

CAPÍTULO I

Marco Teórico Conceptual de Referencia sobre “Los Medios de Comunicación Social Salvadoreños y su afinidad Ideológica Política, como Herramienta para incidir en la población durante periodos eleccionarios”. (Elecciones: Diputados y Concejos Municipales – año 2003). Caso específico Telenoticiero: Cuatro Visión.

1.Comunicación

La necesidad de comunicarse nace junto con los primeros seres vivos del universo, debido a esto los seres humanos comenzaron a utilizar gestos, sonidos, señales de fuego, humo, tambores, papel, palomas mensajeras, etc., hasta llegar a lo que hoy se conoce; y a pesar de que no hay un consenso en cuanto a su origen etimológico, comunicación es toda transmisión de información con vistas a una respuesta que no siempre implica una aceptación pasiva.

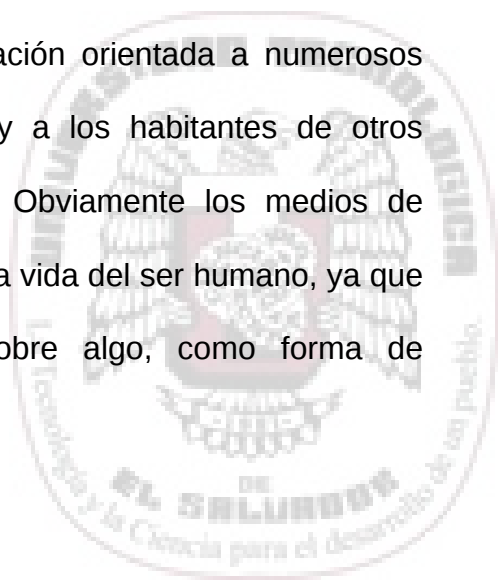
En su acepción más general, comunicación es el proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra, es transmisión de la información, ideas, emociones, habilidades por medio del uso de símbolos, palabras u otras maneras de expresión. Schramam en el libro “ La Comunicación Humana, Ciencia Social” afirma que la comunicación consiste en que el emisor y

receptor estén “sintonizados” respecto a algún mensaje en particular; solo si las palabras de un mensaje son comunes para el emisor y receptor puede haber comunicación, únicamente se logrará comunicar algo si para la persona a quien está dirigido significa lo mismo que para el que envió el mensaje, es decir, si se sobrepone al campo de la experiencia de ambos: codificador y decodificador.

1.1.La Comunicación Social

Comunicación social equivale cuantitativamente a comunicación de masas, y se entenderá ésta como un proceso por el cual una organización compleja utiliza medios técnicos para transmitir mensajes públicos a un gran número de personas heterogéneas y muy diseminadas. La comunicación social es la aplicación de los principios de las técnicas de la información, sociológicas, políticas y económicas para la difusión de datos estructurados y sistematizados, dirigidos a grandes conglomerados.

En otras palabras, implica el manejo de información orientada a numerosos sectores de la población, a la nación misma y a los habitantes de otros territorios, es decir, a la sociedad en general. Obviamente los medios de comunicación masivos son parte fundamental de la vida del ser humano, ya que éste los utiliza para obtener información sobre algo, como forma de conocimiento o como manera de diversión.



Características de la comunicación social según McQuail¹:

- La comunicación social se dirige a los públicos amplios, a las masas. No es posible determinar con exactitud las dimensiones del público ni su ubicación exacta, pues son receptores dispersos.
- Los mensajes son públicos. Su contenido está abierto a todos e implica la existencia de normas y valores comunes a emisores y receptores.
- El público es heterogéneo. Se incluye personas que viven en condiciones muy diferentes, en culturas muy variadas, provenientes de diversos estratos sociales, y por lo tanto, poseen intereses y modos de vida que difieren unos de otros.
- La relación entre el emisor y el público receptor es impersonal, puesto que personas a las que sólo se conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima, sin intercambio de respuestas.
- Pueden llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas que están físicamente distantes de la fuente y que a su vez se hallan lejos unas de otras, además de existir una distancia temporal.
- El tipo de comunicación es indirecta. Existe una distancia espacio temporal entre los participantes de la comunicación.

¹ McQuail, Denis. "Sociología de los Medios Masivos de Comunicación". Editorial Paidós, Argentina 1969.



1.2.Los Medios

Según Davara Francisco en su libro “Introducción a los Medios de Comunicación” cita que los medios son: “puentes técnicos que unen a las personas con realidades remotas: reales, ficticias o manipuladas. Los medios se aproximan a la realidad y de ella obtienen noticias, argumentos, ideas, opiniones, temas, comentarios, en fin, todo el conjunto de hechos o situaciones que diariamente exponen ante los sentidos de los receptores. También existen medios de gran cobertura que no llegan a las masas en forma simultánea, tales como: afiches, vallas, rótulos, pantallas electrónicas, revistas, correo directo, hojas volantes, letreros en aviones, etc. La codificación y descodificación de los medios está cargada de emociones, sentimientos, prejuicios y rasgos ideológicos; pero también constituyen una búsqueda de verdades, de explicaciones, de significados, con el fin de comprender mejor el mundo en que se vive y en el que todos hacen sus vidas.”

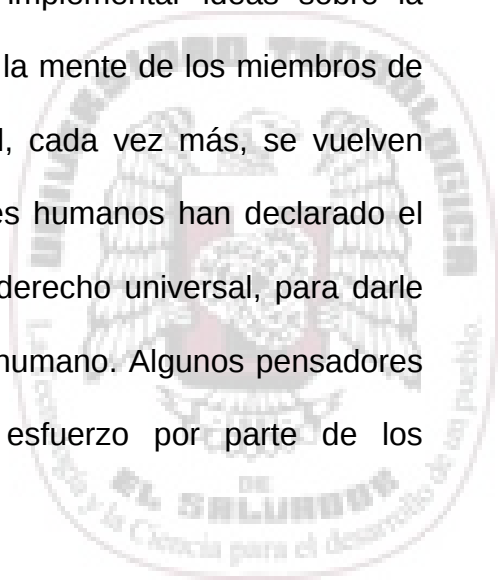
1.3.Los Medios de Comunicación Social

A lo largo de la historia, desde la invención de la imprenta hasta la actual fase de innovaciones de la tecnología audiovisual basada en las computadoras, se habla de los medios de comunicación social, pero no se cuenta con respuestas de aceptación de cuándo principian. En su forma más simple, los medios de comunicación social son un vehículo para transmitir masivamente un mensaje. Este agente socializador es de gran valor pues cada día se

incorpora más a la vida de las personas y cada vez a más temprana edad, a todos los sectores sociales, como canal de información o de diversión. Los mensajes que transmiten no solo son un vehículo eficaz de formación de actitudes, sino que cambian al individuo, lo socializan, establecen una exuberante variedad de modelos que dicen a las personas cómo deben ser. Los medios de comunicación social alcanzan a muchas personas simultáneamente y en cortos intercambios de tiempo; además establecen un vínculo, producen un contacto donde se codifican y descodifican los múltiples mensajes que otro envía.

1.3.1.Importancia de los Medios de Comunicación Social

Los medios de comunicación social son el conjunto de estrategias y técnicas, que permiten formar, proponer, crear imagen, vender: productos, cultura, ideas, esquemas ideológicos y formas de vida a la sociedad, es por ello que juegan un papel fundamental y pieza estratégica para el sistema, pues, son utilizados para llevar a cabo sus objetivos, intereses, e implementar ideas sobre la realidad que le conviene al sistema impregnar en la mente de los miembros de la sociedad. Los medios de comunicación social, cada vez más, se vuelven imprescindibles, a tal grado que los mismos seres humanos han declarado el derecho de informar y ser informado, como un derecho universal, para darle integridad en la actual concepción del desarrollo humano. Algunos pensadores actuales afirman que “a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los



monopolios y los grandes capitalistas, la radio, la prensa y la televisión se han vuelto componentes de una explosión y multiplicación generalizada de visiones y percepción político ideológicas”².

Los datos que existen sobre los medios de comunicación son escasos y poco actualizados; sin embargo, la experiencia demuestra una tendencia muy clara, el campo de acción de los medios de comunicación en América Latina ha crecido en los últimos quince años, más que cualquier otra rama del quehacer económico de las naciones. En una dimensión menor, El Salvador ha pasado básicamente por la misma lógica de movimiento procesal de los medios de comunicación, manteniendo una tendencia de crecimiento en número y calidad de los mismos, ampliando sus funciones e incidiendo cada vez más en la cultura política de la población en general.

En El Salvador, específicamente, los medios de comunicación social han cambiado y mejorado en relación a lo que se hacía y decía en la década pasada; en los aspectos informativo, noticioso y editorial, ya que han mejorado en el transcurso del tiempo. Lo anterior demuestra el avance de los medios de comunicación social a través del tiempo, y al observar el papel que éstos juegan en la sociedad.

² Korand Adenauer Stftung, “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador”, marzo 1996, pág. 22

Expertos en el ramo de las comunicaciones afirman que los medios de comunicación social más importantes son: la radio, la prensa y la televisión. La prensa en forma periódica permite el contacto con un mundo al que no se tiene acceso directamente; la radio parece ser omnipresente, se encuentra en todas partes; la televisión invade los hogares con programas de todo tipo interrumpidos a cada instante por cortes comerciales.

Estos medios aportan gran cúmulo de experiencias que no podrían obtenerse de otro modo. Todo lo que cada persona sabe de otros países y sus culturas, proviene generalmente de la información de los periódicos, la radio, el cine y la televisión, casi siempre en programas televisivos, telenovelas, películas, documentales, etc., intentan ilustrar algo sobre las diferentes culturas de los países. “Personas que usted cree conocer, lugares que usted cree identificar, ideas que quizá haya aceptado como propias, se originaron probablemente en experiencias provocadas por los medios”³.

1.3.2. Características de Influencia de los Medios de Comunicación sobre La Sociedad

- Conseguir integración que es una condición para la supervivencia de la sociedad.

³ Collado, Carlos y Gordon L. Dahnke. “La Comunicación Humana, Ciencia Social”. Editorial Mc Graw Hill, México, 1986



- Establecer prioridades.
- Conferir legitimación.
- Estabilizar las sociedades.

