y las páginas resultan aburridas”.* (Paniagua, 2006, p.51).

*“Los artículos cortos son más propios para la disposición tipográfica vertical y los artículos largos para la forma horizontal. La disposición horizontal hace parecer los artículos largos más cortos. Dentro del diseño periodístico modular, pueden hacerse dos claras divisiones que responderían al uso de un determinado tipo de equilibrio dentro de las páginas de un periódico”.* (Paniagua, 2006, op. Cit. p.53).

## **2.6 Géneros Periodísticos**

De acuerdo a Juan Gargurevich, *“Los géneros periodísticos son formas que el periodista utiliza para expresarse debiendo hacerlo de modo diferente según la circunstancia de la noticia, su interés y sobre todo el objetivo de la publicación”* (1982, p.60).

Los géneros periodísticos son los responsables de garantizar al destinatario el cumplimiento de requisitos establecidos por la técnica periodística, para esto el periodista que es el responsable del proceso de la información debe tener el conocimiento previo para aplicar los criterios que regirán y determinarán qué género se utilizará para tal o cual información.

Javier Diaz Noci (1995) considera que los géneros periodísticos surgieron con la prensa impresa y que luego fue adaptada al periodismo de radio y televisión. Estos géneros se dividen en: informativos, interpretativos y de opinión. En la presente investigación nos enfocaremos en los informativos: nota informativa, reportaje y entrevista.

### 2.6.1 Nota informativa

Para informar sobre un acontecimiento actual de interés general, se recurre al uso de la nota informativa. “*Sus características principales son el sujeto, hecho, modo, lugar, tiempo, causa y consecuencia, pues son las que darán respuesta a las seis preguntas básicas que a modo de resumen permitirán al lector enterarse de inmediato y a la brevedad*” (Paiz, 2000, p.49)

¿Quién? *Sujeto de la información*

¿Qué? *Hecho, lo que ha acontecido*

¿Cómo? *Modo, el método o manera de producir el hecho.*

¿Dónde? *Sitio, el lugar en el que se produjo este acontecimiento*

¿Cuándo? *El día, hora, año en que ocurrió el hecho.*

¿Por qué? *La razón o causa por la que sucedió el hecho.*

Donsbach (1995) sostiene que existen diferentes factores de la noticia, como la sorpresa, la tematización, la personalización y el negativismo, que favorecen que una nota pueda ser publicada o no.

### 2.6.2 Entrevista

El libro Periodismo para Periodistas (DOSES, 2007, p.25) indica que se conoce como entrevista a “*la conversación entre un reportero o periodista y un personaje relevante*”. El realizar una entrevista requiere de preparación de datos y documentación del tema a tratar para así elaborar preguntas que puedan ampliar o revelar información importante para el público. Una entrevista bien elaborada puede dar paso a investigar otros hechos que el entrevistado pueda detallar dentro de la misma e incluso llevar a otras fuentes de información.

### 2.6.3 Reportaje

*“El reportaje es un género muy versátil, que incorpora y combina múltiples procedimientos y recursos de escritura, mezclando incluso otros géneros periodísticos y/o literarios”.* (Fernández Parrat, 1998, p.39)

Martin Vivaldi lo define como *“El relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano; también: una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor periodista”* (1998, p.25).

El reportaje es utilizado para ampliar el seguimiento que surge a raíz de una nota informativa, por lo que es un género más investigativo.

### 2.7 Titular

Todo trabajo periodístico requiere de un titular, el titular es lo primero que capta la atención del lector por lo que debe ser llamativo para que las personas puedan interesarse por la información que se desarrolla en el mismo. De acuerdo a la autora Petra Secanella (1980, p.25) *“un titular debe ser la síntesis de la noticia; debe recoger el elemento más importante”.*

Los autores Armentia y Caminos hablan de tres tipos de titulares que pueden utilizarse: *“Los informativos o denotativos que expresan el hecho y el protagonista; los expresivos o connotativos intentan impactar en las emociones de los lectores y los apelativos que utilizan el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho del que no se informa en profundidad. Estos últimos son propios de la prensa sensacionalista y de sucesos.”* (2003, p. 55)

De acuerdo con el doctor José Manuel Zorrilla *un titular debe tener como mínimo entre 6 y 10 palabras, pues esto permite que el lector pueda generarse una idea del contenido de la nota. También sugiere que se eviten las rimas, debe ser*

*correcto gramatical y sintácticamente, de preferencia utilizar el presente como tiempo verbal. Se deben elegir verbos activos que transmitan ideas. (1996, p.112)*

El titular es de suma importancia no solo porque introduce al contenido de lo que se va a leer, sino también acentúa el interés que se le está dando a la noticia o tema que se está tratando.

### **2.7.1 Función informativa o denotativa**

El lenguaje denotativo es el lenguaje objetivo, acorde con la realidad; aquel que se emplea para decir las cosas tal como son o se presentan, con toda claridad, con el ánimo de ser entendido por quienes tienen acceso a ello sin utilizar ningún tipo de simbología.

*El lenguaje denotativo se refiere de modo directo a un hecho o a un dato. Lo denota, lo nombra. Es más importante el significado que el significante. Su intención es transmitir información. Su lectura no puede cambiarse. (Sánchez, 1990, p.27)*

Ejemplo: Se reitera veto para las ONG en obra pública.

Es el uso común y práctico que hacemos del lenguaje. En otras palabras, es el lenguaje base que nos brinda referencias y datos directos, de hechos cotidianos, científicos, culturales, etc.

### **2.7.2 Función Expresiva o connotativa**

La connotación o lenguaje connotativo (segundo orden de significación) se refiere particularmente a las diferentes acepciones que les damos a las palabras.

Por ejemplo: la palabra cabeza, es una parte del cuerpo humana, pero también es utilizada para decir: la cabeza de familia, la cabeza de la empresa. En el caso de titulares se puede mencionar el siguiente ejemplo: La naturaleza se revela contra

los incendios. Esto significa que las lluvias que cayeron en diferentes sectores del país, logro apagar los incendios que estaban por propagarse a otros sitios.

*Es el lenguaje que va más allá de lo meramente referencial y práctico. Lo connotativo es el lenguaje segundo, o expresivo, porque refleja el mundo interior del hablante. No sólo dice lo que dice, sino algo más (Sánchez, 1990, op.cit. p. 29)*

## **2.8 Fuentes de información**

La búsqueda de información es el primer paso para comenzar a investigar sobre cualquier tema y el periodismo no es ajeno a ello. Para obtener información es indispensable acudir a las fuentes de información que proveerán los datos que se necesitan.

El significado de la palabra fuente según el Diccionario de la Lengua Española (<http://dle.rae.es/>) es:

*Del lat. Fons, fontis.*

*7. f. Principio, fundamento u origen de algo.*

*8. f. Persona o cosa que proporciona información.*

*9. f. Material que sirve de información a un investigador o de inspiración a un autor.*

En la guía básica Periodismo para Periodistas indica que “*fente es toda aquella persona, institución o documento del que procede una información.*” (DOSES, op. Cit, p. 41) Es decir, quien proporciona elementos para elaborar un trabajo de investigación, en el presente caso, un trabajo periodístico.

Las fuentes son de suma importancia, ya que brindan testimonios de primera mano. En Guatemala, se puede observar que los medios de comunicación mantienen como fuentes permanentes de información a los diferentes Ministerios del Gobierno, Municipalidades e instituciones bomberiles y policiacas.

Para la doctora Mariela Oyarzo, (2014. p.15) *“El valor que le asigna un medio a un hecho puede entenderse distinguiendo con que temáticas los relaciona, cuál es la relevancia que le da y el origen de las fuentes”*.

La consulta de diversas fuentes para un trabajo periodístico es la base fundamental, pues permitirá tener diferentes versiones al respecto de un tema.

## **2.9 Cobertura periodística**

De acuerdo al Manual Fin a la Violencia de la Organización de Naciones Unidas (ONU, 2012, p.12), *“la cobertura mediática puede ser adquirida y ganada”*. La cobertura adquirida, por ejemplo son los anuncios en los diarios o anuncios de interés público, son producidos por la campaña o por una organización especializada, como una agencia de relaciones públicas contratada para esta finalidad por el equipo de la campaña. La cobertura adquirida por lo general se paga, pero muchas campañas sobre temas sociales han logrado movilizar con éxito el apoyo gratuito de importantes agencias de relaciones públicas y medios de difusión. La ventaja de la cobertura adquirida es que el equipo de la campaña mantiene prácticamente el control pleno de la forma en que se presenta el mensaje.

No obstante, el diseño de anuncios eficaces y la adquisición de espacio para anuncios o tiempo de emisión exige recursos considerables. Esto también se aplica a las “noticias” compradas; es corriente contratar a empresas de relaciones públicas que se ocupan de ubicar el tema de la campaña de manera muy visible en los medios de información por medio de artículos de opinión, entrevistas preparadas y editoriales, entre otras cosas. (*Ibid*, p.13)

La cobertura ganada es la que producen los periodistas o una contribución gratuita presentada por la campaña (por ejemplo cartas al editor, artículos de opinión) cuya publicación es aceptada por el medio de difusión. No es necesario pagar la cobertura mediática ganada, pero debe invertirse tiempo y competencias para

entablar relaciones constructivas con los periodistas y orientarlos para que presenten informes en que se tengan en cuenta y apoyen las cuestiones de género. (*Ibid*, p.13)

En el Taller Una Cobertura Periodística más Profesional, Tamayo define la cobertura periodística para la prensa escrita de una forma bastante elemental y esquemática, como *“el acto o la sucesión de actos para buscar, encontrar, interpretar y transmitir —en gráficas e imágenes bidimensionales— un suceso de actualidad (que ocurre en el presente o aconteció en el pasado pero se hace presente) que tiene para el receptor algún interés, bien por su novedad, cercanía, prominencia, consecuencia, rareza u originalidad, interés humano, u otras cualidades no siempre coincidentes pero imprescindibles —al menos una parte de ellas— si queremos hablar de un producto periodístico. Es, además, un hecho actual apresado por un especialista o equipo de estos, sobre los cuales «pesa» una ética, una ideología, una técnica”*. (<http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110502-taller-por-una-cobertura-period-stica-m-s-profesional.-notas-de-un-reportero.php>)

Amplía Tamayo que la cobertura, desde el ejercicio puro y estricto del periodista, es un sistema con varios momentos: a) la búsqueda e interpretación de la información; b) la confección del texto; c) el emplane; y d) la recepción del mensaje (retroalimentación). Y todos y cada uno de estos momentos deben estar regidos por una táctica y una estrategia.

Los autores Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1994, p.125) reconocen que *“en las empresas de prensa existen una serie de condicionantes que inciden en el tratamiento y cobertura que se hace de la noticia, de manera que el contenido que finalmente llega al público no es otra cosa más que el resultado de las políticas editoriales que las mismas instituciones mediáticas implementan”*. Desde esta propuesta es posible explicar el por qué los medios llegan a destacar la presencia de ciertos temas o personajes, mientras que tienden a ignorar otros.

Esto significa que la cobertura tiene dos ámbitos: uno que sea noticiable y el otro que genere interés para la agenda del medio. Por lo que es importante el significado de lo noticiable o noticia (no como género, sino más bien como la materia prima para el periodista).

Martínez Albertos señala que *“noticia es un hecho verdadero, inédito, actual o de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”*. (1997, p.44)

Según Alsina, el producto de las tres fases (producción, circulación y consumo o reconocimiento) para la construcción del discurso periodístico: es la noticia. (1995, p.40)

Mientras que, en el Manual de Estilo de la Universidad Pedagógica de Buenos Aires, considera que *“Siempre que se comunica un acontecimiento de actualidad, ignorado hasta el momento, verídico y que despierta el interés del público al que se dirige, estamos ante una noticia”* (2011, p.20)

En conclusión, noticia es el hecho que se considera de interés general, lo cual merece cobertura por parte de los medios de comunicación para ampliar y dar a conocer al público.

En cuanto al interés que puede generar para el medio de comunicación la cobertura de un tema, existen algunos criterios (Diaz 2014, p.5), que se citan a continuación:

- *La continuidad al hecho del que se está hablando. Por cuánto tiempo ha sido de interés público el tema.*
- *Qué nivel de curiosidad o novedad puede despertar el hecho a cubrir, en el lector.*

- *Si hay una personalidad involucrada en el hecho, le dará mayor razón para su cobertura.*
- *La carga de negatividad y desviación, es un criterio “valioso” al momento de calificar a un hecho como noticioso. Es por eso que algunos medios son percibidos como amarillistas, por la cobertura tan cargada de noticias que cumplen este criterio.*
- *Los hechos polémicos.*
- *Los dramas personales, por la sensibilidad que despierta en los lectores.*
- *El impacto social a través de los efectos, implicaciones o consecuencias que puede traer para un grupo específico de la población.*
- *La utilidad de la información que un hecho pueda generar.*
- *La positividad y entretenimiento, factores que se perciben en menor cantidad en los medios.*
- *La exclusividad, entendida como la necesidad de un medio de mantener distancia respecto de otros similares y de competidores esenciales,*

Todos estos criterios son tomados en cuenta por el responsable del medio, que puede ser el jefe de sección, jefe de redacción, subdirectores o directores y en cierta forma le sirven al medio para lograr mayor audiencia y generar cierta conciencia o conocimiento sobre un tema en particular.

En todos sus detalles, la cobertura periodística significa un acto deliberado y complejo que exige planificación. Al momento que un periodista realiza una cobertura (Iñigo, Martín y Puebla 2008) sobre un acontecimiento que le generará material para su trabajo periodístico deberá tomar en cuenta lo siguiente:

a) Observar el entorno desde todos los puntos de vista; b) buscar fuentes de información (protagonistas, testimonios, exclusivas) y c) documentar toda la información que se ha recolectado.

Explica Tamayo que cuando se tiene una cobertura se debe saber hasta dónde se quiere llegar y cuál es el camino a seguir. (<http://mesadetrabajo.blogia.com/>)

El estudio Los medios de comunicación y la sociedad guatemalteca informa que *en Guatemala es común que los periodistas privilegien pocas fuentes y no contrasten los datos, convirtiéndose, de cierta forma, únicamente en reproductor de declaraciones de funcionarios y funcionarias del gobierno. Esta situación no es totalmente “antojo” de los reporteros, sino también de la rapidez con la cual se tienen que alimentar las páginas de los periódicos. Es en los reportajes en donde se puede apreciar un mayor tiempo invertido para la preparación de la información.* (Berganza 2002)

A continuación, se presenta un cuadro comparativo de las necesidades que los periodistas tienen al cubrir información, y de las fuentes que proveen la misma. (Hernandez Alarcón, 2006)

### Cuadro comparativo de necesidades informativas

PERIODISTAS Y COMUNICADORES SOCIALES	FUENTES DE INFORMACIÓN
Buscan y transmiten información novedosa y relevante.	Proporcionan información y opiniones con elementos noticiosos.
Necesitan directorio de especialistas o líderes que manejen temas de interés, incluyendo opciones para horas hábiles e inhábiles.	Deben contar con un directorio de medios con nombres de jefes de información, reporteros, y sus áreas de cobertura.
Requieren de informaciones oportunas y exclusivas.	Requieren de impactos periodísticos oportunos y frecuentes.
Tienen interés en contar con elementos de contexto e informaciones referidas a conmemoraciones o hechos sobresalientes.	Amplio interés en promocionar el trabajo de determinadas agrupaciones, postulados, propuestas, punto de análisis o estadísticas.
Esperan información, datos y contextos de problemáticas específicas (justicia, seguridad, mujeres, niñez y juventud, desnutrición, medio ambiente, etc.)	Desean conocer la agenda del medio para proporcionar la información adecuada de temas de actualidad.
Intercambia información para conocer la visión desde otra perspectiva.	Intercambian información desde otra perspectiva.

Fuente: Hernández Alarcón, (2006) Manual para Manejo de Medios

### 2.10 Organizaciones No Gubernamentales (ONG)

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ([www.faong.org](http://www.faong.org)) una Organización No Gubernamental es *“cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común”*.

Las ONG se encuentran clasificadas en cuatro diferentes tipos: (<http://www.gerencie.com/ong.html>)

- El primer tipo, se denomina Organizaciones No Gubernamentales Sociales, las cuales trabajan en sectores de inmigración y refugiados, discapacitados, enfermos, infantiles y familia, entre otros.

- El segundo tipo, se refiere a las Organizaciones No Gubernamentales de Derechos Humanos, las cuales trabajan en la denuncia de la violación de los derechos humanos en el mundo y en la divulgación, defensa y promoción de los mismos.
- El tercer tipo, describe a las Organizaciones No Gubernamentales Ambientalistas, cuyo trabajo se desarrolla en torno a la protección, promoción y preservación del medio ambiente con desarrollo sostenible.
- Y el último comprende a las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo, cuyo objetivo es la cooperación internacional.

En Guatemala existen las cuatro clasificaciones que se mencionan con anterioridad, para fines del presente estudio se tomaran en cuenta todas. Estas organizaciones no tratan de reemplazar las acciones de los Estados u organismos internacionales en sus correspondientes países, sino cubrir y ayudar en aquellas áreas en las cuales no existen política sociales o económicas, o bien cuando estas políticas resultan insuficientes para algunos grupos de la sociedad.

El reconocimiento formal de las ONG a nivel mundial es a partir del artículo 71 de la Carta de las Naciones Unidas en 1945<sup>4</sup>. La ONG más antigua es la Cruz Roja.

En países como España se les conoce también como Entidades No Lucrativas (ENL), Organizaciones de Solidaridad (OSL) o únicamente como Organizaciones del Tercer Sector (OTS). ([www.tercersector.net](http://www.tercersector.net))

### **2.10.1 Organizaciones No Gubernamentales en Guatemala**

En Guatemala, se definen como Organizaciones No Gubernamentales aquellas instituciones que no dependen directamente de los Ministerios u otras

---

<sup>4</sup> “El Consejo Económico y Social podrá hacer arreglos adecuados para celebrar consultas con organizaciones no gubernamentales que se ocupen en asuntos de la competencia del Consejo. Podrán hacerse dichos arreglos con organizaciones internacionales y, si a ello hubiere lugar, con organizaciones nacionales, previa consulta con el respectivo Miembro de las Naciones Unidas”.

dependencias del Gobierno. Son instituciones creadas con el fin de no lucrar, pueden ser parte del brazo social de alguna empresa o bien conformadas por personas individuales, en la mayoría de veces brindan su trabajo en calidad de voluntarios para realizar o promover actividades que ayuden a resolver problemáticas que están afectando a una porción de la población.

Literalmente el artículo 2 de la Ley de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo indica lo siguiente:

*“Son Organizaciones No Gubernamentales u ONG, las constituidas con intereses culturales, educativos, deportivos, con servicio social, de asistencia, beneficencia, promoción y desarrollo económico y social, sin fines de lucro. Tendrán patrimonio propio proveniente de recursos nacionales o internacionales, y personalidad jurídica propia, distinta de la de sus asociados, al momento de ser inscrita como tales en el Registro Civil Municipal correspondiente. Su organización y funcionamiento se rige por sus estatutos, las disposiciones de la presente Ley, y demás disposiciones jurídicas de carácter ordinario”. (Dto. 02-2003, Art. 2)*

El surgimiento de las ONG en Guatemala se consolida en el año en que el país es azotado por un fuerte terremoto el 4 de febrero de 1976, ante las necesidades que surgieron en ese momento en los ámbitos de salud, educación, legal, vivienda y humanitario.

Al ir finalizando esa década e iniciar los 80, el país se ve envuelto en el control militar ante las actividades insurgentes que dieron por esa época, por lo que buena parte de las ONG también acompañó actividades relacionadas al refugio de los desplazados por el enfrentamiento en algunos departamentos.

En 1986 se inicia el período de democratización política la cual tiene como producto diez años después la firma de los Acuerdos de Paz, esta acción dio paso a que se conformaran algunas otras organizaciones sociales en favor del ambiente, niñez, mujeres, pueblos indígenas y de trabajadores rurales. Se

multiplican los movimientos sociales, muchos de ellos de corta duración; crece el número de ONG, asociaciones, movimientos y redes. La mayor parte de estas expresiones organizativas crecen con apoyo de la cooperación externa, algunas de ellas logran sostenerse en el tiempo. Esto también de cierta manera demostraba que el Gobierno no tenía capacidad suficiente para resolver la problemática social y por eso la sociedad civil se comenzó a organizar a través de las ONG para complementar servicios. (Becerra, Pineda, Bustamante y Peña, 2014)

Estas acciones también permitieron que la sociedad tuviera a su alcance, espacios de aprendizaje y capacidad local que antes era más controlados.

En búsqueda de aportar a la población y llevar acceso a las comunidades de servicios básicos con fondos públicos, se trabajó una ley que regulara los mecanismos autónomos de fiscalización y exenciones fiscales para llevar a cabo el trabajo sin tanta burocracia. Sin embargo, esta, luego de la aprobación por parte del Congreso, terminó siendo una ley que facilitó el proceso de legalización de una ONG, teniendo como riesgo la creación de organizaciones con esa figura, pero para uso de índole político; y así aseguraron el acaparamiento de fondos que en algún momento fueron mal utilizados.

## **2.11 Figuras jurídicas de ONG en Guatemala**

### **2.11.1 ONG**

El artículo 4 de la Ley de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo indica literalmente:

*“Las Organizaciones No Gubernamentales podrán estar constituidas como asociaciones civiles, fundaciones u ONG propiamente dicha, constituida bajo el amparo de la presente Ley”. (Dto. 02-2003, Art. 4)*

### **2.11.2 Asociaciones civiles**

De acuerdo al Código Civil en el artículo 15, inciso 3, son Asociaciones Civiles: *Las asociaciones sin finalidades lucrativas, que se proponen promover, ejercer y proteger sus intereses sindicales, políticos, económicos, religiosos, sociales, culturales, profesionales o de cualquier otro orden, cuya constitución fuere debidamente aprobada por la autoridad respectiva. (Cod. Civil, Art. 15)*

Debe estar conformada por un número de asociados mayor al número de los cargos que integran la junta directiva. Deben tener objetivos y/o actividades comunes, los cuales deben tener un funcionamiento democrático e independiente. No tener ánimo de lucro, es decir no repartir los beneficios o excedentes económicos entre los socios.

Cuando estas asociaciones realizan actividades económicas que pueden generarles excedentes económicos, deberán invertirlos en el cumplimiento de los fines con las que fue conformada.

### **2.11.3 Fundaciones**

En el artículo 20 del Código Civil, se encuentra lo que corresponde a las características de una Fundación: *Las fundaciones se constituirán por escritura pública o por testamento. En el instrumento de fundación debe indicarse el patrimonio afecto y el fin a que se destina y la forma de administración. La autoridad respectiva aprobará el funcionamiento de la fundación, si no fuere contraria a la ley, y a falta de disposiciones suficientes, dictará las reglas necesarias para dar cumplimiento a la voluntad del fundador. (Cod. Civil, Art. 20)*

Para conformar una fundación se necesita de un patrimonio de cincuenta mil quetzales (Q50,000.00), realizar actividades sin ánimo de lucro y detallar en la cláusula referente al patrimonio inicial el nombre de cada uno de los miembros fundadores y la cantidad que cada uno aporta.

Tipos	Modalidades	Inscripción/Registro
Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo –ONG-  (Decreto 2-2003 del Congreso de la República)	a) Asociación Civil	Están reguladas por el Decreto 2-2003 del Congreso de la República.  Se inscriben en el Registro de Personas Jurídicas del Ministerio de Gobernación
	b) Fundaciones	
	c) Organizaciones No Gubernamentales (ONG)	

Fuente: Dto. 02-2003, Cap. I, Art. 4, Ley de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo

## 2.12 Hemerografía

Para Jacques Kayser *“La hemerografía es el examen y estudio de los periódicos, tanto de la parte visual como escrita, es decir su descripción total. (1979, p. 15).*

José Casaus considera que *“la hemerografía trata de descomponer sistemáticamente la estructura de los periódicos para encontrar conclusiones de tipo general con referencia a la evolución de un diario, a un grupo de periódicos y a los de un país o ámbito geo humano determinado”.* (1985, p.65). Para esto debe tomarse en cuenta los siguientes tipos de hemerografía: la registral y estructural.

### 2.12.1 Hemerografía registral

Según Casasús, la hemerografía registral es la que *“examina las características esenciales de la vida de un determinado diario considerado como una entidad autónoma dotada de unos rasgos propios que la distinguen de otros entes (Ibid, p.71) Es lo que Kayser denomina la personalidad del periódico”.* Se conoce como *biografía técnica*, y con ésta se pretende obtener toda la información relevante respecto al funcionamiento de un diario. (1979, p.17)

Estos datos indispensables permitirán conocer las características que lo diferencian de los demás. Se entiende por biografía técnica o *personalidad del*

*periódico*, como un “conjunto de datos que configuran las características esenciales y propias de un determinado periódico”. (Casaus, op.cit., p.78). El registro de identificación se obtiene cuando se contesta a lo siguiente:

1. a. Nombre del periódico
- b. Indicaciones que acompañan el nombre
- c. Indicaciones administrativas en otro lugar del diario
2. a. Sede de la administración
- b. de la Redacción (si el lugar es distinto)
3. Periodicidad
4. Momento de la aparición: mañana o tarde
5. Fecha del primer número
6. Zona principal de difusión
7. Tirada
8. Precio
9. Formato
10. Características de impresión y confección
11. a. Número habitual de páginas: máximo y mínimo
- b. Número de columnas por página
12. Nombre y dirección del impresor
13. Número de ediciones
14. Zona cubierta por cada edición
15. Idioma o idiomas en que se expresa y sus ediciones
16. Características excepcionales de la vida del diario
17. Lugar de conservación de las colecciones
18. Ficheros o índices de contenido

### **2.12.2 Hemerografía estructural**

Se trata de examinar el diario o diarios objeto de estudio tal como se presentan al público cada vez que se editan. Es esta segunda vertiente de investigación

hemerográfica, la que Kayser (op. Cit., p.19) calificaba de *morfología del periódico*, que los clásicos norteamericanos denominaban *Análisis Estructural Hemerográfico* o *Hemerografía Estructural*. En este tipo de estudio se cuantifica la información impresa presentada por el diario. (Casasús, op. Cit., p.79)

### **2.13 Análisis de contenido**

El análisis de contenido, según Berelson, “*es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación*”. (1952, p.34). Algunos estudios han comprobado que, *el análisis de contenido como una forma particular de análisis de documentos. Es decir que no es el estilo del texto lo que se pretende analizar, sino las ideas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse.* (López, 2002, p.173)

Esta técnica se constituye en un instrumento de respuesta a la curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura Interna de la información, bien en su composición, en su forma de organización o estructura, bien en su dinámica. Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación. (Ibid, p.175)

El análisis de contenido guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas. Solo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, ya que implica la verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación (Pérez Serrano, 1984, p.66)

## **Capítulo III**

### **3. Marco metodológico**

#### **3.1 Método y tipo de investigación**

El método utilizado en la presente investigación es el deductivo combinado con el método analítico. Pues a partir de los datos recopilados a través de la revisión documental y entrevistas se llegó a una conclusión sobre la cobertura de los medios escritos hacia las ONG.

La palabra deductivo proviene del latín deductio que significa sacar o separar consecuencias de algo, (Buendía, Colas y Hernández, 1998) argumentan que el método deductivo es el que parte de datos generales aceptados como válidos, para llegar a una conclusión de tipo particular.

El método analítico permitió realizar la separación de quiénes intervienen en las notas periodísticas, medios de comunicación que las cubren y las publican y las fuentes de información en este caso las ONG, con el propósito de estudiar las relaciones que las unen.

En cuanto al tipo de investigación, se utilizó la de campo, pues se tuvo contacto directo con el objeto de estudio y se recopilaron testimonios a través de entrevistas y encuestas, así como la recopilación de evidencia de la cobertura a través de la revisión hemerográfica.

#### **3.2 Objetivos**

##### **3.2.1 General**

Analizar la cobertura realizada por Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico hacia la información de las ONG.