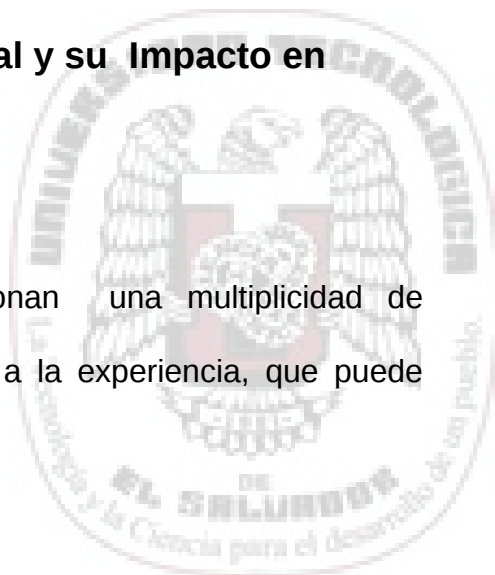
1.3.3.Función de los Medios de Comunicación Social

Las funciones principales de los medios de comunicación social son :

- **Persuadir:** trata de llamar la atención sobre un mensaje a través del cual incita a realizar acciones que son de interés del emisor.
- **Formar:** se logra a través de programas especializados tales como: los educativos y culturales que ayudan a la formación personal del individuo.
- **Entretener:** permite distraer al público a través de mensajes musicales, humorísticos, comedias, drama, acción, suspenso y deporte.
- **Informar:** trata de transmitir todo el acontecer del mundo por medio de las noticias.

1.3.4.Los Medios de Comunicación Social y su Impacto en el Desarrollo Social

Los medios de comunicación social proporcionan una multiplicidad de imágenes, una realidad ya hecha y anticipada a la experiencia, que puede inducir a la proliferación de estereotipos.



De hecho, muchas personas no tienen otro concepto de alguna etapa histórica, de algún acontecimiento o de la interpretación de un hecho, más allá de la que recibieron a través de la comunicación social. Los medios de comunicación social en sí constituyen un extraordinario avance; pero el problema radica en su operación y en el contenido de los mensajes que transmiten, ya que contribuyen a crear estereotipos en el sujeto, deforman su percepción de la realidad.

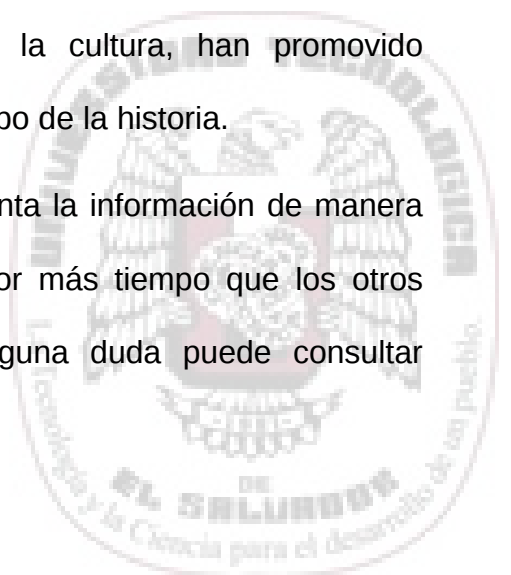
Los medios de comunicación social han evolucionado más en los últimos veinte años, que toda la comunicación en general, ya que no hay un solo individuo al que no alcancen directa o indirectamente los efectos de la comunicación social.

1.3.5. Clasificación de los Medios de Comunicación

Social

1.3.5.1. Medios Impresos

- **Libros:** difusores del pensamiento y la cultura, han promovido reformas sociales que cambiaron el rumbo de la historia.
- **Prensa escrita:** es el medio que presenta la información de manera descriptiva, la cual queda plasmada por más tiempo que los otros medios; así, si el receptor tiene alguna duda puede consultar nuevamente el periódico.



- **Revistas:** en función de la gran circulación que tienen en la actualidad, constituyen un importante vehículo de comunicación masiva, incluso sin descartar la posibilidad de ponerse en este medio al servicio del arte, la ciencia y la cultura, al menos en su perfil de difusión y masificación.
- **Hojas volantes:** fundamentalmente ejercen influencia con relación a la conducta política.

1.3.5.2. Medios Electrónicos

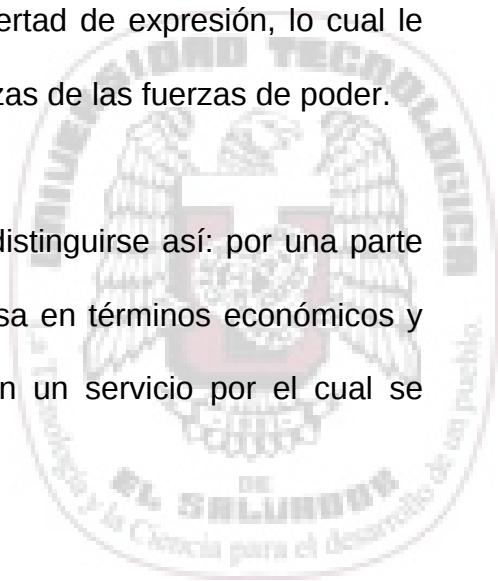
- **Cinematografía:** el cine fue el primer elemento de comunicación masiva electrónica y ahora se ha convertido en un centro de culturas mundiales. Su influencia, proyección, y ámbito de impacto y penetración constituyen el medio masivo por excelencia, que orientado debidamente permite a los espectadores complementar su cultura.
- **Radio:** es considerada el medio masivo por excelencia, ya que puede llegar a los lugares más distantes, el receptor no necesita leer ni escribir para escuchar la radio, el costo de adquisición es bajo, no interfiere en el desarrollo de otras actividades; pero este medio tiene que saber explotar la imaginación del receptor, de lo contrario, el mensaje no será entendido como se quiere.

- **Televisión:** es el medio masivo de mayor impacto, permite la recepción de mensajes absorbiendo por completo la atención del televidente, y recurre a métodos audiovisuales sorprendentes. El significado de la palabra televisión es “ver de lejos” y en efecto se trata de ver lo que ocurre a distancia, no solamente se ve, sino también se oye.

1.3.6.Los Medios de Comunicación y su Estructura Real

Dentro de muchos círculos de la sociedad los medios de comunicación han sido tradicionalmente catalogados como un tipo de industria particular en cuanto a su poderosa influencia y manipulación sobre la audiencia. En todo esto, pareciera que el Estado juega el papel de un empresario más dentro del campo de la competencia económica, en donde lo que interesa no necesariamente es el poder político, sino las ganancias económicas que representen la participación y el control de los flujos de información. Actualmente los medios de comunicación en términos reales, ya no son concebidos únicamente como un espacio reservado donde se materializa la libertad de expresión, lo cual le daba cierta protección ante las constantes amenazas de las fuerzas de poder.

No obstante, la aplicación de los medios puede distinguirse así: por una parte los medios son una industria sumamente poderosa en términos económicos y también políticos; por otra parte, los medios son un servicio por el cual se



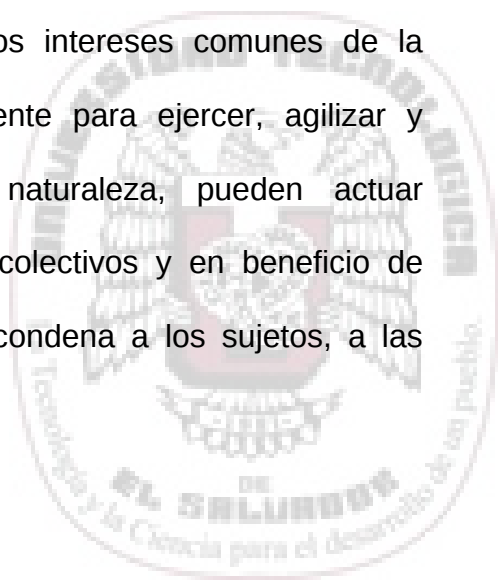
satisfacen las necesidades de las sociedades de la información; por último, los medios materializan la libertad de expresión y de información de los seres humanos.

En la publicación de la revista electrónica “Medios de Comunicación” , Raúl Trejo Delarbre, experto en comunicaciones, opina que “Resulta curioso cómo los medios de comunicación social, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores sociales y políticos, no lo son con ellos mismos, menos aún existen pautas para evaluar sus efectos más allá de asuntos circunstanciales.” Además dice que: “Los medios de comunicación social no son considerados como entidades omnipotentes, capaces de cambiar opiniones o comportamientos de las personas mecánica y unidireccionalmente; pero sí cree que actualmente los medios son parte constitutiva de la cultura y que son capaces de determinar los márgenes de discusión en la sociedad.”

En la revista electrónica “Medios de Comunicación” Rodrigo Miquel Alsina, prestigioso académico catalán, menciona que “los medios son capaces de imponer su agenda en el proceso de construcción social de la realidad”, pero éstos, no deciden cómo se debe pensar y actuar en la vida cotidiana. En la actualidad a los medios de comunicación social se les reconoce, además de las de entretener, informar y orientar, otras tres funciones claves en la sociedad postmoderna: la de comerciar, fiscalizar y arbitrar. Indudablemente, en

el país, la función de comerciar también es la que determina en primera y última instancia a los medios de comunicación social. Como se ha señalado anteriormente, la imagen que difunden los medios de comunicación se constituye en un reconocimiento social, que en el espacio público tiene dos posibilidades: favorecer el bien común o atentar contra los derechos individuales o colectivos; que la prioridad de los medios no es necesariamente informar a la población para servirla sino comerciar como cualquier negocio; que tienen suficiente poder público en su función social de fiscalización para empujar a las instituciones públicas a que cumplan su función constitucional; y que, modernamente, se han convertido en una suerte de proveedores de información en la sociedad, constituyéndose en el espacio predilecto del debate político o el soporte de datos necesarios para que dichas instituciones diagnostiquen y actúen socialmente.

En ese abanico de posibilidades sociales que tienen los medios de comunicación social a través de la información periodística, en unos casos pueden actuar responsablemente a favor de los intereses comunes de la sociedad, como cuando se presiona políticamente para ejercer, agilizar y procurar justicia; en otros, por su propia naturaleza, pueden actuar irresponsablemente en contra de los intereses colectivos y en beneficio de pocos, como cuando se acusa, se culpa y se condena a los sujetos, a las instituciones o a sectores sociales.

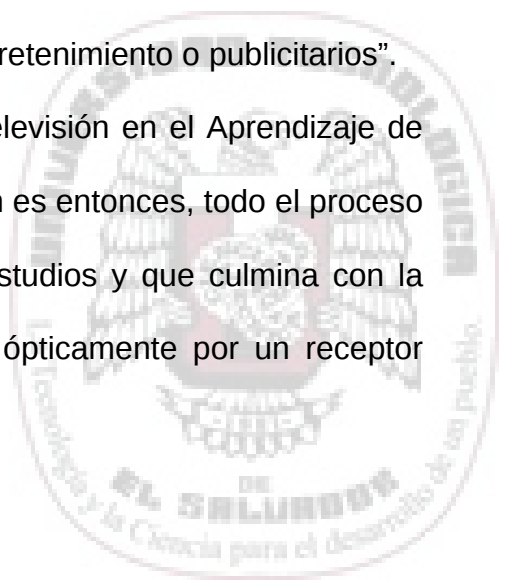


Sin embargo, en pleno siglo XXI, plantear la información como derecho de recibir información periodística en forma veraz, conlleva limitar el poder de las empresas y exigir que la información no sea manipulada, distorsionada y ocultada. Está establecido que el problema del ejercicio informativo no sólo debe plantearse como asunto de restricciones y limitaciones desde la perspectiva de los empresarios de las comunicaciones, o desde el enfoque de periodistas "ofensivos" de instituciones políticas y sociales, sino a partir de una concepción que implica a los demás sujetos involucrados en el proceso informativo.