### **3.2.2 Específicos**

Determinar la cantidad de espacio proporcionado por los medios escritos, hacia las notas que corresponden a información de ONG.

Describir el tratamiento que los medios escritos hacen de las notas informativas relacionadas a ONG.

### **3.3 Técnica**

Para el efecto de la investigación, se utilizó la recopilación y la revisión hemerográfica.

En esta fase se recopilaron los periódicos del primer trimestre del año 2016 de los tres medios escritos a investigar.

Posteriormente se revisó cada uno de los ejemplares para detectar las notas que tomaron como fuente de información a Asociaciones, Fundaciones y ONG.

Otra de las técnicas utilizadas fueron las entrevistas, en esta fase se llevó a cabo entrevistas tanto a los editores de los tres medios escritos en estudio y a responsables y encargados de Asociaciones, Fundaciones y ONG para conocer su opinión al respecto del tema tratado en esta investigación. Para estas entrevistas se elaboraron guías de preguntas.

Por último, se realizó un análisis de contenido de los titulares de cada uno de los titulares de las notas publicadas sobre ONG.

### **3.4 Instrumentos**

Se creó una ficha para el vaciado de la información encontrada en los periódicos en estudio, durante el período del mes de enero a marzo 2016.

Se elaboró una guía específica para las entrevistas efectuadas, según cada caso, a representantes o comunicadores de las Organizaciones No Gubernamentales y de medios escritos.

### **3.5 Población**

Hombres y mujeres representantes de las Organizaciones No Gubernamentales y medios escritos de comunicación.

### **3.6 Muestra**

Se hizo la revisión de 269 periódicos (91 de Prensa Libre y Siglo 21; y 87 de El Periódico) para identificar aquellos que evidenciaran cobertura de información sobre ONG. Se efectuó un procesamiento de datos de la totalidad de los periódicos consultados y se encontraron 47 periódicos en los que se localizó un total de 50 notas informativas y 11 reportajes con el contenido requerido por la investigación.

Por parte de los medios escritos respondieron la entrevista:

- Lucy Chay, Jefa de Información de El Periódico; quien brindó entrevista telefónica.
- Gerardo Jiménez, Editor General de Prensa Libre; quien brindó entrevista telefónica.
- Mynor Cortéz, Jefe de Redacción de Siglo 21; quien completó entrevista vía correo electrónico.

Tomando como base el Directorio de ONG publicado por CONGCOOP y ASINDES se hicieron contactos para las entrevistas a personal de diez Organizaciones No Gubernamentales, que a continuación se detallan:

- Sofía Gutiérrez, Jefa de Relaciones Públicas de la Asociación Fe y Alegría.
- Cecilia de Polanco, Responsable de Mercadeo y Recaudación de Fundación Aldo Castañeda.
- Lourdes Inés González, Directora de Operaciones de Asociación CasaSito.

- Iván Palma, del departamento de Mercadeo y Comunicación de Hábitat para la Humanidad.
- Débora Martínez, Coordinadora de Comunicación de Heifer International Guatemala.
- Daniel Salazar y Carlos Bacajol, Director y Responsable de proyectos, respectivamente, de Fundación Carroll Behrhorst.
- Evelyn Hernández, Coordinadora de Relaciones Públicas de Fundación Shalom.
- Verónica Mariela Álvarez, Directora Ejecutiva de Fundación del Centavo.
- José González, Gerente de Relaciones Públicas de Good Neighbors Guatemala.
- Rolando Flores, Responsable de Comunicación de ASCATED.

### 3.7 Procedimiento

Para cumplir con cada una de las técnicas establecidas con anterioridad, se realizaron diferentes fases:

1. Se recopilaron y revisaron 269 periódicos correspondientes a las publicaciones de Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico, durante los meses enero a marzo del 2016.

#### Cantidad de diarios consultados

Mes	Prensa Libre	Siglo 21	El Periódico
<b>Enero</b>	31	31	31
<b>Febrero</b>	29	29	29
<b>Marzo</b>	31	31	27
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>87</b>

Fuente: Elaboración propia con información de los periódicos consultados.  
Los días 24 al 27 de marzo 2016 El Periódico no circuló.

2. De los 269 periódicos, 47 periódicos publicaron notas informativas y reportajes que incluyen información de las ONG.
3. Se realizaron los contactos con los periodistas y responsables de las áreas de comunicación de ONG para realizar entrevistas, utilizando las guías que se elaboraron para ese fin. Las respuestas brindaron puntos de vista tanto de medios de comunicación como de ONG, respectivamente.
4. Con este material, se procedió a procesar la información realizando una clasificación, tabulación y vaciado de datos en cuadros de análisis; con ello se realizó la redacción del contenido del capítulo IV de esta investigación.

## Capítulo IV

### 4. Análisis de resultados

El estudio se enfocó en tres medios escritos en Guatemala, los que a continuación conoceremos a través de la ficha técnica.

#### 4.1 Ficha técnica

<b>Nombre del periódico</b>	Prensa Libre	El Periódico	Siglo 21
<b>Indicaciones que acompañan el nombre</b>	Un periodismo independiente, honrado y digno	No tiene	Por una nación libre, justa y solidaria
<b>Presidente</b>	María Mercedes Girón de Blank	José Rubén Zamora	Amílcar Alvarado Nishtal
<b>Sede de la administración</b>	13 calle 9-31 zona 1	15 Ave. 24-51, zona 13	14 avenida 4-33 zona 1
<b>Año de Fundación</b>	1951	1996	1990
<b>Periodicidad</b>	Diaria, matutino.	Diaria, matutino.	Diaria, matutino.
<b>Tiraje</b>	115 mil ejemplares	30 mil ejemplares	32 mil ejemplares
<b>Precio</b>	Q3.00	Q3.00	Q3.00
<b>Características de impresión y confección.</b>	Incluye secciones nacionales, internacionales	Incluye secciones: nacionales, internacionales,	Incluye secciones: nacionales,

	departamentales, empresarial, deportes, culturales, buena vida, espectáculos.	cultura, sociedad y empresarial.	internacionales, cultura, empresarial, económica, vida y bienestar.
<b>Número habitual de páginas</b>	50 a 80 páginas a 6 columnas.	30 a 40 páginas a 4 columnas	30 a 40 páginas a 6 columnas
<b>Cobertura</b>	Nivel nacional	Nivel nacional	Nivel nacional
<b>Idioma de su edición</b>	Español	Español	Español
<b>Lugares de conservación de sus ediciones</b>	Hemeroteca Nacional y privada del medio. Banco de Guatemala. Hemeroteca de la Universidad de San Carlos y de universidades privadas.		

#### 4.2 Porcentaje de cobertura en los tres medios escritos

En los 269 periódicos revisados (Prensa Libre, 91; Siglo 21, 91 y El Periódico, 87, pues no circuló del 24 al 27 de marzo) el total de notas y reportajes contabilizados fue de 6811, de las cuales 60 contenían información sobre ONG, equivalente a un porcentaje del 0.90%.



Fuente: elaboración propia

Este es un porcentaje muy bajo, tomando en cuenta que cada uno de los medios de comunicación publica un aproximado de 20 notas diarias que están distribuidas en las diferentes secciones que componen cada uno de los matutinos.

### **4.3 Caso Prensa Libre**

En el caso de Prensa Libre durante los tres meses de la investigación se publicaron 25 notas informativas y 9 reportajes en las cuales se incluye información de ONG.

#### 4.3.1 Cuadro comparativo No. 1

### Cuadro comparativo de publicaciones (otras notas y ONG) Prensa Libre

Sección	Total de notas informativas	Total de reportajes	Total de entrevistas
Actualidad	1001	36	12
Buena Vida	72	12	6
Cultura	182	6	6
De Portada	0	6	0
Departamental	546	51	0
Nacional	24	36	0
Realidades	0	12	0
Vida Empresarial	12	0	0
<b>Total todas las secciones</b>	<b>1837</b>	<b>159</b>	<b>24</b>

Sección	Total de notas informativas sobre ONG	Total de Reportajes sobre ONG	Total de entrevistas a ONG
Actualidad	1	0	0
Buena Vida	3	1	0
Cultura	1	0	0
De Portada	0	1	0
Departamental	19	4	0
Nacional	0	2	0
Realidades	0	1	0
Vida Empresarial	1	0	0
<b>Total todas las secciones</b>	<b>25</b>	<b>9</b>	<b>0</b>

Fuente: elaboración propia

El promedio de notas publicadas por este medio de comunicación durante el trimestre en investigación fue el siguiente:

Sección actualidad: 11 notas informativas diarias, 12 reportajes mensuales y 4 entrevistas mensuales.

Sección Buena Vida: 24 notas informativas mensuales, 4 reportajes mensuales y 2 entrevistas mensuales.

Sección Cultura: 2 notas informativas diarias, 2 reportajes mensuales y 2 entrevistas mensuales.

Sección de Portada: 2 reportajes mensuales.

Sección Departamental: 6 notas informativas diarias, 17 reportajes mensuales,

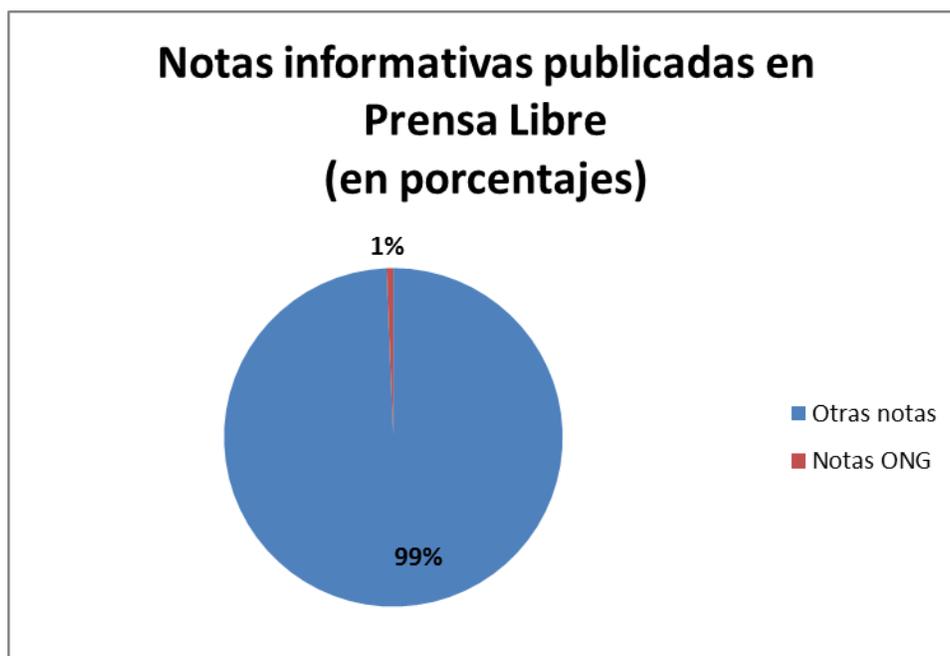
Sección Nacional: 8 notas informativas mensuales, 12 reportajes mensuales.

Sección Realidades: 4 reportajes mensuales.

Sección Vida Empresarial: 4 notas informativas mensuales.

#### 4.3.2 Gráfica No. 1

Al comparar la totalidad de notas informativas y reportajes con aquellas en las que se menciona a las ONG, se obtuvieron los siguientes resultados:

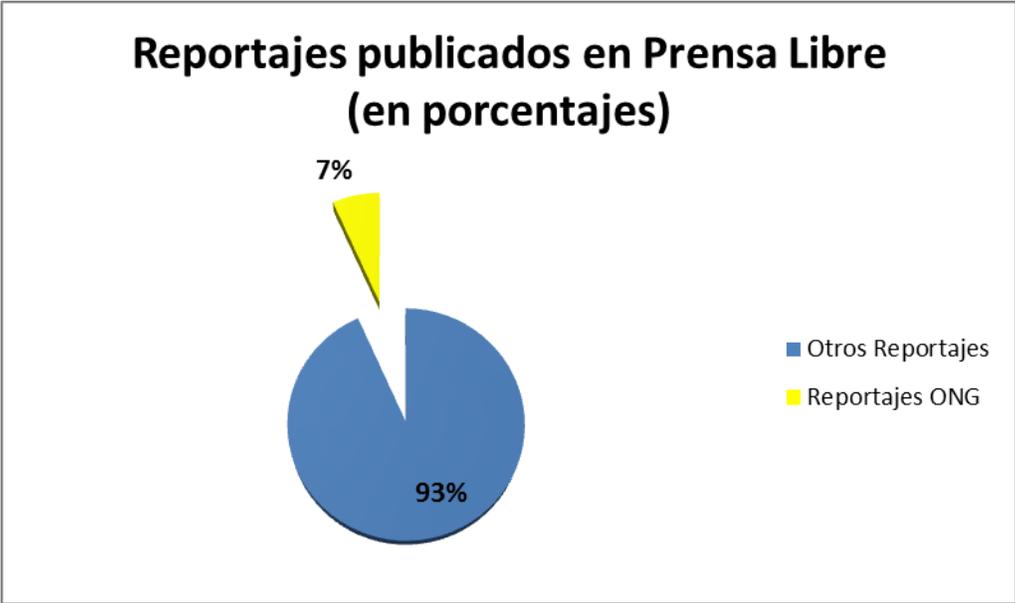


Fuente: elaboración propia

La gráfica anterior ilustra la baja cobertura que Prensa Libre da a las notas informativas sobre ONG.

#### 4.3.3 Gráfica No. 2

En cuanto a la publicación de reportajes realizados por ese medio, se obtuvo un porcentaje del 93% de reportajes de otros temas y el 7%, a reportajes de ONG, como se puede apreciar en la siguiente gráfica.



Fuente: elaboración propia

En Prensa Libre no se publicó ninguna entrevista a representantes o directivo de ONG, durante el período estudiado.