1.4.La Televisión

Según José Laguna de Paz, en su libro "Régimen Jurídico de la Televisión Privada" define a la televisión como "el proceso de producción y transmisión de imágenes y sonidos simultáneamente, a través de ondas electromagnéticas o mediante cables, destinados mediata o inmediatamente al público en general, o a un sector del mismo, con fines políticos, religiosos, culturales, educativos, deportivos, informativos, comerciales, de mero entretenimiento o publicitarios".

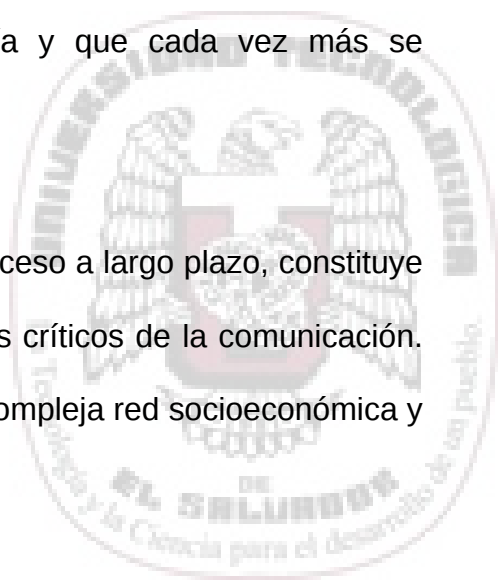
A. Álvarez Meléndez en el libro "Efectos de la Televisión en el Aprendizaje de Comportamientos Violentos" dice que "la televisión es entonces, todo el proceso técnico e ideológico que se emite desde unos estudios y que culmina con la difusión de un mensaje, el cual es reproducido ópticamente por un receptor llamado televisor.



La televisión es considerada por muchas personas como el fenómeno de las comunicaciones del siglo XX, tiene mucha fuerza y amplio espectro como medio, ya que permite el uso de la palabra escrita, las imágenes en movimiento, el color, la música, la animación y los efectos de audio y video, todo mezclado en un mismo mensaje. La televisión se ha convertido en una fuerza dominante en el crecimiento y desarrollo de los jóvenes, una fuente principal de información y diversión para la mayoría de las personas, busca atrapar al televidente mediante un contacto familiar y cercano. Los personajes miran a la cámara, como buscando los ojos del espectador, como si éste estuviera ubicado en el interior del universo narrativo. Esta familiaridad, entre otros factores, hace que alguna gente tienda a verse atrapada en un proceso continuo de "adicción" a la televisión.

Julio César Grande en su libro “La Influencia de la Televisión” dice: “sin duda, la televisión, con 62 años de existencia, es uno de los fenómenos sociales y culturales más impresionante de la humanidad. Es el instrumento técnico de socialización más eficaz que existe hoy en día y que cada vez más se desarrolla.

Su influencia en la cultura, entendida como un proceso a largo plazo, constituye un foco de atención creciente entre investigadores críticos de la comunicación. Si bien la televisión es la expresión de toda una compleja red socioeconómica y



cultural, es también una vitrina para la presentación de una variedad de espectáculos políticos, donde se ponen en juego imágenes y sentimientos. La forma como se usa el tiempo libre, en esta época, está indisolublemente asociada al consumo televisivo. En el campo, en la ciudad, en los barrios pobres o residenciales, ahí está siempre presente la televisión, acompañando durante largas horas a niños, amas de casa, adolescentes o adultos. La televisión va desplazando a la escuela como espacio de socialización y de difusión de valores. Es impensable, ahora, el ejercicio de la política sin la televisión: al igual que los otros medios confiere un estatuto de realidad a las cosas: lo que publican los medios existe, lo que no es registrado es como si nunca hubiera existido”.

1.4.1.Historia de la Televisión en El Salvador

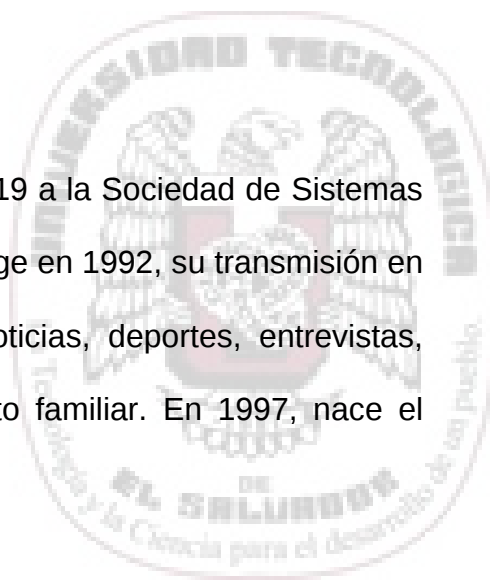
Con respecto a la historia de la televisión en El Salvador, se puede decir que nació asignada por la política. Creció sujeta a las tendencias dominantes, a las fuerzas de poder en pugna en cada circunstancia y a las contradicciones de cada gobierno de turno. No es casual entonces pensar en la televisión como campo donde se consolida y construye la política nacional.

Formalmente la industria de la televisión en El Salvador, se inició en el año de 1956 con la constitución de la Sociedad Televisión Salvadoreña (YSEB-TV, CANAL SEIS), el cual posteriormente pasó a ocupar la frecuencia de Canal 2.

En septiembre del mismo año, hicieron sus primeras pruebas de transmisión en blanco y negro con un pequeño transmisor con capacidad para cubrir únicamente el área de San Salvador y lugares aledaños. En el año de 1958, se autorizó el Canal 8 (YSR-TV.8), para que hiciera la función de repetidora de Canal 6. A finales del mismo año, nació YSU-Televisión Canal 4, sus transmisiones cubrían todo el territorio nacional y algunos lugares de los países vecinos, lo cual significó un avance de la industria televisiva salvadoreña.

En 1965, apareció la Sociedad Canal Dos, S.A., YSR-TV, la que inicialmente estaba destinada para uso exclusivo del Estado. Sin embargo, con la aparición de este Canal, la industria de la televisión comercial. En el mes de abril de 1973, nació Canal Seis S.A., creando la novedad, al transmitir su imagen a color, por primera vez en el país. En 1985, se autorizó el funcionamiento de Canal Doce S.A de C.V., iniciando sus operaciones en el mes de diciembre del mismo año. Dicho Canal sufrió cambios estructurales y administrativos en 1996, hace una alianza estratégica con TV Azteca de México, introduciendo el sistema digital.

En 1986, se autorizó el funcionamiento de Canal 19 a la Sociedad de Sistemas de Video y Audio, S.A.; Megavisión Canal 21, surge en 1992, su transmisión en UHF y su programación va desde películas, noticias, deportes, entrevistas, videos musicales y programas de entretenimiento familiar. En 1997, nace el



Canal 33, como un medio netamente noticioso, con espacios de opinión, reportajes, entrevistas, deportes y otros. Además de los canales de televisión comerciales, se tiene uno de corte gubernamental, Televisión Educativa (Tv.10), el cual es propiedad del Estado y cuya programación es estrictamente cultural. A partir del mes de abril del 2001, Canal 8 que anteriormente fue propiedad del Estado y de corte cultural como Canal 10, hoy de la Asociación Ágape (Asociación Católica de Beneficencia) inicia su transmisión de prueba con una orientación estrictamente religiosa.

Definitivamente, el aparecimiento de la televisión vino a marcar un gran paso en el avance tecnológico de los medios de comunicación social, y el de la humanidad misma, debido a que se diversificaron los instrumentos de socialización de la población, además dió un aporte a la cultura de los pueblos, pues a través de ella el individuo ha logrado intercambiar sus conocimientos.

1.4.2.Objetivos de la Televisión

Para conocer y entender de mejor forma los objetivos de la televisión, éstos se analizarán y clasificarán a través de cuatro grandes aspectos:

- **Objetivo económico:** la televisión como medio de comunicación, llega a diferentes segmentos de la sociedad, su objetivo primordial es influir en la toma de decisiones de los consumidores, a través de segmentos publicitarios donde se ofertan bienes y servicios.

- **Objetivo social:** este aspecto se refiere a que la televisión es el medio que permite mantener informada a la ciudadanía del acontecer nacional e internacional.
- **Objetivo cultural:** este objetivo se logra a través de servir como medio educativo, difundiendo programas de cultura general, a diferentes segmentos de la población.
- **Objetivo ético:** transmitir noticias con veracidad, justicia, sin tendencias ideológicas, identificarlas como tales, sin sensacionalismos y alarmas para evitar pánico en la población.

1.4.3. Características de la Televisión

- A través de la televisión los hechos viajan a mayor rapidez, es decir, se dan a conocer por medio de imágenes en menor tiempo.
- Es el medio de comunicación con mayor persuasión para la toma de decisiones de los consumidores.

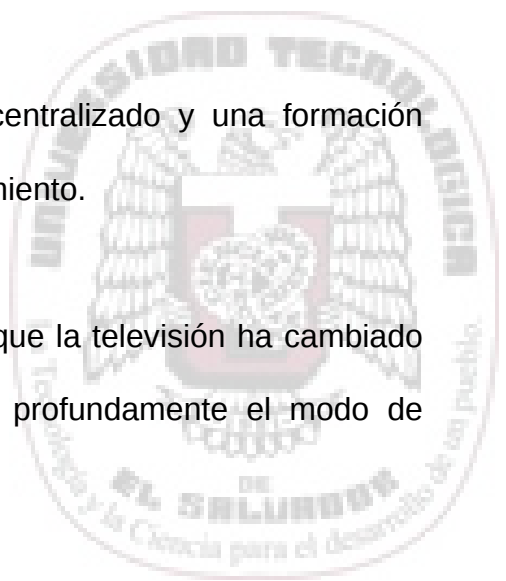
1.4.4. Impacto de la Televisión en la Sociedad

Según Lorenzo Vilches en su libro “La Televisión: los Efectos del Bien y del Mal” cita a Raymond Williams, quién ofrece seis proposiciones que incluyen el significado que posee la televisión debido a sus usos determinados:



- Su poder como medio de noticias y entretenimiento ha sido tan grande que ha alterado a todos los precedentes medios de información y entretenimiento.
- Su poder como medio de comunicación es tan grande que ha alterado a muchas instituciones y formas de relación social.
- Sus propiedades como medio electrónico han alterado la percepción básica de la realidad, y por ende las relaciones con los otros y con el mundo.
- Como poderoso medio de comunicación y entretenimiento ha tomado parte junto con otros factores, tales como en la alteración de la calidad de vida de la sociedad.
- Ha sido desarrollada como medio de noticias y entretenimiento.
- Instrumento para ofrecer entretenimiento centralizado y una formación controlada de opiniones y estilos de comportamiento.

De lo anteriormente expuesto queda visualizado que la televisión ha cambiado la posición de los otros medios y ha afectado profundamente el modo de



emplear el tiempo con la familia y fuera de casa. Ella ha influido en la perspectiva sobre el mundo y sobre las decisiones políticas, y tiene aún un gran potencial para continuar haciéndolo.

1.4.5. Los Telenoticiarios

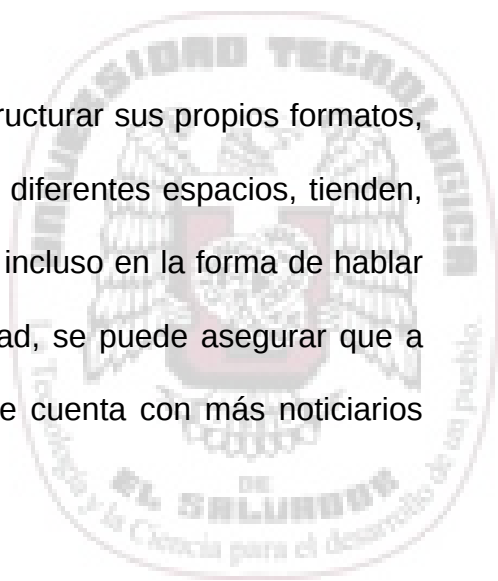
Según Jesús González Requena, en su libro: “Discurso Televisivo Espectáculo de la Post-Modernidad”, “uno de los géneros de la programación televisiva es el informativo”. Los noticieros se construyen con una buena dosis de “espectacularización”: ofrecen informaciones breves, descontextualizadas y anecdóticas. Esto responde a determinados intereses y a las exigencias de la publicidad, en ningún momento están desligados de la ideología y de las concepciones de quienes manejan la programación.

Así, frente a un creciente número de noticias recibidas a diario por cable, internet, fax, telefax, fuentes directas, etc., el productor decide qué noticias debe difundir y qué desecha. El criterio de selección, sin embargo, es curioso y frecuentemente coincidente entre los emisores de las noticias: en el plano nacional casi siempre se entrevista a los mismos líderes de opinión, y en el plano internacional, casi todos los canales transmiten las mismas imágenes de CNN o CBS; en este caso, los centros mundiales de decisión finalmente determinan las noticias e imágenes que el mundo debe ver. En la revista electrónica “Medios de Comunicación” investigadores alemanes opinan que los

telenoticiarios no sólo provocan cambios en la información que poseen los ciudadanos, sino que tienen consecuencias también en la intención del voto, ya que aumentan la información de los ciudadanos sobre la conducta de las instituciones públicas y enfatiza la naturaleza impersonal interdependiente del entorno.

También crean una sensación de frustración a los ciudadanos que presencian acontecimientos que no pueden controlar. Los canales televisivos influenciados por ciertas ideologías o tendencias, transmiten información a la población a través de sus diferentes noticiarios de acuerdo a sus propios intereses. La razón de ser de un noticiario es informar a la población, dar a conocer los diferentes problemas o realidades que vive el país, los hechos más sobresalientes del día son de gran interés para la población ante el desarrollo acelerado de la televisión. En este sentido, los noticiarios están realizando inversiones inmensas en equipo novedoso a fin de satisfacer la necesidad de mantenerse adelante en una franca competencia por acaparar mayor público.

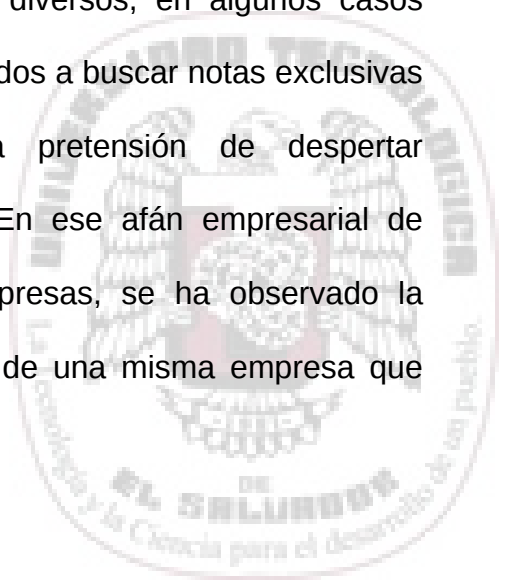
El medio televisivo noticioso necesita también estructurar sus propios formatos, ya que, según las observaciones realizadas a los diferentes espacios, tienden, en su mayoría, a copiar de noticieros extranjeros, incluso en la forma de hablar de los reporteros y presentadores. En la actualidad, se puede asegurar que a nivel centroamericano, El Salvador es el país que cuenta con más noticiarios



televisivos, registra siete en total, representados por seis canales. De acuerdo a los canales televisivos existentes, la hora y espacios para dar a conocer las noticias son:

Noticiario	Canal	Hora
Tele 2	Canal 2	1:00 p.m.- 6:30 p.m. y 10:30 p.m.
Cuatro Visión	Canal 4	12:30 p.m.-9:00 p.m. y 12:00 a.m.
El Noticiero	Canal 6	1:30 p.m.- 8:00 p.m. y 11:00 p.m.
Teleprensa	Canal 33	1:00 p.m. y 7:00 p.m.
Megavisión	Canal 21	1:00 p.m. y 7:30 p.m.
Hechos	Canal 12	06:00 a.m. - 1:00 p.m. Y 8:00 p.m.
TCS Noticias	Canal 2,4,6	06:00 a.m.

Esto hace que la competencia de los noticieros para acaparar la atención del televidente sea mayor, por tanto la forma de presentar la noticia cada vez más innovadora; en el sentido del uso de recursos diversos, en algunos casos ayudados por tecnología, en otros, más encaminados a buscar notas exclusivas de temas sociales poco profundos con la pretensión de despertar sentimentalismo o la pasión por la justicia. En ese afán empresarial de competir entre noticiario o más bien entre empresas, se ha observado la utilización de videos repetitivos entre noticiarios de una misma empresa que hacen deslucir esa competencia.



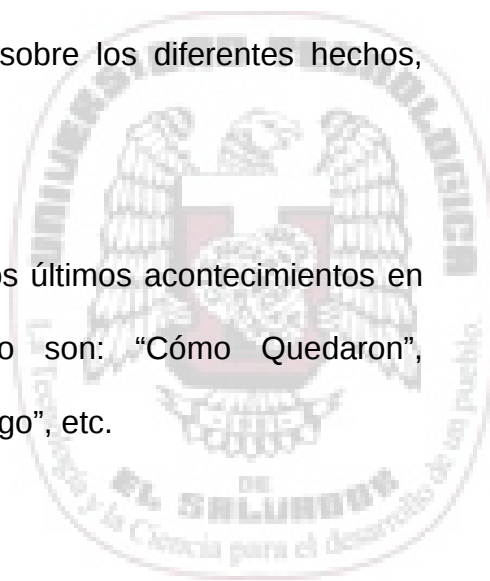
Los noticiarios en televisión han avanzado en los últimos años, las noticias estaban restringidas sólo a Teleprensa, sin embargo, en 1981 la televisión educativa irrumpió con sus propios noticiarios que trataban de dar un enfoque distinto de la información, un año después lo hace Canal 12 y a partir de ese momento, se marca una nueva etapa en el aspecto informativo, al apearse a la realidad en la transmisión de sus notas.

Con la aparición de Telecorporación Salvadoreña (TCS) en agosto de 1987, el grado de competitividad se vuelve determinante al tratar de incluir en los noticiarios el equipo técnico más sofisticado para transmitir. A la fecha la competencia continúa y cada medio se vale de su equipo técnico para ganar audiencia y de modificar los formatos de los programas noticiosos.

1.4.5.1. Clasificación de los Noticiarios

Para tener una mejor comprensión de cómo se clasifican los noticiarios se ha tomado como base para ello, el contenido de los mensajes y programación:

- **Informativo:** son todos aquellos que tratan sobre los diferentes hechos, aspectos y problemas de la sociedad.
- **Deportivos:** su contenido es dar a conocer los últimos acontecimientos en las diferentes disciplinas deportivas, como son: “Cómo Quedaron”, “Deportes Dos”, “Tiempo Extra”, “Fuera de Fuego”, etc.

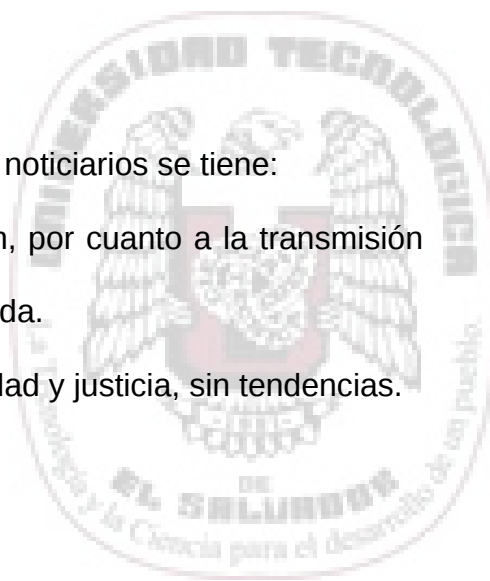


- **Culturales:** son aquellos que transmiten ideas o acontecimientos de patrimonio y cultura salvadoreña, como son: “Panorama Cultural” y “Cápsula Cultural”.
- **Sociales:** dan a conocer el acontecer de los diferentes estratos de la sociedad como es el noticiero “Sucesos” y “Minuto Empresarial”.
- **Religiosos:** son todas aquellas noticias sobre el acontecer del pueblo cristiano, reuniones, retiros, como es: “Lumen 2000” y “El Minuto de María”.
- **Gubernamentales:** enfocan noticias exclusivas del Estado, Instituciones Autónomas o de la Fuerza Armada, por estar fuera del medio publicitario y porque dependen del presupuesto del Estado, ejemplo: “Noticiero de la Fuerza Armada” y mensajes transmitidos a través de la cadena nacional televisiva.

1.4.5.2. Características de los Noticiarios

Entre las características que se les atribuyen a los noticiarios se tiene:

- La programación de una estación de televisión, por cuanto a la transmisión de noticias, debe ser adecuada y bien equilibrada.
- Las noticias deben ser transmitidas con veracidad y justicia, sin tendencias.