#### 4.4 Caso El Periódico

En la revisión y análisis de los ejemplares de El Periódico, se encontró la información que se detalla en la siguiente tabla:

##### 4.4.1 Cuadro comparativo No. 2

**Cuadro comparativo de publicaciones  
(otras notas y ONG)  
El Periódico**

Sección	Total de notas informativas	Total de reportajes	Total de entrevistas	Sección	Total de notas informativas ONG	Total de Reportajes ONG	Total de entrevistas a ONG
Cinco minutos	844	0	0	Cinco minutos	1	0	0
Cultura	261	1	0	Cultura	0	0	0
Gente y +	174	0	0	Gente y +	3	0	0
Investigación	0	174	0	Investigación	0	0	0
Nación	546	9	12	Nación	4	0	0
último	174	0	0	último	1	0	0
<b>Total todas las secciones</b>	<b>1999</b>	<b>184</b>	<b>12</b>	<b>Total todas las secciones</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: elaboración propia

El cuadro anterior evidencia la poca cobertura que se da a la información de ONG, pues de las 1999 notas informativas publicadas, únicamente 9 corresponden a información de estas organizaciones. Por otra parte, se encontró 184 reportajes y 12 entrevistas pero ninguna corresponde a información de ONG.

Durante el primer trimestre 2016, El Periódico tuvo un promedio de información publicada que a continuación se detalla:

Sección Cinco Minutos: 9 notas informativas diarias.

Sección Cultura: 3 notas informativas diarias. Se ubicó 1 reportaje durante el trimestre.

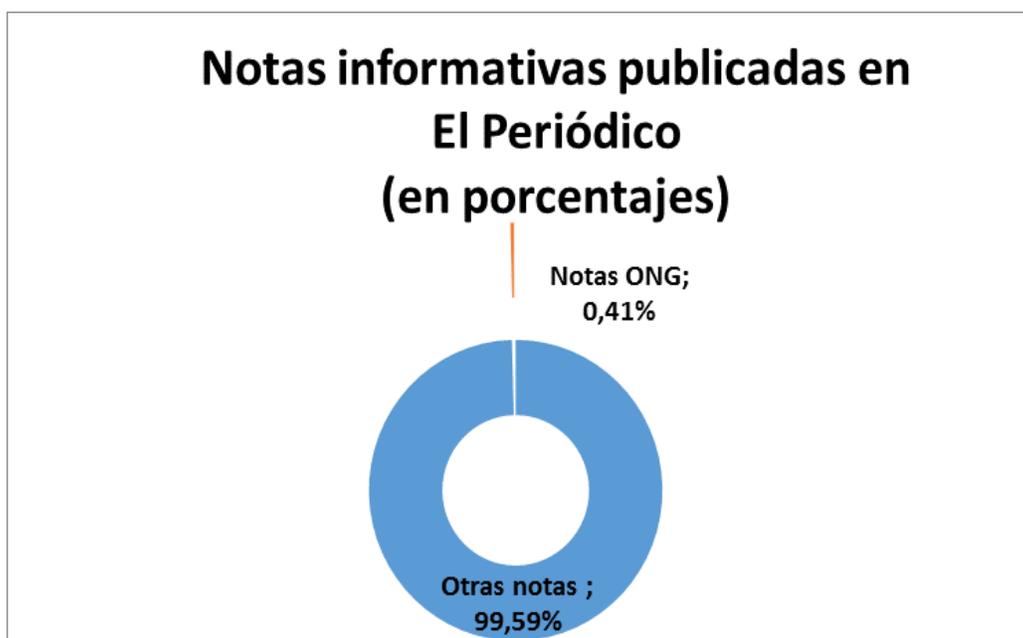
Sección Gente y +: 2 notas informativas diarias.

Sección Investigación: 2 reportajes diarios.

Sección Nación: 6 notas informativas diarias, 3 reportajes mensuales 4 entrevistas mensuales.

Sección última: 2 notas informativas diarias.

#### 4.4.2 Gráfica No. 3



Fuente: elaboración propia

La gráfica anterior ilustra el bajo porcentaje de cobertura por parte de El Periódico a información generada por ONG, menos del 1 por ciento (0.41%) de las notas informativas publicadas en el primer trimestre del 2016. Mientras que las notas vinculadas a otros temas corresponden a un 99.59% de las ediciones.

Este medio publicó el 100% de reportajes y entrevistas a otros temas.

#### 4.5 Caso Siglo 21

En el matutino Siglo 21 se encontró también una marcada diferencia entre la cantidad de notas informativas publicadas que incluyen a las ONG y las que abordan otras temáticas.

##### 4.5.1 Cuadro comparativo No. 3

**Cuadro comparativo de publicaciones  
(otras notas y ONG)  
Siglo 21**

Sección	Total de notas informativas	Total de reportajes	Total de entrevistas
Deportes	910	12	0
Entrevista	0	0	6
Nacional	1001	6	0
Pulso Global	455	0	0
Vida y Bienestar	182	0	0
<b>Total todas las secciones</b>	<b>2554</b>	<b>18</b>	<b>0</b>

Sección	Total de notas informativas	Total de Reportajes sobre ONG	Total de entrevistas a ONG
Deportes	1	0	0
Entrevista	0	0	0
Nacional	2	1	0
Pulso Global	12	0	0
Vida y Bienestar	1	0	0
<b>Total todas las secciones</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

Fuente: elaboración propia

En los cuadros anteriores se visualiza que de 2554 notas informativas y 18 reportajes solamente 16 notas y 1 reportaje corresponden a información de ONG.

Siglo 21 cuenta con la sección de Entrevista que hace dos publicaciones al mes, pero ninguna de ellas abordó durante los meses de la investigación personajes relacionados con las ONG.

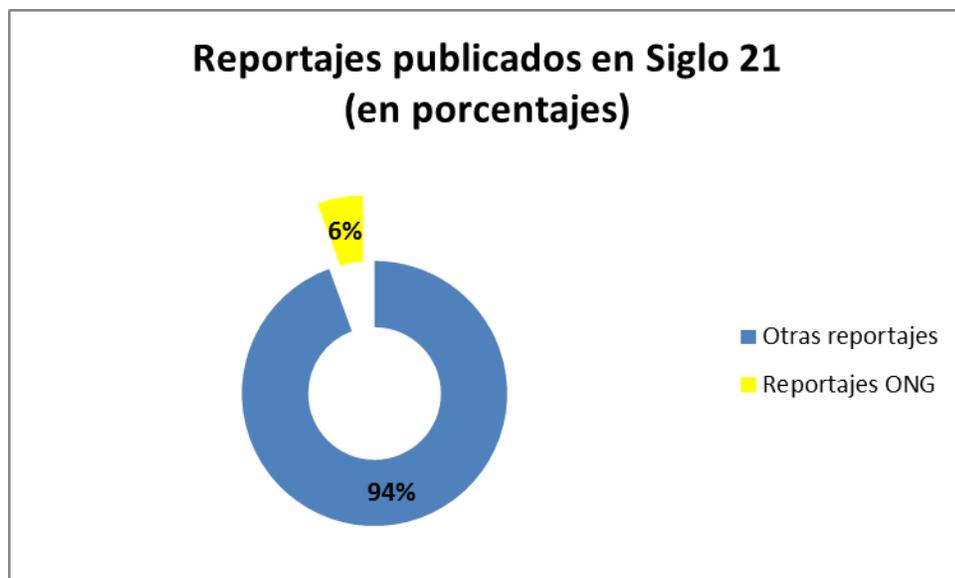
#### 4.5.2 Gráfica No. 4



Fuente: elaboración propia

Al analizar la gráfica anterior, se nota que es un 1% de cobertura que se brinda en este medio para notas informativas relacionadas a ONG.

#### 4.5.3 Gráfica No. 5



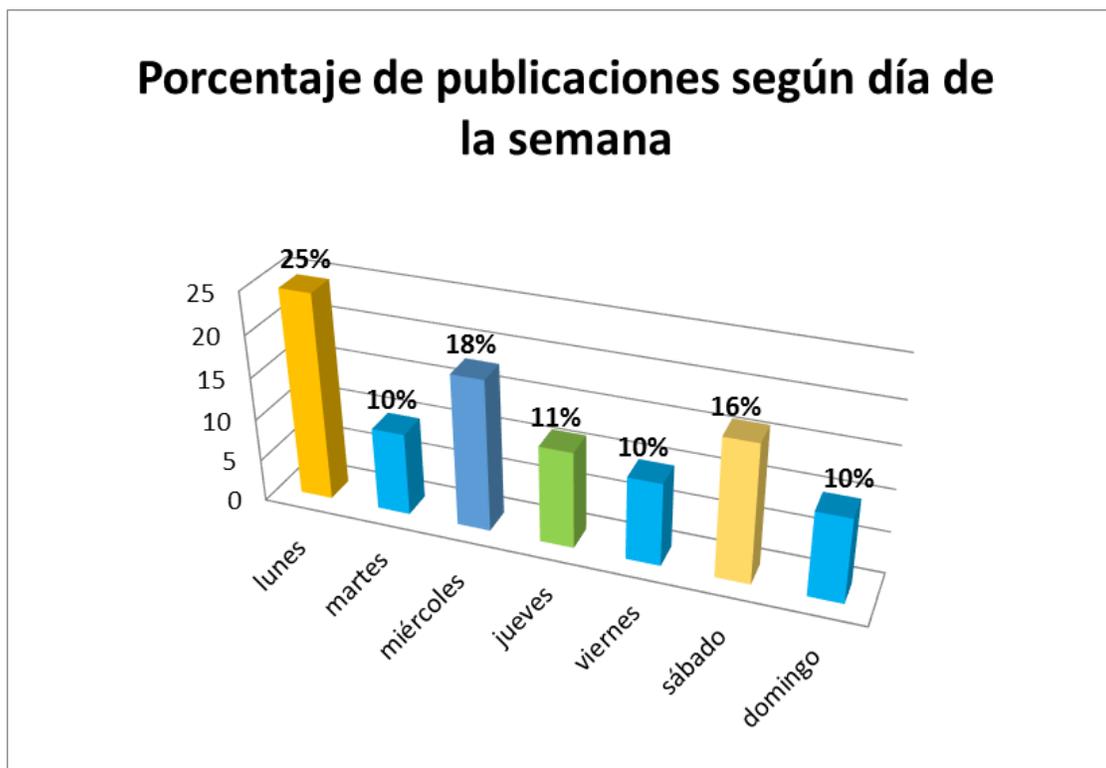
Fuente: elaboración propia

En cuanto a los reportajes el 6% estuvo relacionado con ONG y su quehacer y el 94% se enfocaron en otros temas.

#### 4.6 Días con mayor cantidad de publicación

En la revisión de los tres matutinos en estudio, se constató que los días de mayor publicación de notas sobre ONG son los días lunes con 25%; miércoles con 18% y los sábados con 16%. Los días con menor cantidad de publicaciones fueron: jueves con 11%; martes, viernes y domingo con 10%.

##### 4.6.1 Gráfica No. 6

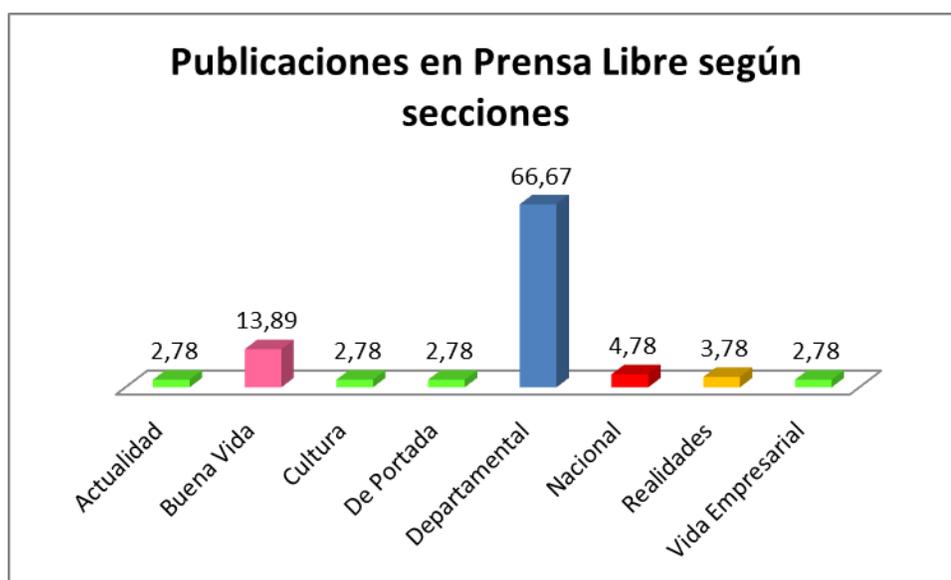


Fuente: elaboración propia

#### 4.7 Secciones donde se publica la información de ONG

Las secciones utilizadas por cada uno de los medios para publicar las notas informativas, reportajes y entrevistas sobre ONG, se presentan en las siguientes gráficas.

##### 4.7.1 Gráfica No. 7

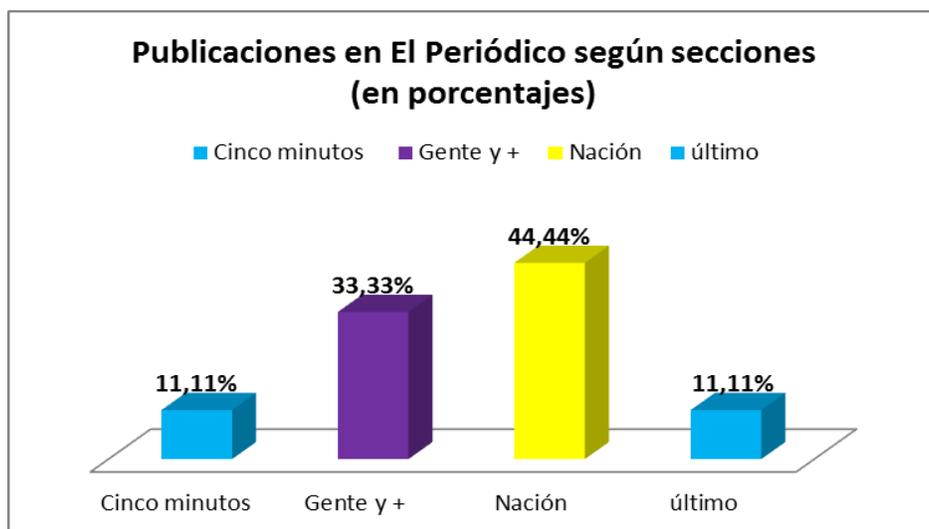


Fuente: Elaboración propia

En Prensa Libre el 66.67% de publicaciones, notas informativas y reportajes sobre ONG, fueron publicadas en la sección departamental, mientras que el 13.89% corresponde a la sección Buena Vida.