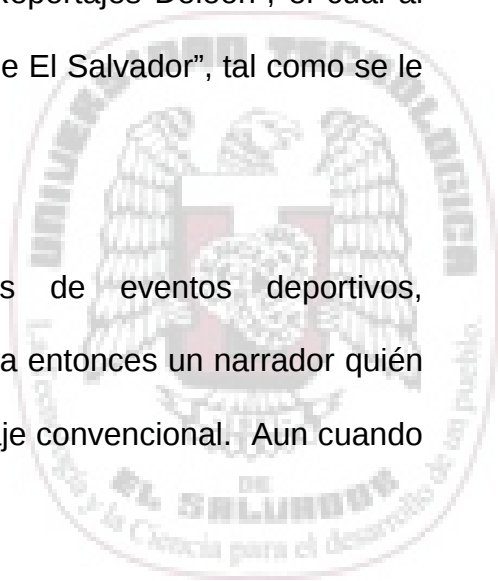
- Los comentarios y el análisis de las noticias deben ser claramente identificados como tales.
- Debe evitarse el uso de detalles morbosos, sensacionalistas o alarmantes, que no son esenciales al informe noticioso, especialmente en relación con narraciones de crímenes o aspectos sexuales. Las noticias deben ser transmitidas de tal modo que se evite el pánico y la alarma innecesaria.

1.4.5.3.Evolución de los Telenoticiarios Salvadoreños

Dentro del enfoque de este tema, se observará como ha ido evolucionando los medios de información en El Salvador y sobre todo como ha surgido el espacio de opinión en el mismo. Se puede decir que antes del Gobierno Demócrata, los espacios informativos mantuvieron un esquema rígido informativo.

El Señor Ricardo Bracamontes, en el libro “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador” menciona que los primeros telenoticiarios existentes eran “Telediario de El Salvador” y “Reportajes Deleón”, el cual al correr de los años se transformó en “Teleprensa de El Salvador”, tal como se le conoce hasta la fecha.

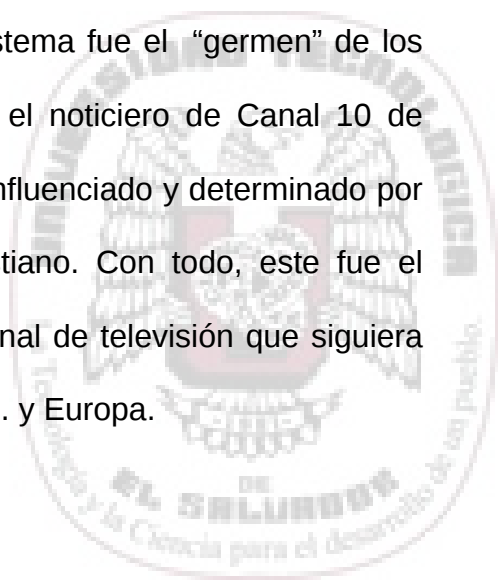
Estos telenoticiarios presentaban las noticias de eventos deportivos, festividades, eventos sociales y culturales, etc.; era entonces un narrador quién se encargaba de leer los textos escritos en lenguaje convencional. Aun cuando



este esquema se mantuvo durante mucho tiempo, empezó a cambiar luego gracias al esfuerzo periodístico de don Guillermo Deleón. Posteriormente surgió un video de carácter testimonial, este describía en forma improvisada y espontánea, su particular visión de la violencia urbana, la cual comenzaba a expresarse a finales de los años setenta, sobre todo en los meses precisos de la caída del gobierno militar del General Romero.

La llegada de la Democracia Cristiana a la presidencia, primero y al control de la Asamblea Legislativa después, introdujo importantes cambios en el desarrollo de la práctica y las estrategias informativas del país transmitidos. Esta es la etapa que se calificaría cómo modernización de la dictadura por las nuevas estrategias de cobertura informativa y presentación de los hechos noticiosos, introducidas bajo el gobierno democristiano.

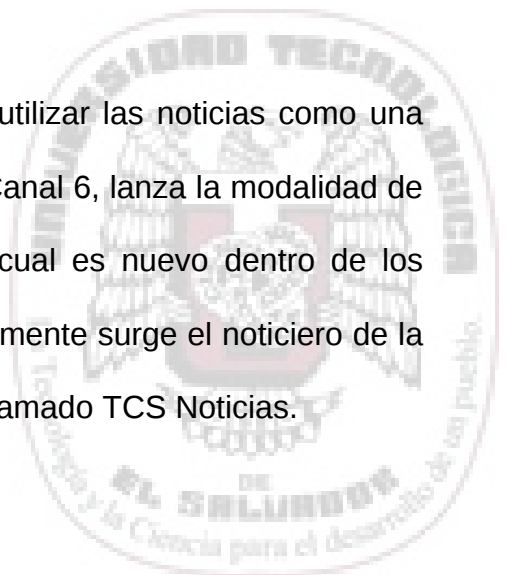
Por primera vez se estaba ante dos presentadores de televisión, un hombre y una mujer quienes en cámara leían la introducción de las noticias que los reporteros presentaban desde el terreno. Este sistema fue el “germen” de los que más adelante se conoció como “Telediez” el noticiero de Canal 10 de televisión de corte gubernamental y fuertemente influenciado y determinado por las necesidades políticas del gobierno democristiano. Con todo, este fue el primer intento de estructurar un noticiero profesional de televisión que siguiera los formatos de estaciones de televisión de EE.UU. y Europa.



En el año de 1985 y sobre la experiencia del noticiero gubernamental, nace el primer intento de desafío al monopolio de la televisión y sin tener que enfrentar los límites que impone la orientación ideológica y política del gobierno, noticiero “Al Día” de Canal 12 rompe esquemas y con ello “tabúes” informativos. Este noticiero amplía la agenda informativa nacional y permite que sectores hasta entonces marginados del proceso político puedan expresar su punto de vista y planteamientos políticos.

Sin embargo el nuevo esquema testimonial, ágil del Noticiero Al Día obtiene como resultado, que en febrero de 1987 el Canal 12 sea sancionado por la Asociación de Anunciantes de El Salvador (ANAES), cuyas agencias publicitarias le pasan la factura por desobedecer la cúpula de la empresa privada que dispuso emprender un paro empresarial contra el paquete de nuevas medidas fiscales que había aprobado entonces la Asamblea Legislativa, luego que la empresa privada descubre la rentabilidad de la noticia, debido a que esta es capaz de trasladarnos hasta el lugar de los hechos.

Desde entonces se dice, que surge la etapa de utilizar las noticias como una mercancía más. En 1987 surge “El Noticiero” de Canal 6, lanza la modalidad de realizar entrevistas en cada emisión estelar, lo cual es nuevo dentro de los telenoticieros conocidos hasta entonces. Posteriormente surge el noticiero de la Telecorporación Salvadoreña (canales 2, 4, y 6), llamado TCS Noticias.

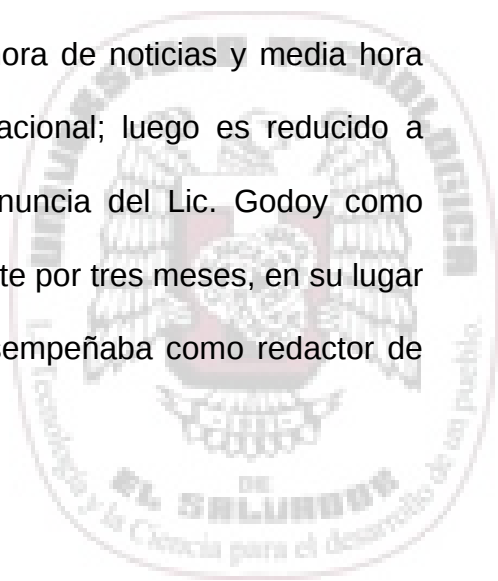


Con la finalización del conflicto y los acuerdos de Paz, surgen “Noticias Cuatro Visión” y el noticiero “Teledos”. Finalmente Teleprensa de El Salvador, se separa de Canal 2 y opta por fundar un canal que informe 16 horas diarias. Cómo se puede apreciar, son grandes los avances obtenidos en materia de información, desde lo que fuera Reportajes Deleón, en parte gracias a los avances tecnológicos, pero sobre todo al alcance obtenido hacia una democracia en la que se goce la libertad de prensa, de información y expresión, en donde no se confunda entre una libertad real y una libertad formal.

1.4.5.4.Historia del Telenoticiario Cuatro Visión

El noticiero Cuatro Visión nace en 1991, ante la necesidad del Gerente General Ing. Ronald Calvo Muñoz de crear un noticiero representativo de Canal 4, ya que la cadena TCS era la única que contaba con un espacio periodístico particular. Los primeros presentadores del programa fueron la Sra. Mónica Ianusselli, el Lic. Darío Godoy y en los deportes el Sr. Antonio Saca.

Inicialmente su duración era de 1 hora, media hora de noticias y media hora con la entrevista a personalidades de interés nacional; luego es reducido a media hora, incluyendo la entrevista. Con la renuncia del Lic. Godoy como conductor, ingresa el Lic. Eduardo Duch únicamente por tres meses, en su lugar ingresa el Sr. Prudencio Duque, quién ya se desempeñaba como redactor de noticias nacionales.



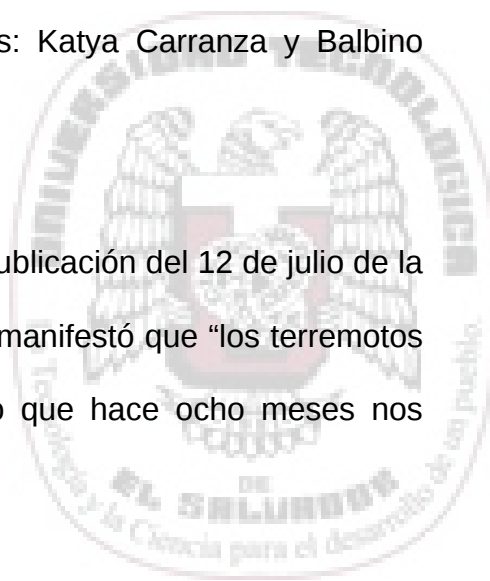
El noticiero adopta el formato condensado de “NOTICIAS Y MÁS” (actualmente PRIMER IMPACTO) de la cadena estadounidense UNIVISIÓN; que incluye la noticia sensacionalista como ingrediente principal y punto focal para mantener a la tele-audiencia pendiente.

El noticiero tiene las siguientes secciones:

- Noticias Nacionales
- Noticias Internacionales
- Deportes
- Reportaje Especial
- Sociales o Espectáculos (en ocasiones)

En la actualidad sus emisiones son: “Primera Edición” con una duración de media hora iniciándose a la 12:30 del medio día, y sus presentadores son: Katya Carranza, Balbino Avilés y en los deportes Ricardo Luna; “Edición Estelar” , su horario de 9 a 10 de la noche, sus presentadores: Kenia Mejía y Juan Barrera y en los deportes Ricardo Luna; “Última Edición” transmitida a las 12:00 de la medianoche, con sus presentadores: Katya Carranza y Balbino Avilés.

El Gerente de Canal Cuatro Ronald Calvo, en la publicación del 12 de julio de la Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y el Diario Más, manifestó que “los terremotos del año 2001 dañaron el antiguo edificio, por lo que hace ocho meses nos



trasladamos a un local en alquiler en el Boulevard Los Próceres, el cual fue consumido por las llamas el día 11 de julio de 2002, todo esto fue provocado por un cortocircuito que se originó en la caja central de los térmicos. Es decir, los que reciben la energía desde la red de distribución principal y la reparten por todo lo que eran las instalaciones. Debido al incendio desapareció la memoria histórica contenida en los archivos de TCS noticias y Noticias Cuatro Visión”.