La sección Nacional publicó un 4.78% y Realidades un 3.78%. Las secciones actualidad, de Portada, cultura y vida empresarial hizo publicación de un 2.78% cada una respectivamente.

#### 4.7.2 Gráfica No.8



Fuente: Elaboración propia

El Periódico utilizó la sección Nación el 44.44% para publicar la información sobre ONG, un 33.33% de esta información fue publicada en la sección Gente y +, mientras que la sección Cinco Minutos y último publicaron un 11.11% respectivamente.

#### 4.7.3 Gráfica No. 9

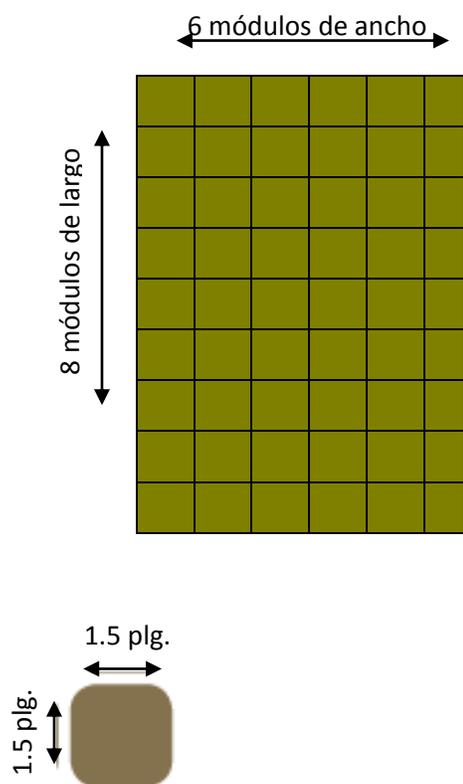


Fuente: Elaboración propia

En el caso de Siglo 21 el 70.6% fue publicada en la sección Pulso Global, el 17.6% fue asignada a la sección Nacional y las secciones deportes y vida y bienestar publicaron un 5.9% cada una de ellas.

#### 4.8 Tamaño utilizado para las publicaciones

Los tres medios, Prensa Libre, Siglo 21 y El Periódico, manejan sus espacios por módulos. Una página completa está compuesta de 6 módulos de ancho por 8 módulos de largo. Cada módulo mide 1.5 pulgadas de alto por 1.5 de ancho.



Una página completa es equivalente a 10 pulgadas de ancho por 12.5 pulgadas de largo, el cual incluye los espacios entre módulos. Dependiendo del tamaño de la publicación, así es la cantidad de módulos que utiliza.

En la presente investigación, los tamaños más utilizados por los tres medios para la publicación de las notas o reportajes relacionados con las ONG, son los siguientes.

#### 4.8.1 Tabla 1

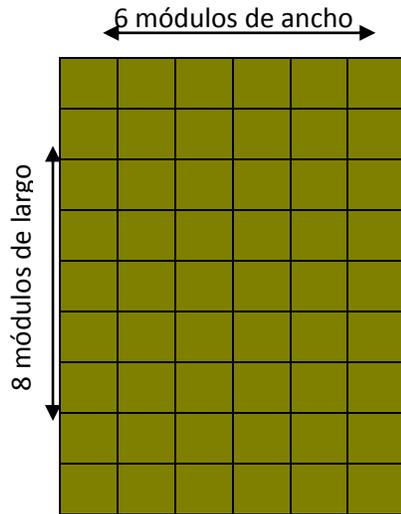
Cantidad de módulos utilizados en la publicación	Cantidad de notas	Medios que las utilizaron
6 x 8	6	Prensa Libre, Siglo 21, El Periódico
6 x 2	7	Prensa Libre y El Periódico
4 x 8	5	Prensa Libre y El Periódico
4 x 6	7	Siglo 21 y Prensa Libre
Confrontadas o consecutivas	2	Siglo 21 y Prensa Libre

De acuerdo a lo que se puede observar la medida de 6x2 y 4x6 fue utilizada de forma más recuente en las publicaciones realizadas en los tres medios de comunicación.

Mientras que la confrontada o consecutiva que equivale a dos página, fue la utilizada en menor cantidad, únicamente en dos ocasiones.

Para conocer un poco más el espacio que ocupa en cada uno de los tres medios, se presentan a continuación algunos ejemplos.

## 4.8.2 Ejemplo de 6 x 8 módulos o página completa



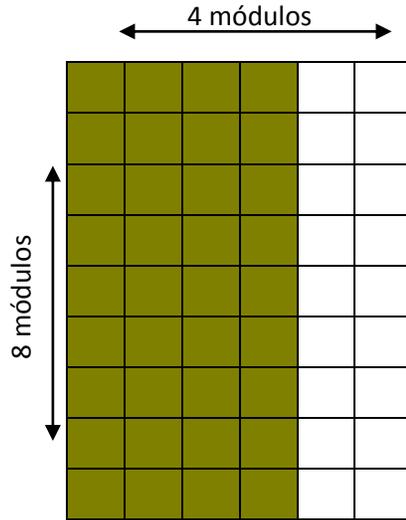
Prensa Libre, 25 de enero 2016  
 Proyecto Wakami  
 Género periodístico: Reportaje



El Periódico, 13 de febrero  
 Asociación de Obras Sociales Hermano Pedro  
 Género periodístico: nota informativa



#### 4.8.4 Ejemplo de 4 x 8 módulos

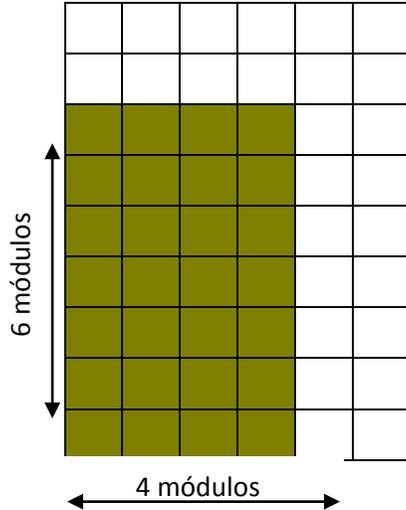
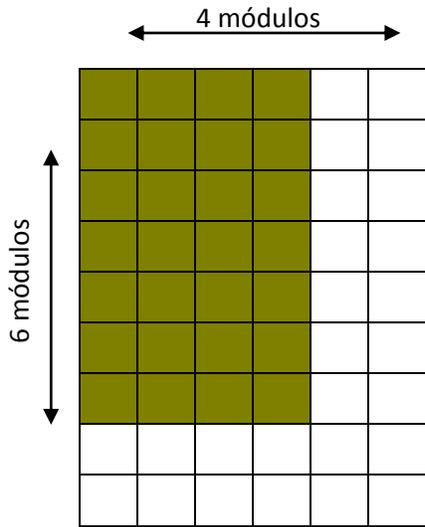


Prensa Libre, 29 de febrero 2016  
 CasaSito ONG  
 Género periodístico: nota informativa



El Periódico, 26 de febrero 2016  
 AYUMI  
 Género periodístico: nota informativa

### 4.8.5 Ejemplo de 4 x 6 módulos

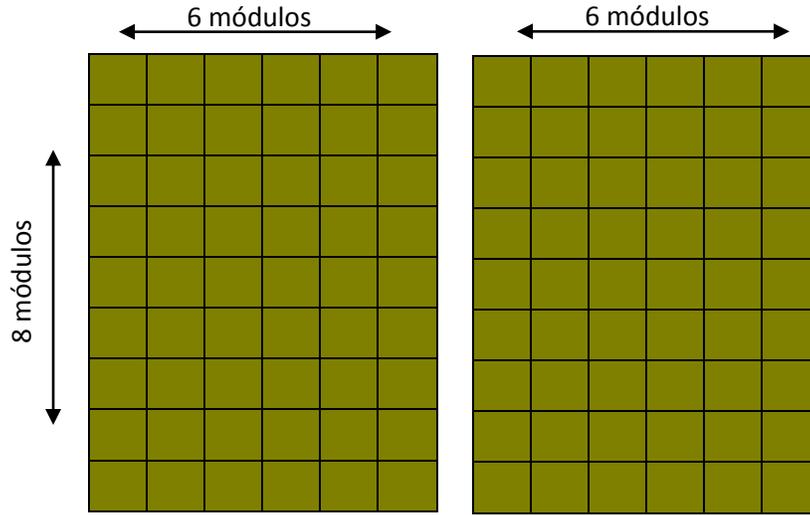


Siglo 21, 18 de marzo  
Fundación Tigo  
Género periodístico: nota informativa



Prensa Libre, 18 de febrero 2016  
Asociación Pura Vida  
Género periodístico: nota informativa

### 4.8.6 Ejemplo de confrontadas o consensuadas



Prensa Libre, 8 de marzo 2016

FUNDAL, Margarita Tejada y Asociación Guatemalteca por el Autismo

Género periodístico: Reportaje

#### 4.9 Tipo de titulares utilizados

En este apartado se encuentra un análisis del tipo de titular utilizado en las publicaciones sobre ONG.

4.9.1 Tabla 2

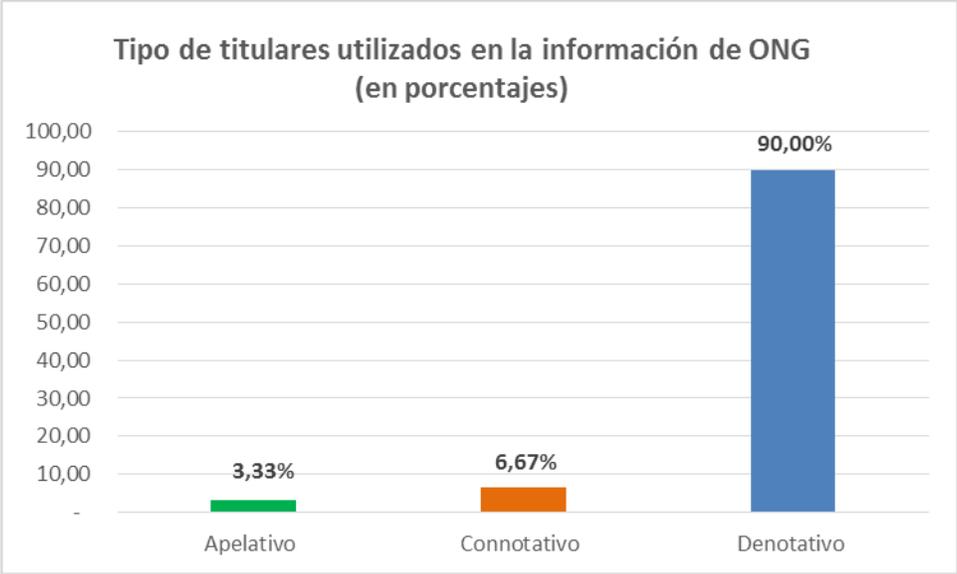
No	FECHA	NOMBRE DEL PERIODICO	NOMBRE DE LA ONG	TITULAR DE LA NOTA	TIPO DE TITULAR
1	16 de enero	Siglo 21	Fundación Rozas Botrán	Arte en las calles transforma de nuevo la ciudad en una galería	Denotativo
2	16 de enero	Siglo 21	Fundación Mapfre	Fundación Mapfre efectuó la Campaña Con el Corazón al Volante	Denotativo
3	16 de enero	Siglo 21	Asociación Kiej de los Bosques	Wakami de Kiej de los Bosques triunfó en el certamen Regional Chivas the Venture	Denotativo
4	20 de enero	Prensa Libre	Club de Leones	Desarrollan jornada odontológica	Denotativo
5	21 de enero	Prensa Libre	Fundación Cofiño Stahl	Instan a evitar la cacería ilegal	Denotativo
6	23 de enero	Siglo 21	Fundación Tigo	Fundación Tigo y Acción Ciudadana lanzaron la nueva app Dilo aquí Guate	Denotativo
7	25 de enero	Prensa Libre	Proyecto Wakami	Grupo de mujeres aportan desarrollo	Denotativo
8	26 de enero	Prensa Libre	Asociación de Religiosas Terciarias	Centro Nutricional demanda apoyo	Denotativo
9	30 de enero	Siglo 21	Fundación Cofiño Stahl	Lanzan campaña ambientalista Vive y deja vivir	Denotativo
10	1 de febrero	Prensa Libre	Asociación Guatemalteca por el Autismo	Correr para apoyar	Denotativo.
11	2 de febrero	Prensa Libre	Asociación de Señoras de Abogados	Niños son favorecidos con útiles	Denotativo.
12	4 de	Prensa Libre	Asociación	Brindan respaldo a	Denotativo

	febrero		Lufecadi	discapacitados	
13	4 de febrero	Siglo 21	Asociación Fe y Alegría	Para motivarlos	Denotativo
14	7 de febrero	Prensa Libre	Fundación G&T	Con ojo cariñoso	Connotativo
15	7 de febrero	Prensa Libre	Asociación Fares	Invitación a carrera	Denotativo
16	12 de febrero	El Periódico	GAM	GAM señala falta de transparencia en las ONG	Denotativo
17	11 de febrero	Siglo 21	Fundación City y Fundesa	Presentan mecanismos para mejorar empleo	Denotativo
18	13 de febrero	Siglo 21	Fundación Castillo Córdova	Gobierno de Japón y Fundación Castillo Cordova firmaron un convenio para construir una escuela secundaria en Tzununá	Denotativo
19	13 de febrero	El Periódico	Asociación de Obras Hermano Pedro	El nuevo hogar de las Obras Sociales del Santo Hermano Pedro	Denotativo
20	14 de febrero	El Periódico	Asociación Guatemaltecos Extraordinarios	La escuela de los niños a quienes ya nadie quiere	Apelativo
21	15 de febrero	Prensa Libre	Fundación Verde y Azul	Fundación dona útiles a estudiantes de Quiché	Denotativo
22	15 de febrero	Prensa Libre	Helps Internacional	Entregan estufas en Chimaltenango	Denotativo
23	15 de febrero	Prensa Libre	Asociación Bárbara Ford	Capacitan a comadronas	Denotativo
24	17 de febrero	Prensa Libre	Asociación Naturaleza para la vida	Organización dará beca a 50 niños	Denotativo
25	17 de febrero	Siglo 21	Glasswing International	Súmate a un día bien chilero	Apelativo
26	17 de febrero	El Periódico	Fundación Aldo Castañeda	Invitan a la carrera unidos de corazón	Denotativo
27	17 de febrero	El Periódico	Fundación Aldo Castañeda	Fundación Aldo Castañeda presenta III carrera Unidos de Corazón	Denotativo
28	18 de febrero	Prensa Libre	Asociación Pura Vida	Impulsan dieta escolar nutritiva	Denotativo
29	18 de febrero	Prensa Libre	Glasswing	Oportunidad para ser	Denotativo

	febrero		Internacional	voluntario	
30	19 de febrero	El Periódico	Fundación Castillo Córdoba	Gobierno de Japón apoya proyecto de educación	Denotativo
31	22 de febrero	El Periódico	Fundación Aldo Castañeda	Corren por una causa noble	Denotativo
32	23 de febrero	Prensa Libre	FUNDAECO	Escolares podrán almacenar agua	Denotativo
33	24 de febrero	Prensa Libre	Fe y Alegría	Fe y Alegría ampliará cobertura educativa	Denotativo
34	24 de febrero	Prensa Libre	Asociación Safe Motherhood	Comadronas se capacitan	Denotativo
35	24 de febrero	Prensa Libre	AYUVI	Un reto culinario lleno de solidaridad	Connotativo
36	24 de febrero	Siglo 21	AYUVI	Únete recaudó más de 40 millones para ayudar a niños con cáncer	Denotativo
37	24 de febrero	El Periódico	Asociación de Obras Hermano Pedro	Proyecto de ampliación de las Obras Sociales del Santo Hermano Pedro	Denotativo
38	26 de febrero	El Periódico	AYUVI	Únete entrega donativo	Denotativo
39	28 de febrero	Prensa Libre	Cooperación para la Educación	Promueven la lectura en niños de Zaragoza	Denotativo
40	29 de febrero	Prensa Libre	FUNDAECO	Incendios afectan cultivos y salud	Denotativo
41	29 de febrero	Prensa Libre	Casasito ONG	Casasito brinda apoyo educativo	Denotativo
42	29 de febrero	Siglo 21	Fundación Tigo	Fundación Tigo remozó escuela primaria en San Miguel Milpas Altas	Denotativo
43	4 de marzo	Prensa Libre	AMIPRO	Entidades donan sillas de ruedas	Denotativo
44	5 de marzo	Siglo 21	FUNDAP	Pepsico y FUNDAP promueven el desarrollo de comunidades agrícolas	Denotativo
45	6 de marzo	Prensa Libre	AMUTED	Por un cambio para las mujeres	Denotativo
46	6 de marzo	Prensa Libre	Asociación para Todos	Libran dura batalla a diario	Connotativo
47	7 de marzo	Siglo 21	Fundación Myrna Mack	Es muy peligroso hablar de cambios constitucionales	Denotativo

<b>48</b>	7 de marzo	Prensa Libre	ACODIHUE	Mujeres juegan papel valioso en la provincia	Denotativo
<b>49</b>	8 de marzo	Prensa Libre	FUNDAL Fundación Margarita Tejada Asociación para el Autismo	La tenacidad las acompaña	Connotativo
<b>50</b>	10 de marzo	El Periódico	Fundación Castillo Córdoba	Nuevo Centro de salud y nutrición	Denotativo
<b>51</b>	10 de marzo	Prensa Libre	Fundación Castillo Córdoba	Entregan obras en Tzununá	Denotativo
<b>52</b>	12 de marzo	Prensa Libre	Asociación el mundo de la Discapacidad	Médicos donan sillas de ruedas en Sololá	Denotativo
<b>53</b>	14 de marzo	Prensa Libre	Asociación LUFECADI	Donan parte de su salario	Denotativo
<b>54</b>	15 de marzo	Prensa Libre	Asociación de Apicultores	Apicultores se capacitan	Denotativo
<b>55</b>	16 de marzo	Siglo 21	Fundación Visión Mundial	Embajada de Japón entregó donación para construir dos escuelas en Olopa	Denotativo
<b>56</b>	18 de marzo	Prensa Libre	Fundación Margarita Tejada	Sensibilizan sobre Síndrome Down	Denotativo
<b>57</b>	19 de marzo	Siglo 21	Fundación Tigo	Fundación Tigo renovó escuela en Panimabey, Chimaltenango	Denotativo
<b>58</b>	21 de marzo	Prensa Libre	ACODIHUE	Producen café de alta calidad	Denotativo
<b>59</b>	21 de marzo	Prensa Libre	Fundación Margarita Tejada	#Yomeenlazo busca sensibilizar	Denotativo
<b>60</b>	22 de marzo	Prensa Libre	Fundación Tigo	Empresa apoya la educación	Denotativo

**4.9.2 Gráfica No. 10**



Fuente: Elaboración propia

De los 60 titulares únicamente en tres de ellos, equivalente al 6.67% se hizo uso del titular tipo connotativo y dos de ellos utilizó el tipo apelativo equivalente al 3.33%. Esto indica que cuando son cubiertas las informaciones que generan estas publicaciones son demasiado explícitas para lo cual no se tiene que utilizar un titular tan elaborado para presentar el contenido.

#### **4.10 Punto de vista de las ONG sobre la cobertura periodística**

De acuerdo a las entrevistas realizadas a directores y coordinadores del área de comunicación de las Organizaciones No Gubernamentales consultadas, se obtuvieron los siguientes resultados:

El 75% de los entrevistados confirman pertenecer a un departamento de comunicación (mercadeo o relaciones públicas), mientras que un 25% las actividades relacionadas a comunicación las asume el director de la institución o el encargado de proyectos. Por lo que se denota debilidad en este aspecto.

El 80% de los entrevistados, consideran que es muy importante para su institución generar información para los medios de comunicación, mientras que para el 20% se divide entre medianamente importante y no es importante.

Sin embargo, solo el 37% de los entrevistados, genera información mensual que es remitida a los medios por vía correo electrónico o bien informándola de forma telefónica.

En cuanto a la convocatoria que realizan a los medios únicamente el 75% de los entrevistados aún está investigando cuál es el mejor horario y día para llevarlas a cabo, mientras que el 25% restante indica que los días martes o miércoles entre el rango de las 9 a las 10:30 a.m. es lo más propicio para contar con la presencia de reporteros de los medios.

Al hacer la convocatoria a medios para cobertura en un lugar y hora específico, se le debe sumar que la información a brindar sea de interés y si surge algo con mayor relevancia buscar la forma de hacer llegar la información al medio para asegurar la publicación. Sofía Gutiérrez, Jefa de Relaciones Públicas de la Asociación Fe y Alegría comenta *“...nosotros normalmente realizábamos las conferencias de prensa los días jueves, pero a raíz de los Jueves de CICIG, tuvimos que desistir de ese día y buscar alternativas como los martes o miércoles”*.

Algunos entrevistados piensan que los medios de comunicación se están enfocando últimamente en notas que tienen que ver con el gobierno o los altos índices de criminalidad y corrupción, razón por la que consideran no ponen importancia a la información generada por las ONG. En algunas ocasiones las utilizan nada más como notas de relleno y por ese motivo la mayoría de organizaciones prefieren construir medios alternativos de comunicación como sitio web o redes sociales institucionales para dar a conocer su información.

Asimismo, la mayoría de entrevistados coincide en que se tiene más apertura a los medios de comunicación (escritos, radiales o televisivos) en el área departamental, pues los corresponsales son más accesibles.

Algunas instituciones han optado, según las declaraciones de la Coordinadora de Relaciones Públicas de Fundación Shalom, Evelyn Hernández, por realizar alianzas para la publicación de pautas: *“Nosotros tenemos relacionamiento con medios como Nuestro Diario para que se puedan publicar pautas mensuales o notas informativas sobre las operaciones que se realizan a los niños con problemas de labio leporino y otras especialidades”*.

De acuerdo a la opinión de Cecilia Polanco, responsable de Mercadeo y Recaudación de Fundación Aldo Castañeda *“Es importante mencionar que ha sido fácil, siempre y cuando se ha tenido un contacto previo con algún reportero o si se tiene algún conecte en el medio”*.

Los entrevistados afirman que el rol de un responsable de comunicación en las Organizaciones No Gubernamentales no es una prioridad y esto se debe a que las actividades que realizan están sujetas a la disposición de los fondos que los donantes facilitan para incluir este aspecto dentro de los proyectos que ejecutan.

Este estudio incluyó el análisis de tres medios escritos que no manejan nota roja como material principal de publicación, sin embargo, se estableció que algunas

instituciones han realizado alianzas con medios que manejan nota roja, debido a que tienen mayor accesibilidad.

Los entrevistados refieren que es más fácil la comunicación y el acceso a los medios investigados cuando se tiene una persona conocida que facilita el contacto con el director del medio o jefe de redacción.

#### **4.11 Y los medios ¿qué piensan al respecto de la cobertura que brindan?**

Gerardo Jiménez, Editor General de Prensa Libre, manifiesta que las ONG que más conoce de manera personal y por su función en el medio son las de derechos humanos y ambiente, según su opinión son las que más información generan y hacen llegar a la redacción.

Recomienda que las ONG documenten sus trabajos de investigación o aportes, y que se enfoquen a generar información útil, es decir que se dediquen a producir más datos estadísticos o con cifras que puedan utilizarse para ilustrar notas o reportajes relacionados con el trabajo que realiza la organización.

Lo ejemplifica de la siguiente manera: *“Si realizamos un trabajo periodístico relacionado al hambre en Guatemala y conocemos que hay organizaciones que tienen datos estadísticos sobre la disminución en el área del Corredor Seco, lo estaremos incluyendo como parte de un referente o fuente de información. De esa manera estamos tomando en cuenta por que está generando información atractiva y útil”.*

A su parecer, Prensa Libre es bastante accesible para recibir información de las ONG, una vez sea de interés periodístico, es por eso que recomienda que los encargados de comunicación de las ONG realicen monitoreo de medios para conocer las temáticas de interés coyuntural.

En el caso de El Periódico, la Jefa de información, Lucy Chay indica que el corte de este matutino es más investigativo en aspectos de interés nacional. En los últimos meses se ha enfocado al tema de la corrupción, sin embargo, siempre tienen la disponibilidad de recibir información que puede dar el balance de positivismo en el país. En el caso de las ONG, recomienda que la información que se les pueda compartir sea más enfocada a los cambios o resultados de los proyectos que ejecutan: *“Las historias de vida y como fueron cambiadas, máxime si fue con poco financiamiento o con esfuerzo propio de la organización hace más valioso el contenido”.* Uno de los ejemplos que presenta es: *“Una ONG que*

*trabaja con personas que donan su tiempo para enseñar en una escuela de una aldea, es bastante loable y por ese motivo la gente tendrá más presente ese tipo de información e incluso puede motivar a los lectores a que puedan buscarla (a la ONG) para ayudarle económicamente".* Y termina añadiendo *"Las personas que colaboran en los departamentos de comunicación de las ONG deben tener ese olfato periodístico para generar información que impacte no solo a la redacción de un medio, sino al público y así asegurarse una cobertura total"*. En la opinión de Chay, la ventaja que tienen las ONG en la actualidad es a través de las redes sociales, si producen información para esos espacios pueden llegar más fácilmente a la redacción y ser de interés para profundizar.

Mientras Mynor Cortez, Jefe de Redacción de Siglo 21, manifiesta que *"la información que llegue a las redacciones deben tener impacto e interés periodístico para que así amerite ser investigado más a fondo o por lo menos publicarla a través de una nota pequeña"*.

Los medios de comunicación normalmente realizan coberturas hacia noticias que tengan alguna relación con la coyuntura del momento, por lo que las ONG deben invertir tiempo y esfuerzo en documentar adecuadamente con estadísticas y datos fidedignos información que sea de impacto social y sensibilice no solamente a la población, sino en principio a los mismos medios.

Los tres medios escritos de comunicación incluidos en la investigación tienen carácter comercial, por lo que necesitan información más completa y en cierta medida procesada para que no les represente una inversión de tiempo y de recursos extras, por lo que las ONG deben tener las personas con la capacidad de elaborar materiales atractivos y que cumplan las características de noticia para su publicación.

## Conclusiones

1. El porcentaje de cobertura que los tres medios escritos dan a las notas o información sobre ONG equivale al 0.90%, un total de 60 notas, de las 6811 de las notas y reportajes publicados durante el período investigado, lo cual demuestra la poca cobertura de parte de estos medios.
2. Los corresponsales departamentales, en el caso de Prensa Libre, son quienes cubren más información de ONG en cada una de sus localidades, con 19 notas equivalentes al 66.78% de lo publicado en ese matutino.
3. En el uso de titulares se hace más evidente el aspecto informativo, ya que de los titulares analizados el 90% utilizó la función denotativa, mientras que 6.67% es de tipo connotativo y el 3.33 de tipo apelativo.
4. Los editores de los medios de comunicación consideran importante que las ONG puedan manejar aspectos noticiables que merezcan una publicación y así asignar espacios para darles cobertura.
5. De acuerdo a la evidencia, los medios tienen interés en publicar sobre algunos temas de proyectos que ejecutan las ONG, como seguridad alimentaria, salud, derechos humanos, medio ambiente, generación de ingresos, vivienda y educación para las familias guatemaltecas.
6. Las Organizaciones No Gubernamentales tienen debilidad en la generación de información y ante la carencia de fondos, no todas cuentan con un especialista en comunicación que mantenga el contacto y el conocimiento de técnicas periodísticas.
7. Los medios de comunicación, según los entrevistados, tienen apertura para conocer más sobre datos estadísticos que les puedan servir para realizar notas sobre el trabajo que realizan las organizaciones o que puedan ser fuente de información para otros temas.