1.4.5.5.Incidencia de los Noticiarios Televisivos en la

Opinión Pública durante un Periodo Electoral

Los noticieros televisivos pueden incidir grandemente en la población durante un periodo electoral, porque estos programas transmiten hechos que tienen que ver directamente con la situación política del momento, y cada uno de los medios, dependiendo de su afinidad ideológica, le dan mayor cobertura y destacan las noticias que aparecen ligadas a la fuerzas políticas en contienda, tratando de favorecer o desprestigiar aquél partido cuya ideología promueve y apoya el medio de comunicación, citado de la tesis “ El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el Nuevo Escenario Político y como su Afinidad Ideológica- Política pueden Incidir en la Población, Caso Específico (Los Noticiarios Televisivos)” presentado por María Mirtala Peñate.

La participación en la vida democrática del país tiene que ver con la difusión y recepción de los mensajes informativos que se transmiten. De los cuales se

pueden mencionar la existencia de canales de expresión democrática y pluralista que permiten a todos los sectores de una sociedad, acceder al flujo de información que es procesado en esa sociedad. Contrario a lo que plantean algunos sectores políticos, la democracia no se agota en la consulta electoral. Lo que determina la profundidad de una consulta ciudadana, como son las elecciones, es la cantidad de información que manejan los electores al momento de ejercer el sufragio, y esa cantidad está definitivamente mediada por los medios de comunicación.

Los procesos electorales en El Salvador, no sólo hay que evaluarlos a la luz de las posibilidades que se han abierto a la participación de las diferentes fuerzas políticas en el escenario nacional (oposición real), sino, también, por las posibilidades reales que se abrieron al conocimiento y discusión ciudadana de éstas. Otro aspecto que debe considerarse es la posibilidad que tienen los sectores sociales de hacer que su particular visión de la realidad forme parte del imaginario colectivo, refiriéndose a la participación ciudadana en la elaboración y emisión de sus opiniones. “No basta que cada grupo tenga su propia concepción política, es necesario que ella pueda expresarse como cosa pública y que todas las fuerzas tengan igualdad de oportunidades y la posibilidad de acceso a las informaciones, emisiones y a la divulgación de opiniones”⁴.

⁴ Konrad Adenauer, Stiftung, “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador”, 1996, pág. 91-93

1.4.5.6.La Noticia

Se entiende por noticia el relato periodístico que transmite información sobre un hecho actual, inédito, de interés general y con determinado valor político, ideológico, cultural o social, citado de la tesis “El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el nuevo Escenario Político y como su Afinidad Ideológica-Política pueden Incidir en la Población, Caso específico (Los Noticiarios Televisivos)”.

1.4.5.7.Objetividad e Imparcialidad en las Noticias

Televisivas

Si se quiere determinar el nivel de impacto de las noticias en la opción de voto de la población, es necesario partir del acontecimiento teórico de la objetividad e imparcialidad de las mismas. A menudo, la sociedad salvadoreña, se encuentra con noticias televisivas, son: comentarios, críticas u opiniones relativas a determinados hechos que son el sentir y pensar de los presentadores o periodistas, muy alejados del hecho real tal o como sucede, o sin que tales expresiones tengan una base sustentada en criterios técnicos, que son los que deberían determinar el grado de objetividad en la comunicación de los hechos y la imparcialidad que deben mostrar los profesionales de la materia periodística. La objetividad e imparcialidad de las noticias es un tema controversial, pues si los medios tienen una tendencia política e ideológica marcada, esto se refleja en el contenido o enfoque de la noticia; así también, el

factor económico es determinante para someter la objetividad e imparcialidad a la censura o desaprobación de los anunciantes o propietarios de los medios, que sacrifican este valor importante en la comunicación por salvaguardar los intereses que les permiten mantener los niveles de rentabilidad económica. Se puede decir que la objetividad en las noticias será más firme, si la fuente que las genera, tiene sustentación técnica que posibiliten defenderse ante los grupos de poder que siempre tratan de desvirtuar o desprestigiar una noticia cuando ven afectados sus propios intereses, especialmente cuando el hecho tiene incidencia en la opinión pública y máximo aún cuando se está cerca de un evento electoral.

1.5. Orígenes de la Ideología

Etimológicamente hablando, ideología es una palabra de origen griego compuesta por dos raíces que son ideos y logos, que en lengua castellana se explica como “tratado de las ideas”. Se conoce como ideología al modelo de creencias y conceptos que se propone explicar fenómenos sociales complejos, con el fin de dirigir y simplificar las opciones sociopolíticas que se ofrecen a los individuos y a los grupos. Esta definición sugiere la tendencia casi universal de los programas sociopolíticos, en un contexto polémico, a simplificar, es decir, falsear o deformar en alguna medida la realidad. En la época actual, se ha llegado a considerar que ideología es la ciencia del origen y clasificación de las ideas.

1.5.1. Concepto Contemporáneo de Ideología

La ideología es empleada por los autores en los más diversos sentidos y es casi imposible formular un concepto que englobe todos los atributos al término, pero dejando de un lado una serie de elementos doctrinales puede decirse que ideología “es la representación, en lo que se anticipan los intereses de un grupo de individuos y que proporcionan un criterio de acción”.⁵

El aspecto ideológico es una realidad objetiva indispensable a la existencia de toda sociedad; las ideologías pueden contener elementos de acontecimientos, pero en la mayor parte de ellas predominan los elementos que tiene una función de adaptación a la realidad. Los hombres viven sus relaciones con el mundo dentro de las ideologías. Es ella quien transforma su conciencia, sus actitudes y conductas para adecuarlas a sus tareas y sus condiciones de existencia. La conceptualización funcionalista entiende la ideología como un conjunto coherente de ideas y valores que orienta y dirige la acción de una determinada sociedad y, por tanto, cumple una función normativa respecto a la acción de los miembros de esa sociedad.

1.5.2. El Nacimiento de las Ideologías

Las ideologías surgen en situaciones de crisis y en sectores sociales para los

⁵ Earl Shaw. “Modern Competing Ideologies”, 1973, pág. 6



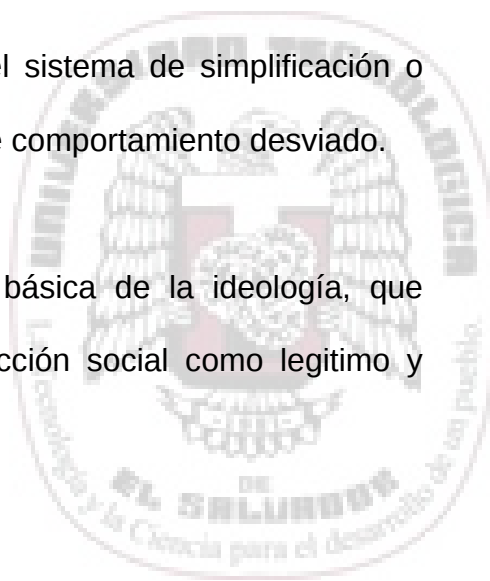
que la concepción del mundo imperante hasta entonces se ha hecho inaceptable. Aparece una ideología porque se experimenta la necesidad, no satisfecha por la concepción del mundo dominante, de una firme orientación de la conducta, de una legitimación del valor y de la dignidad de las personas que experimentan las necesidades.

1.5.3. Tipos de Ideología

Las ideologías pueden clasificarse en cuatro tipos:

- **Conservadora:** defiende el status quo en alguno de sus aspectos.
- **Contra ideológica:** consiste en exagerar la extensión del comportamiento desviado de que se trate, y proclamar que las personas más respetables practican la conducta objeto de condena, aunque lo oculten hipócritamente.
- **Reformista:** aboga por la reforma.
- **Revolucionaria:** propone un cambio en el sistema de simplificación o deformación, para justificar alguna forma de comportamiento desviado.

Los cuatro tipos ponen en relieve la función básica de la ideología, que consiste en definir un programa particular de acción social como legítimo y digno de apoyo.



1.5.4.Funciones de la Ideología

Se ha afirmado que la ideología cumple una serie de funciones tales como:

- Ofrecer una interpretación de la realidad.
- Suministrar esquemas prácticos de acción.
- Justificar el orden social existente y legitimar este orden como valido para todos, es decir, dar categoría natural a lo que es simplemente histórico.
- Ejercer en la práctica la relación de dominio existente.
- Reproducir el sistema social establecido.

1.5.5.La Ideología dentro de los Elementos de la Política

Las ideologías en un sentido político: son los enmascaramientos de la realidad política o económica. Es decir, sistemas de ideas que ocultan o revelan la realidad social o propósitos humanos. Julio César Grande, en su libro “La Influencia de la Televisión” cita que Karl Marx utilizó el término ideología para referirse a “ideas falseadas o simplificadas en defensa del status quo de un sistema social”.

1.5.6. Influencia Ideológica de los Medios de Comunicación

“Todavía se escucha decir que la ideología de los medios de comunicación responden a la ideología de sus propietarios”⁶. El fondo de esta expresión tiene una doble sustentación: por un lado, que los medios pertenecen a reducidos grupos, muchos de ellos familiares; y por otro, que los medios son transmisores de la ideología dominante. Es una realidad irrefutable, que sean grupos pequeños o familiares, los propietarios de los medios de comunicación.

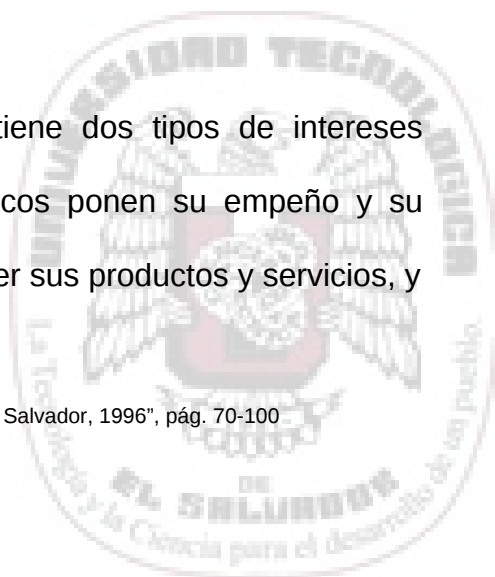
En El Salvador la información no acaba de ser del todo profesional, precisamente por las exasperadas ataduras, condicionamientos o presiones exógenos que ejercen una serie de sectores sobre el contenido noticioso de los medios de difusión. Esta situación invita a reflexionar sobre qué hacer para atenuarlas en beneficio del desarrollo de la profesión y de los usuarios de la información periodística.