## Recomendaciones

1. Las Organizaciones No Gubernamentales deben incorporar una estrategia de comunicación interna y externa, esta última debe incluir relacionamiento estratégico con medios de comunicación para mejorar su presencia a través de los mismos, mejorar la cobertura de información y dar a conocer su trabajo a un público más amplio.
2. Las ONG que ejecutan proyectos en los departamentos y municipios del país deben realizar un directorio con los datos de los corresponsales en su localidad y mantener constante comunicación relacionada a sus resultados o historias de éxito que puedan servirles de material al momento de redactar sus notas informativas y con eso asegurarse espacios de publicación.
3. Se recomienda que quien se encargue de la comunicación interna de las ONG, pueda generar un monitoreo de medios escritos para tener la idea de los temas de coyuntura con los cuales se puede vincular la información que están generando.
4. Al momento que las Organizaciones No Gubernamentales, contemplen espacios de práctica para estudiantes del área de comunicación, requieran de su apoyo para la elaboración de un plan de capacitación en temas comunicacionales para los miembros de la organización.
5. Las Organizaciones deberán hacer un mayor esfuerzo para documentar adecuadamente sus proyectos, incluyendo datos estadísticos y resultados de impacto en la ejecución de los mismos.
6. Las ONG deben incursionar en el manejo de medios alternativos como redes sociales, blogs o sitio web de la institución, lo que puede servir como ventana de información a disponibilidad de los medios masivos como la prensa, radio y televisión.

## Bibliografía

1. Alsina, Miguel Rodrigo. (1995). *La construcción de la noticia*. Murcia, Murcia, España: Paidós.
2. Armentia Vizueté, José Ignacio y Caminos Marcet, José María. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. España: Grupo Planeta.
3. Avendaño Amaya, Ismael (2001). *Manual del Periodismo* . Guatemala : Talleres Litográficos de Paz Editores.
4. Becerra Pozos, Laura; Pineda, Luis; Castañeda Bustamante, Norma y Sánchez Peña, Leonor (2014) Rol de las ONG en el Actual Panorama Socioeconómico de Guatemala, Nicaragua y México. Edit. Equino Pueblo
5. Berelson, Bernard. (1952). *Análisis de Contenido en investigaciones de comunicación* . New York, USA : Free Press.
6. Berganza, Gustavo. (2002). *Los medios de Comunicación y la sociedad guatemalteca: Un retrato a través de sus discursos*. Guatemala : DOSES .
7. Bracamonte Cerón, Gustavo Adolfo. (1996). Comunicación para el Cambio Social (Tesis de Licenciatura) Guatemala; USAC
8. Buendía Eisman, L., Colás Bravo, M.P. y Hernández Pina, F (1998). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. Madrid. McGraw Hill
9. Canga Leregui, Jesús (1994). *El diseño periodístico en Prensa Diaria* . España : Bosch.
10. Carrera, Pilar (2008). *Teoría de la Comunicación Mediática* . Valencia : Tirant Lo Blanch.
11. Carrero López, Enrique & González Lobo, Ma. de los Angeles . (2008). *Manual de planificación de medios* . Madrid : ESIC .
12. Casaus, José María. (1985). *Ideología y análisis de los medios de comunicación* . Barcelona, España : Mitre
13. Código Civil , Decreto Ley 106 (Congreso de la República de Guatemala 14 de 09 de 1963).

14. Diaz Noci, J. (1995). *Manual de Redacción Periodística: géneros informativos*. Bilbao : Universidad del País Vasco .
15. Diaz, Alvarez, Amor y Gutiérrez. (2014). *Una visión global del periodismo*. Oviedo: IEPC.
16. Donsbach, Wolfgang (1995). Contenidos, utilización y efectos de la Comunicación. En A. y. Muñoz Alonzo, *Comunicación Política* (págs. 41-67). Madrid: Universitas.
17. DOSES. (2007). *Periodismo para Periodistas*. Guatemala: Argrafic.
18. Fernández Parrat, Sonia. (4 de abril 1998). El reportaje en prensa: un género periodístico con futuro. *Revista Latina de Comunicación Social* , 6.
19. Flores de Gortari, Sergio y Orozco Gutiérrez, Emiliano (1980). *Hacia una comunicación administrativa integral* . México : Editorial Trillas.
20. García Cárdenas, Celeste Alejandra del Rosario (2013). La función del comunicador social en las organizaciones no gubernamentales de Guatemala (Tesis de Licenciatura). Guatemala: USAC
21. Gargurevich, Juan (1982). *Géneros Periodísticos* . Perú: Ciespal.
22. Gomez Mompert, J.L.; Martin Otto, E. . (1999). *Historia del Periodismo Universal. Síntesis*. Madrid.
23. Hernandez Alarcón, Rosalinda. (2006). *Manual para manejo de medios* . Guatemala : Ediciones La Cuerda.
24. Interiano, Carlos (2001). *Semiología y Comunicación* . Guatemala : Litfredo García .
25. Iñigo, Ana Isabel; Martin, Ruth y Puebla, Belén (2008) Apuntes para la Formación, Redacción Periodística. España: Aire Comunicación
26. Katz, E & Lazarsfeld, Paul . (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York : The Free Press.
27. Kayser, Jacques. (1979). *El Diario francés* . Francia: A.T.E.
28. Laswell, Harold (1958). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona : Moragas.

29. Le Bon, Gustave (2005). *Psicología de las masas*. 6ª. Edición Revisada. Francia: Morata
30. Leñero, Vicente y Marin, Carlos. (1976). *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo.
31. Lerner, Daniel (1958). *Los pasos de la sociedad tradicional (The Passing of Traditional Society)* Illinois: Free Press.
32. Ley de Emisión del Pensamiento , Decreto 9 (28 de 04 de 1976).
33. Ley de ONG , Decreto 2-2003 (Congreso de la República de Guatemala 18 de 02 de 2003).
34. Lobos Vivar, María Alejandra (2002) *La comunicación social en las ONG'S (Tesis de Licenciatura)* Guatemala; USAC
35. López Noguero, Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación . Revista de Educación*
36. Martín Vivaldi, Gonzalo (1998). *Géneros Periodísticos (6a. Ed.)*. Madrid: Paraninfo.
37. Martínez Albertos, José Luis. (1997). *Curso General de Redacción Periodística* . Madrid : Paraninfo .
38. McCombs, Maxwell & Evatt, D. . (1995). *Los temas y los aspectos, explorando una nueva dimensión de la Agenda Setting*. España : Universidad de Navarra.
39. Melgar, Alexander (2010). *Compendio sobre los efectos de la Comunicación* . Guatemala .
40. Organización de Naciones Unidas . (2012). *Manual Fin a la Violencia contra las Mujeres y Niñas* . España : Cooperación Española .
41. Oyarzo Gutiérrez, Mariela. (2014). *El imaginario social construido por la prensa chilena sobre la contaminación del Río Cruces en Valdivia*. Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona
42. Paiz Fernández, César Augusto (2000). *Didáctica de la Redacción Periodística* . Guatemala : Talleres de la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

43. Paniagua Montenegro, Iris (2006). *Análisis de la imagen gráfica del periódico juvenil Aula.0 (Tesis de Licenciatura)*. Guatemala: URL.
44. Patrón, N. (10 de 09 de 2009). *comunicacionudc.foroactivo.com*. Recuperado el 01 de 02 de 2016, de [www.comunicacionudc.foroactivo.com](http://www.comunicacionudc.foroactivo.com)
45. Pérez Serrano, Gustavo. (1984). *El análisis de contenido en la Prensa*. Madrid : Universidad a Distancia de Madrid .
46. Sánchez, José Francisco. (1990). Títulos y Titulares. Sobre las funciones de la titulación periodística. Revista *Communication & Society*,
47. Scanella, Petra (1980). *Lid, la fórmula inicial de la noticia*. Barcelona, España: ATE
48. Shoemaker, Pamela y Reese, Stephen (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.
49. Universidad Pedagógica Buenos Aires. (2011). *Manual de Estilo*. Buenos Aires, Argentina: UNIPE.
50. Zorrilla Barroso, José Manuel. (1996). *El titular de la noticia (Tesis Doctoral)*. España: Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo I

## E-grafía

1. ASINDES & CONGCOOP. Directorio Digital de ONG 2016.  
[www.asindesgt.org](http://www.asindesgt.org) (5 de mayo 2016)
2. *Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española*.  
Recuperado el 5 de 11 de 2016, de <http://dle.rae.es/>
3. Federación Antioqueña de ONG. (2006). *Federación Antioqueña de ONG*.  
Recuperado el 22 de 08 de 2016, de Federación Antioqueña de ONG:  
<http://www.faong.org>
4. Gerencie. (24 de 10 de 2011). *Gerencie.com*. Recuperado el 25 de octubre de 2016, de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/ongs.html>
5. Observatorio del Tercer Sector (2010) Recuperado el 20 de 06 de 2016.  
Disponible en: [www.tercersector.net](http://www.tercersector.net)
6. Tamayo León, Rençe (05 de 11 de 2006) <http://mesadetrabajo.blogia.com/>  
Recuperado el 08 de 16 de 2016 de  
<http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110502-taller-por-una-cobertura-period-stica-m-s-profesional.-notas-de-un-reportero.php>
7. Zarate, Ana Martínez y Sas, Luis Ángel. (2011, 11 de octubre) El señor de las ONG . Plaza Pública. Obtenido en [www.plazapublica.com.gt](http://www.plazapublica.com.gt)

## Anexos

### Ficha de vaciado de publicaciones

No	FECHA	NOMBRE DEL PERIODICO	NOMBRE DE LA ONG	TÍTULO DE LA NOTA	# PÁGINA	SECCIÓN
1	16 de enero	Siglo 21	Fundación Rozas Botrán	Arte en las calles transforma de nuevo la ciudad en una galería	10	Pulso Global
2	16 de enero	Siglo 21	Fundación Mapfre	Fundación Mapfre efectuó la Campaña Con el Corazón al Volante	10	Pulso Global
3	16 de enero	Siglo 21	Asociación Kiej de los BosQUES	Wakami de Kiej de los BosQUES triunfó en el certamen Regional Chivas the Venture	11	Pulso Global
4	20 de enero	Prensa Libre	Club de Leones	Desarrollan jornada odontológica	22	Departamental
5	21 de enero	Prensa Libre	Fundación Cofiño Stahl	Instan a evitar la cacería ilegal	8	Actualidad
6	23 de enero	Siglo 21	Fundación Tigo	Fundación Tigo y Acción Ciudadana lanzaron la nueva app Dilo aquí Guate	12	Pulso Global
7	25 de enero	Prensa Libre	Proyecto Wakami	Grupo de mujeres aportan desarrollo	25	Departamental
8	26 de enero	Prensa Libre	Asociación de Religiosas Terciarias	Centro Nutricional demanda apoyo	21	Departamental
9	30 de enero	Siglo 21	Fundación Cofiño Stahl	Lanzan campaña ambientalista Vive y deja vivir	10	Pulso Global
10	1 de febrero	Prensa Libre	Asociación Guatemalteca por el Autismo	Correr para apoyar	40	Buena Vida

<b>11</b>	2 de febrero	Prensa Libre	Asociación de Señoras de Abogados	Niños son favorecidos con útiles	18	Departamental
<b>12</b>	4 de febrero	Prensa Libre	Asociación Lufecadi	Brindan respaldo a discapacitados	22	Departamental
<b>13</b>	4 de febrero	Siglo 21	Asociación Fe Alegría	Para motivarlos	17	Deportes
<b>14</b>	7 de febrero	Prensa Libre	Fundación G&T	Con ojo cariñoso	13	Cultura
<b>15</b>	7 de febrero	Prensa Libre	Asociación Fares	Invitación a carrera (anuncio)	17	Departamental
<b>16</b>	12 de febrero	El Periódico	GAM	GAM señala falta de transparencia en las ONG	3	Nación
<b>17</b>	11 de febrero	Siglo 21	Fundación City y Fundesa	Presentan mecanismos para mejorar empleo	8	Pulso Global
<b>18</b>	13 de febrero	Siglo 21	Fundación Castillo Córdova	Gobierno de Japón y Fundación Castillo Cordova firmaron un convenio para construir una escuela secundaria en Tzununá	10	Pulso Global
<b>19</b>	13 de febrero	El Periódico	Asociación de Obras Hermano Pedro	El nuevo hogar de las Obras Sociales del Santo Hermano Pedro	2	Nación
<b>20</b>	14 de febrero	El Periódico	Asociación Guatemaltecos Extraordinarios	La escuela de los niños a quienes ya nadie quiere	6	Nacional
<b>21</b>	15 de febrero	Prensa Libre	Fundación Verde y Azul	Fundación dona útiles a estudiantes de Quiché	20	Departamental

<b>22</b>	15 de febrero	Prensa Libre	Helps International	Entregan estufas en Chimaltenango	21	Departamental
<b>23</b>	15 de febrero	Prensa Libre	Asociación Bárbara Ford	Capacitan a comadronas	22	Departamental
<b>24</b>	17 de febrero	Prensa Libre	Asociación Naturaleza para la vida	Organización dará beca a 50 niños	18	Departamental
<b>25</b>	17 de febrero	Siglo 21	Glasswing International	Súmate a un día bien chilero	20	Vida y Bienestar
<b>26</b>	17 de febrero	El Periódico	Fundación Aldo Castañeda	Invitan a la carrera unidos de corazón	2	Nación
<b>27</b>	17 de febrero	El Periódico	Fundación Aldo Castañeda	Fundación Aldo Castañeda presenta III carrera Unidos de Corazón	31	Último
<b>28</b>	18 de febrero	Prensa Libre	Asociación Pura Vida	Impulsan dieta escolar nutritiva	25	Departamental
<b>29</b>	18 de febrero	Prensa Libre	Glasswing International	Oportunidad para ser voluntario	37	Buena Vida
<b>30</b>	19 de febrero	El Periódico	Fundación Castillo Córdova	Gobierno de Japón apoya proyecto de educación	25	Gente & +
<b>31</b>	22 de febrero	El Periódico	Fundación Aldo Castañeda	Corren por una causa noble	2	Solidaridad
<b>32</b>	23 de febrero	Prensa Libre	FUNDAECO	Escolares podrán almacenar agua	23	Departamental
<b>33</b>	24 de febrero	Prensa Libre	Fe y Alegría	Fe y Alegría ampliará cobertura educativa	6	Nacional
<b>34</b>	24 de febrero	Prensa Libre	Asociación Safe Motherhood	Comadronas se capacitan	18	Departamental
<b>35</b>	24 de febrero	Prensa Libre	AYUVI	Un reto culinario lleno de solidaridad	27	Buena Vida

<b>36</b>	24 de febrero	Siglo 21	AYUVI	Únete recaudó más de 40 millones para ayudar a niños con cáncer	11	Pulso Global
<b>37</b>	24 de febrero	El Periódico	Asociación de Obras Hermano Pedro	Proyecto de ampliación de las Obras Sociales del Santo Hermano Pedro	29	Gente & +
<b>38</b>	26 de febrero	El Periódico	AYUVI	Únete entrega donativo	25	Gente & +
<b>39</b>	28 de febrero	Prensa Libre	Cooperación para la Educación	Promueven la lectura en niños de Zaragoza	16	Departamental
<b>40</b>	29 de febrero	Prensa Libre	FUNDAECO	Incendios afectan cultivos y salud	20	Departamental
<b>41</b>	29 de febrero	Prensa Libre	Casasito ONG	Casasito brinda apoyo educativo	21	Departamental
<b>42</b>	29 de febrero	Siglo 21	Fundación Tigo	Fundación Tigo remozó escuela primaria en San Miguel Milpas Altas	12	Pulso Global
<b>43</b>	4 de marzo	Prensa Libre	AMIPRO	Entidades donan sillas de ruedas	22	Departamental
<b>44</b>	5 de marzo	Siglo 21	FUNDAP	Pepsico y FUNDAP promueven el desarrollo de comunidades agrícolas	11	Pulso Global
<b>45</b>	6 de marzo	Prensa Libre	AMUTED	Por un cambio para las mujeres	5	De portada
<b>46</b>	6 de marzo	Prensa Libre	Asociación para Todos	Libran dura batalla a diario	8	Realidades
<b>47</b>	7 de marzo	Siglo 21	Fundación Myrna Mack	Es muy peligroso hablar de cambios constitucionales	4 y 5	Entrevista
<b>48</b>	7 de marzo	Prensa Libre	ACODIHUE	Mujeres juegan papel valioso en la provincia	22	Departamental

<b>49</b>	8 de marzo	Prensa Libre	FUNDAL Fundación Margarita Tejada Asociación para el Autismo	La tenacidad las acompaña	37 y 37	Buena Vida
<b>50</b>	10 de marzo	El Periódico	Fundación Castillo Córdova	Nuevo Centro de salud y nutrición	3	Nación
<b>51</b>	10 de marzo	Prensa Libre	Fundación Castillo Córdova	Entregan obras en Tzununá	18	Nacionales
<b>52</b>	12 de marzo	Prensa Libre	Asociación el mundo de la Discapacida d	Médicos donan sillas de ruedas en Sololá	22	Departamental
<b>53</b>	14 de marzo	Prensa Libre	Asociación LUFECADI	Donan parte de su salario	26	Departamental
<b>54</b>	15 de marzo	Prensa Libre	Asociación de Apicultores	Apicultores se capacitan	24	Departamental
<b>55</b>	16 de marzo	Siglo 21	Fundación Visión Mundial	Embajada de Japón entregó donación para construir dos escuelas en Olopa	11	Pulso Global
<b>56</b>	18 de marzo	Prensa Libre	Fundación Margarita Tejada	Sensibilizan sobre Síndrome Down	32	Departamental
<b>57</b>	19 de marzo	Siglo 21	Fundación Tigo	Fundación Tigo renovó escuela en Panimabey, Chimaltenango	10	Pulso Global
<b>58</b>	21 de marzo	Prensa Libre	ACODIHUE	Producen café de alta calidad	20	Departamental
<b>59</b>	21 de marzo	Prensa Libre	Fundación Margarita Tejada	#Yomeenlazo busca sensibilizar	30	Buena Vida
<b>60</b>	22 de marzo	Prensa Libre	Fundación Tigo	Empresa apoya la educación	10	Vida Empresarial

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



GUÍA DE ENTREVISTA PARA REPRESENTANTES DE ONG

TRABAJO DE TESIS DE GRADUACIÓN: “Las ONG y la cobertura mediática en los medios escritos”.

**Señor/a/ita representante de ONG:**

A continuación encontrará una serie de preguntas que están vinculadas al estudio “Las ONG y la cobertura mediática en los medios escritos”, agradeceremos de unos minutos de su tiempo para responderlas ya que serán de mucha ayuda al mismo. Las respuestas serán utilizadas únicamente con fines educativos.

Nombre de la institución: \_\_\_\_\_

Temática de desarrollo que trabaja la institución:

\_\_\_\_\_

Nombre y puesto del entrevistado:

\_\_\_\_\_

1. Qué tan importante es para su institución generar información para los medios de comunicación. Marque por favor con una X.

Muy importante \_\_\_\_\_ Medianamente importante \_\_\_\_\_

No es importante \_\_\_\_\_

2. Si su respuesta fue **Muy importante**, explique ¿por qué?

\_\_\_\_\_

3. Si su respuesta fue **medianamente importante** o **no es importante**, explique ¿por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Cada cuánto tiempo genera información, la institución que representa, hacia los medios de comunicación?

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es la vía que utiliza para enviar la información hacia los medios de comunicación?

---

---

6. ¿Quién es el responsable en su institución de generar información para los medios de comunicación escritos?

---

7. ¿Le ha sido fácil obtener la atención de los medios para la cobertura de las actividades de su institución?

---

8. ¿Cuáles han sido las dificultades más recurrentes que ha encontrado al convocar a los medios de comunicación?

---

9. ¿Qué procedimiento utiliza para solicitar la cobertura de los medios, particularmente de los escritos?

---

10. Mencione por lo menos 3 aspectos que contribuyan al éxito de las convocatorias que ha realizado.

---

Agradecemos de su apoyo!

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



**TRABAJO DE TESIS DE GRADUACIÓN: “Las ONG y la cobertura mediática en los medios escritos”.**

**Señor/a/ita Jefe de Redacción:**

A continuación encontrará una serie de preguntas que están vinculadas al estudio “*Las ONG y la cobertura mediática en los medios escritos*”, agradeceremos de unos minutos de su tiempo para responderlas ya que serán de mucha ayuda al mismo. Las respuestas serán utilizadas únicamente con fines educativos

Nombre del medio \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistado \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa \_\_\_\_\_

Años de desempeñarlo \_\_\_\_\_

1. Defina con sus propias palabras qué es una ONG en Guatemala

2. Durante el tiempo que tiene de trabajar en este medio, ¿A cada cuánto recibe información de ONG?

a. A diario\_\_\_ b. Cada semana\_\_\_ c. Quincenal\_\_\_ d. Cada mes\_\_\_

¿Qué tipo de información recibe de las ONG?

\_\_\_\_\_

¿Por qué medio recibe esta información?

a. Correo electrónico \_\_\_\_\_

b. Redes sociales \_\_\_\_\_

c. Correo físico \_\_\_\_\_

d. Llamadas telefónicas \_\_\_\_\_

¿Cuál es el tiempo adecuado para convocar a los medios para la cobertura de una actividad?

1 día antes del evento \_\_\_\_\_

1 semana antes del evento \_\_\_\_\_

1 mes antes del evento \_\_\_\_\_

3. Existe la percepción que solamente en casos negativos (como corrupción) se amplía la cobertura hacia las ONG, ¿qué opinión le merece?

---

---

4. ¿Qué aspectos se consideran para tomar en cuenta la información que difunde una ONG y que así la misma sea investigada y publicada?

---

---

5. ¿Existe alguna época del año en particular en la cual se enfocan a coberturas de actividades de ONG?

---

---

6. En las oportunidades que han realizado cobertura de actividades de ONG ¿en qué sección del periódico es publicada?

---

---

7. ¿Existe algún reportero asignado a la cobertura de actividades de ONG?

---

---

8. ¿En qué tipo de actividades podrían participar los periodistas para conocer más sobre las ONG?

a. Desayunos \_\_\_\_\_

b. Talleres \_\_\_\_\_

c. Cursos \_\_\_\_\_

9. ¿De cuánto tiempo dispondrían para acudir a las propuestas mencionadas anteriormente?

2 horas \_\_\_\_\_

1 día \_\_\_\_\_

½ día \_\_\_\_\_

Es difícil precisar tiempo \_\_\_\_\_

Agradecemos de su apoyo!

**Vaciado de información de encuestas a responsables de ONG, asociaciones y fundaciones entrevistadas**

No. de Entrevista	Nombre de la institución	Temática que trabaja la institución	Nombre y puesto del entrevistado
1	Asociación Fe y Alegría	Becas y enseñanza a través de centros educativos	Sofía Gutiérrez, Jefe de Relaciones Públicas
2	Hábitat para la Humanidad	Mejora de vivienda, facilitación de adquisición de vivienda	Iván Palma, del departamento de Mercadeo y Comunicación
3	Heifer International Guatemala	Proyectos productivos para generación de ingresos	Débora Martínez, Coordinadora de Comunicación
4	Fundación Carroll Behrhorst	Servicios de salud y apoyo a la educación	Daniel Salazar y Carlos Bacajol, Director y Responsable de proyectos
5	Fundación Shalom	Servicios de salud a través de jornadas médica	Evelyn Hernández, Coordinadora de Relaciones Públicas
6	Fundación del Centavo	Generación de ingresos, facilitación de créditos para proyectos productivos y emprendedores	Verónica Mariela Álvarez, Directora Ejecutiva
7	Good Neighbors Guatemala ONG	Apoyo a la educación y salud	José González, Gerente de Relaciones Públicas

8	ASCATED	Facilitación de espacios en área laboral y educativa para personas con discapacidad	Rolando Flores, responsable de comunicación
9	Fundación Aldo Castañeda	Apoyo a la salud, a través de operaciones de corazón abierto	Cecilia de Polanco, Mercadeo y Recaudación
10	Asociación CasaSito	Apoyo a la educación	Evelyn Noguera, Directora de Operaciones

P. corresponde a pregunta, cada número que le acompaña refiere al número de pregunta respondida.

No. Entrevista	Nombre de la institución	Temática que trabaja la institución	Nombre y puesto del entrevistado	P. 1	P.2	P. 3	P.4	P.5	P.6	P. 7	P.8	P.9	P.10
1	Asociación Fe y Alegría	Becas y enseñanza a través de centros educativos	Sofía Gutiérrez, Jefe de Relaciones Públicas	a	Para dar a conocer los espacios educativos en los que están apoyando		mensual	vía correo electrónico y llamadas	yo	si	Que el tema no sea de su interés	Llamar a un reportero y contarle la información	El lugar El tema La hora
2	Hábitat para la Humanidad	Mejora de vivienda, facilitación de adquisición de vivienda	Iván Palma, del departamento de Mercado y Comunicación	a	La vivienda en Guatemala es un tema muy complicado y por ser parte de nuestra labor, nos		mensual	vía correo electrónico	compartido con otros departamentos	si	Que surja algo de trascendencia	a través de alianzas con algunas personalidades	La hora El tema

				interesar a conocer los espacios en los cuales hacemos alianzas con iniciativa privada para ayudar a las personas que carecen de la misma								
3	Heifer Internacional Guatemala	Proyectos productivos para generación de ingresos	Débora Martínez, Coordinadora de Comunicación	a Somos una organización que realiza proyectos productivos que apoya la alimentación de		mensual	vía correo electrónico	la Junta Directiva	no	Que el tema no sea de su interés	Por que alguien que conoce al reportero	El lugar

					las personas								
4	Fundación Carroll Behrhorst	Servicios de salud y apoyo a la educación	Daniel Salazar y Carlos Bacajol, Director y Responsable de proyectos	a	Para dar a conocer la proyección social del hospital		cuando se necesita	llamadas	compartido con otros departamentos	n	Que el tema no sea de su interés	Porque alguien que conoce al reportero	Porque alguien que conoce al reportero
5	Fundación Shalom	Servicios de salud a través de jornadas médica	Evelyn Hernández, Coordinadora de Relaciones Públicas	a	Por las jornadas de operaciones para niños		mensual	vía correo electrónico	compartido con otros departamentos	si	Que surja algo de trascendencia	Se establecen alianzas con algunos reporteros	Que no haya un evento de trascendencia nacional
6	Fundación del Centavo	Generación de ingresos, facilitación de créditos para proyectos	Verónica Mariela Álvarez, Directora Ejecutiva	a	Se genera espacios de capacitación a los jóvenes		cuando se necesita	vía correo electrónico	compartido con otros departamentos	n	Que el tema no sea de su interés	Por que alguien que conoce al reportero	El tema a tratar

		productivos y emprendedores			y nos interesa darlo a conocer a la población								
7	Good Neighbors Guatemala ONG	Apoyo a la educación y salud	José González, Gerente de Relaciones Públicas	c		Solamente se generan informes de la ejecución del proyecto para el donante	eventualmente	vía correo electrónico	compartido con otros departamentos	n	Que el tema no sea de su interés	Se llama al medio	La importancia del tema El lugar
8	ASCATED	Facilitación de espacios en área laboral y educativa para personas con discapacidad	Rolando Flores, responsable de comunicación	a	Si ya que promovemos la inclusión de las personas con discapacidad con enfoque de derechos.		eventualmente	vía correo electrónico	yo	n	Que surja algo de trascendencia	Por que alguien que conoce al reportero	Ninguno

9	Fundación Aldo Castañeda	Apoyo a la salud, a través de operaciones de corazón abierto	Cecilia de Polanco, Mercado y Recaudación	b		Primordialmente en los casos de recaudación de fondos	Trimestralmente	llamadas telefónicas	yo	si	Que surja algo de trascendencia	Se establecen alianzas con algunos reporteros	El tema a tratar
10	Asociación CasaSito	Apoyo a la educación	Evelyn Noguera, Directora de Operaciones	a	Es importante motivar a las personas que continúan estudiando		eventualmente	via correo electrónico	yo	n	Que el tema no sea de su interés	Porque alguien que conoce al reportero	Ninguno