1.5.7. El Papel de la Ideología en la Producción Noticiosa

Televisiva

La televisión como un medio de información, tiene dos tipos de intereses comerciales y políticos. Los publicitarios y políticos ponen su empeño y su deseo en este espacio televisivo, uno, para vender sus productos y servicios, y

⁶ Konrad Adenauer, Stiftung, “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador, 1996”, pág. 70-100



el otro para promover a los candidatos y sus ideas; esto se convierte en un polo de atracción de todas las miradas al comienzo de un espacio noticioso televisivo, con el afán de mantener un “rating” importante por parte de los consumidores y electores.

1.6.Origen de la Política

La política puede considerarse como una de las prácticas de la Grecia antigua. A Aristóteles pertenece la gloria de haber dado a la política un método preciso, sabio y completo, ya que para él, la política era la ciencia suprema, la ciencia maestra y la arquitectónica, porque comprendía en su dominio todas las otras ciencias prácticas, como la ciencia militar, la administrativa y la retórica. De acuerdo con Aristóteles, la política es la más subjetiva de las ciencias por lo complejo del proceder humano en su conjunto.

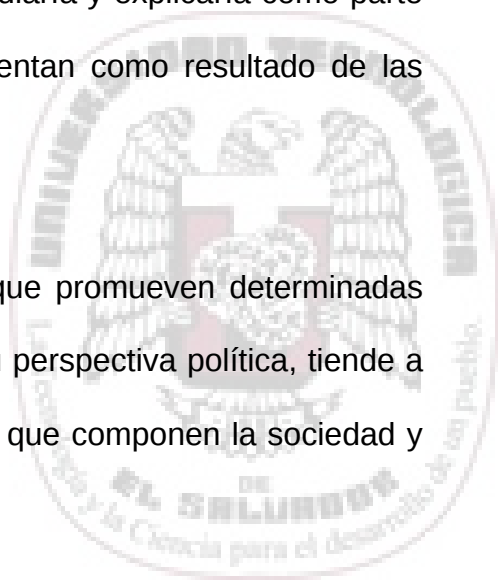
Desde los orígenes de la civilización, la vida social de las comunidades dependía de aquellos líderes y pensadores con grandes habilidades en el manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades para comunicar sus ideas y sus propósitos. Y si bien la exclusiva preocupación del hombre por la política y su difusión data del origen de las civilizaciones, ahora sigue siendo difícil conciliar intereses, lograr consensos o establecer una manera adecuada, equilibrada y equitativamente justa de comunicación, donde todos los ciudadanos logren manifestar sus intereses.

Por el contrario, el mundo actual se vuelve cada vez más complejo, los medios de comunicación ejercen un poder que sobrepasa las posibilidades del ciudadano común, y la política parece seguir siendo más el privilegio de ciertos grupos que el ejercicio donde todos participan por igual.

1.6.1.Comunicación Política

Seldon y Pennance en el “Diccionario de Economía” afirman que la política es como “la ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado”. Esta relación entre ambos no es posible sin el concurso de la comunicación, entender la vida política como un gran sistema de diálogos. De modo que gobernantes y gobernados, gobierno y oposición, mayorías y minorías incorporadas en sus interacciones el elemento comunicativo en todos los contenidos y temas de la ciencia política. En la actualidad, resulta difícil para cualquier político gobernar sin el concurso de los medios de comunicación social. La citada relación entre comunicación y política podría estudiarse desde varias disciplinas, como la sociología, la cual estudiaría y explicaría como parte de los fenómenos que, en la sociedad, se presentan como resultado de las interacciones de sus ciudadanos.

La psicología social indagaría las motivaciones que promueven determinadas actitudes en esa relación. La comunicación en su perspectiva política, tiende a buscar un mejor entendimiento entre los sectores que componen la sociedad y



entre ésta y su gobierno; además propiciará un sano equilibrio entre los medios de difusión, haciendo que cumplan con su cometido, ayudados por la política, en un clima de libertad y equidad.

No obstante, la comunicación política ha sido un concepto difícil de definir, ya que tradicionalmente ha estado cargado de numerosas controversias, ambigüedades e imprecisiones, algunos, en ese empeño por salir del compromiso, han creído más conveniente abordar dicha problemática desde la investigación y la delimitación de sus campos de estudios. Para el caso de la comunicación política, ésta ha surgido como consecuencia de una larga serie de implicaciones sociales; como un río cuyos cauces surgen de otros afluentes, entre los cuales están inicialmente la ciencia política (incluidos el derecho, la diplomacia y las relaciones internacionales) y la comunicación; pero también con aportaciones de la sociología y la psicología social. Así, la comunicación política se orienta a abordar fenómenos de liderazgo y poder en el campo de la función pública y de la influencia social, en cuanto a que se establecen relaciones entre quienes toman decisiones y sus subordinados, gobernantes y gobernados, instituciones y demandantes de servicios, candidatos y electores, etcétera.

En este caso, se definirá la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del

sistema político. Sin embargo, no se puede considerar que todo en la comunicación es político, pues esta definición sería demasiado vaga, amplia e imprecisa. Por ello, en los asuntos de la comunicación política incluye todos aquellos aspectos de la comunicación, cuyo propósito sea fijar reglas, normas, principios, órdenes y, en general, todo lo que contribuya a determinar una relación de poder entre los participantes de esa misma comunicación.

1.6.2.Función Política en la Comunicación

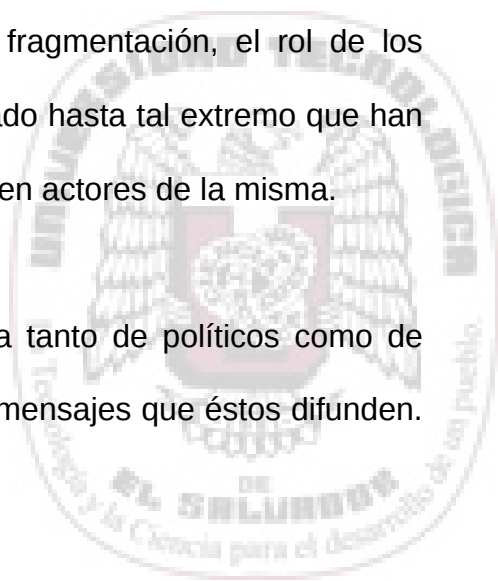
Los Medios de Comunicación tienen un gran poder para influir en las conciencias de los ciudadanos y para estar más cerca de ellos que los gobernantes. Generalmente cuentan con una enorme credibilidad por parte de los ciudadanos, por lo que uno de sus papeles es mediar entre la sociedad y el gobierno. Ocurre, en ocasiones, que quienes dirigen el medio tienen otras aspiraciones, principalmente de formar parte del poder político, por lo que aprovechan su influencia para lograr este objetivo. Lo pueden hacer de muy diversas maneras: mediante su relación con el gobernante en turno, por su influencia en los círculos del poder, o por integrarse a un partido político y apoyarlo a través de los espacios de su medio.

Los medios de comunicación tienen el deber de informar los acontecimientos de interés público, y la sociedad, de exigir veracidad en los contenidos, honestidad y respeto, tanto para sí misma como para sus instituciones, con la finalidad de

promover valores que favorezcan su desarrollo. En cuanto al sector político, éste con frecuencia busca la manera de difundir su información a través de otros canales más directos y democráticos hacia el ciudadano, además de los medios tradicionales. Por lo tanto, la información que se presente en los medios se deberá equilibrar de tal manera que permita crear una comunidad informada sobre su acontecer, sin sobrepasar los límites de responsabilidad y los roles que le corresponden a ellos y al poder político. De cualquier forma, los medios han cumplido una función política en cuanto a que ponen en contacto a gobernantes y gobernados, mediante procesos de emisión y recepción de mensajes, como se ha considerado ya en la definición de comunicación política.

La función de los medios de comunicación es mediadora, pues permite la difusión de mensajes de los poderes públicos y, a su vez, muestran el efecto de éstos en la comunidad; además son voceros que recogen el sentir popular hacia sus gobernantes. El actual desarrollo de la civilización impone nuevas exigencias al desempeño de viejas tareas. En la actualidad en sociedades caracterizadas por una creciente complejidad y fragmentación, el rol de los medios de comunicación en política ha evolucionado hasta tal extremo que han pasando de ser meros informadores a convertirse en actores de la misma.

Todo ello redunda en una creciente dependencia tanto de políticos como de votantes sobre los medios de comunicación y los mensajes que éstos difunden.



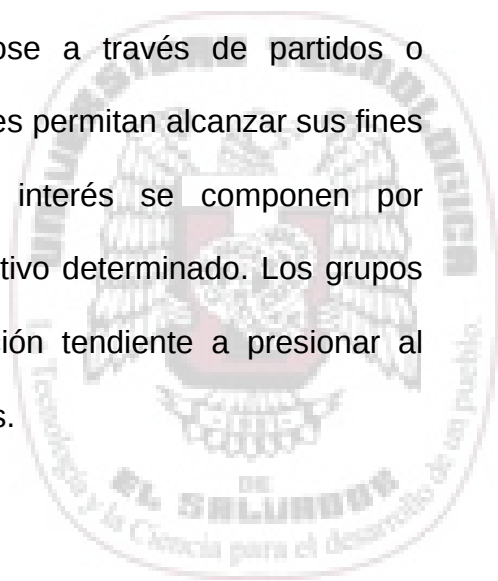
Es difícil imaginar hoy una sociedad sin medios de comunicación masiva, pero sus funciones deben estar orientadas hacia la verdad y el bien común, más allá de intereses particulares. De hecho, toda la actualidad de la vida pública debe estar apoyada por los medios. El gobernante difícilmente puede estar en contacto con sus ciudadanos sin el concurso de los medios. La inmediatez con que algunos de éstos llegan a más personas, en zonas cada vez más amplias, les otorga, a la vez que poder, una gran responsabilidad. Las formas de comunicación, sin embargo, han sufrido un cambio radical. Comunicar masivamente representa hoy un gran compromiso social. Ello hace necesario un código de esta actividad, que haga posible el traspaso de lo ético a la norma jurídica capaz de derivar en justicia. Por ello, los medios mismos han procurado legitimar su compromiso con la sociedad, para la cual algunos han establecido códigos de ética.

Los medios de comunicación masiva no son necesariamente transmisores de verdades, sino referentes. En alto grado de confiabilidad que sus auditorios les otorga les hacen parecer como los dueños absolutos de la verdad o, por lo menos, como que su función representa verdades incuestionables. Sin embargo, debe ser el receptor quién analice con sentido crítico el contenido que percibe a través de ellos, con la finalidad de aplicar su criterio de veracidad, otorgándole la importancia y trascendencia que les corresponde. En ellos está presente el carácter público, entendido como valor político de la información. El

periodista es protagonista central al que le corresponde la observación de los principios éticos. Sin embargo, debe ser el ciudadano el más obligado a vigilar y a exigir que los medios de comunicación, y quienes intervienen en ellos, se manejen de manera sana, responsable y equitativa, pues muchas veces el periodista recibe presiones que pueden modificar negativamente su empleo, familia y desarrollo personal. Los medios de comunicación social tradicionalmente han fungido como mediadores sociales, dejando poca participación a la sociedad, sobre todo cuando se trata de cuestiones políticas. En ocasiones, pareciera que más bien cumplen de manera implícita los lineamientos del poder oficial establecido. Sin embargo, el freno a la cultura participativa impuesto y promovido por los medios ha sido cuestionado por los ciudadanos que reclaman un papel menos pasivo como audiencia y ante productor de contenidos sobre temas que afectan su vida pública.

1.6.3. Los Grupos de Poder, de Interés y de Presión

Los grupos de poder están formados por ciudadanos que intentan alcanzar el poder de alguna manera, ya sea organizándose a través de partidos o sindicatos, o estableciendo alianzas entre sí que les permitan alcanzar sus fines o mantenerse en el poder. Los grupos de interés se componen por agrupaciones de ciudadanos que buscan un objetivo determinado. Los grupos de presión constituyen una forma de organización tendiente a presionar al gobierno para que sus demandas sean satisfechas.

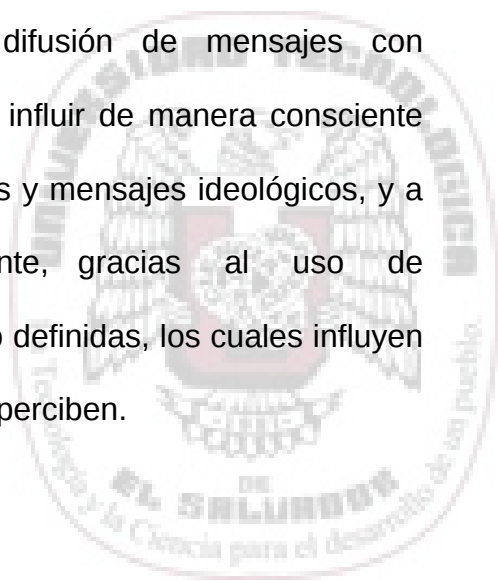


Los grupos de presión suelen ejercer considerable influencia en los medios. Así, por ejemplo, si un medio de comunicación da cabida a cierta tendencia de opinión en contra de los daños ecológicos que ocasionan algunas empresas que se anuncian en el mismo medio, puede verse presionado por éstas con la amenaza de cancelar su publicidad.

En el caso de la presión ideológica referido a grupos u organizaciones que pudieran igualmente influir ampliamente para cambiar alguna política o tendencia de opinión, con base en su poder en el terreno de las ideas. Los medios usan efectos técnicos para elaborar mensajes que esconden sus verdaderas intenciones, enmascarando la representación de sus contenidos, elaborando formas que luego serán asociadas en el cerebro del receptor mediante procesos de razonamiento, pretendiendo cumplir la función de ser estímulos que generan respuestas específicas como consumo, votación, preferencias, admiración, simpatía, etc.

También se presentan en:

- Campañas políticas que mediante la difusión de mensajes con información sobre su ideología, pretenden influir de manera consciente sobre sus receptores, a través de discursos y mensajes ideológicos, y a veces también de manera subconsciente, gracias al uso de símbolos, colores y representaciones no definidas, los cuales influyen en las actitudes y opiniones de quienes los perciben.

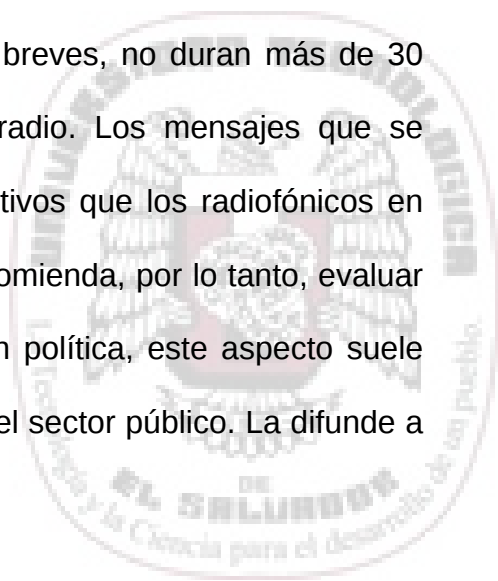


- Las informaciones de los medios que muchas veces esconden sus verdaderas intenciones, o bien, muestran tendencia hacia ciertos partidos o candidatos. A través de estas informaciones, se intenta manipular la opinión de los receptores no adiestrados en la detección de argumentos que apoyan ciertos intereses. También ocurre que, cuando el público no tiene formado su criterio para validar o contrastar los datos que se le presentan, suele aceptarlos.

1.6.4.Los Mensajes Políticos en Televisión

La televisión es un medio muy poderoso de uso común y generalizado en las sociedades modernas. Se podría afirmar que, de acuerdo con las estadísticas, en cada hogar existe al menos un aparato de televisión que es visto, siguiendo una cifra conservadora, entre dos y seis horas diarias, lo cual varía según la edad, el género del espectador, el día de la semana, e incluso la época, pues, por ejemplo, durante los torneos de fútbol la audiencia aumenta.

Los mensajes de campañas políticas suelen ser breves, no duran más de 30 segundos, pues el costo es mayor que en la radio. Los mensajes que se transmiten por el medio televisivo son más atractivos que los radiofónicos en algunos casos, aunque no siempre es así. Se recomienda, por lo tanto, evaluar el factor costo-beneficio. En cuanto a información política, este aspecto suele cubrir gran cantidad de eventos y declaraciones del sector público. La difunde a



través de sus noticieros y programas especiales; además del tiempo que por ley debe destinar a la difusión de los programas de los partidos políticos.

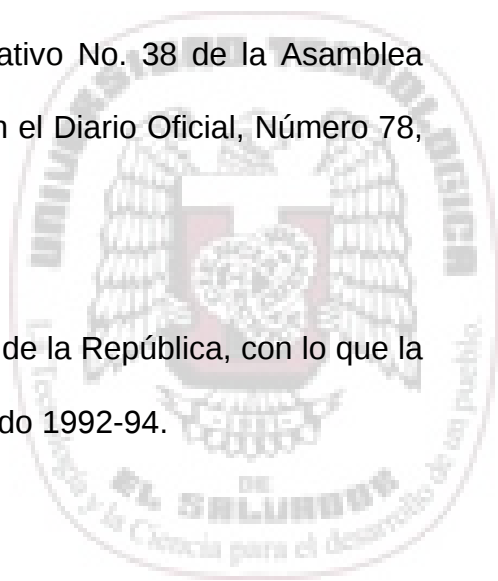
1.7. Tribunal Supremo Electoral (TSE)

El Tribunal Supremo Electoral es el resultado de las negociaciones entre el Gobierno de El Salvador (GOES) y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), plasmado en los Acuerdos de Paz de 1992, con los que se pone fin a la guerra civil.

Durante las conversaciones previas de abril de 1991, efectuadas por las partes negociadoras en México, se acordó que dentro del paquete de reformas constitucionales, se creara un Tribunal Supremo Electoral, que sustituyera al entonces Consejo Central de Elecciones (CCE), esta institución sería la más alta autoridad administrativa y jurisdiccional en material electoral.

Estos acuerdos, alcanzados en México, fueron plasmados en las Reformas Constitucionales aprobadas en el Decreto Legislativo No. 38 de la Asamblea Legislativa del 29 de abril de 1991. Y publicado en el Diario Oficial, Número 78, tomo 11 del 30 de abril de 1991.

El artículo reformado fue el 208 de la Constitución de la República, con lo que la primera administración del TSE inicia para el periodo 1992-94.



1.7.1.Funciones del Tribunal Supremo Electoral

Según los Arts. 79 y 80 del Código Electoral, aprobado mediante decreto legislativo No. 417 de diciembre de 1992, el TSE tiene 2 funciones básicas:

Una **Función Administrativa**, que consiste en organizar y administrar los 4 tipos de elecciones directas que existen en el país:

- a) Presidente y Vicepresidente de la República
- b) Diputados a la Asamblea Legislativa
- c) Diputados al Parlamento Centroamericano
- d) Concejos Municipales

Una **Función Jurisdiccional**, que consiste en impartir justicia electoral, o en otras palabras, garantizar el cumplimiento del Estado de Derecho, impartiendo justicia en casos como las demandas de los ciudadanos ante la violación de sus derechos electorales. También el Tribunal Supremo Electoral vela por el fiel cumplimiento de la Constitución y Leyes que garanticen el derecho de organización y participación política de los ciudadanos y partidos políticos.

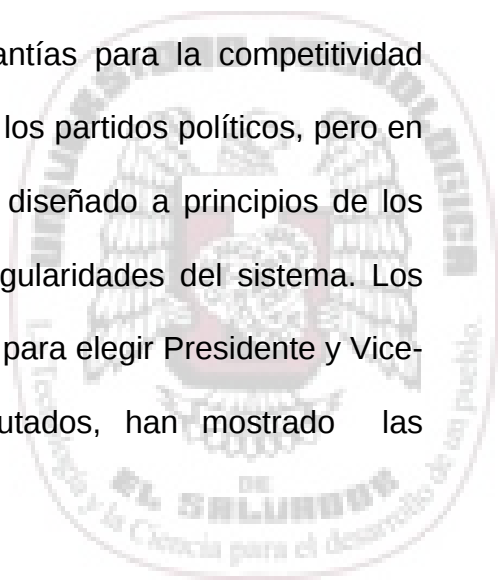
Además se encarga de llevar el Registro Electoral debidamente actualizado, lleva el registro de partidos políticos inscritos, coaliciones, candidatos para Presidentes y Vicepresidente de la República, Diputados al Parlamento Centroamericano, Asamblea Legislativa y Concejos Municipales.

1.7.2. Los Procesos Electorales en El Salvador

Los Acuerdos de Paz, sentaron las bases para el inicio de la transición democrática en el país. La apertura política hacia el pluralismo y desarrollo de la competencia representativa, abrieron posibilidades inéditas para el pueblo salvadoreño, de construir un futuro de paz cimentado en la justicia social, el desarrollo humano sostenible y el respeto a los derechos esenciales de los hombres y mujeres de El Salvador.

Durante la última década del siglo, el país ha asistido a la implementación de procesos cívicos electorales, los cuales han permitido, en medio de dificultades, avanzar a la transición hacia la consolidación definitiva de un sistema democrático, fundamentado en la libre participación de todas las expresiones político ideológicas de la sociedad, el respeto y tolerancia al disenso y la observación de las reglas fundamentales de la competencia electoral justa, transparente y con apego a la legalidad.

La reforma legal buscó incorporar mejores garantías para la competitividad electoral y fortalecer la capacidad fiscalizadora de los partidos políticos, pero en general, se construyó sobre la base del sistema diseñado a principios de los años ochenta, manteniendo inconsistencia e irregularidades del sistema. Los procesos electorales efectuados a partir de 1994, para elegir Presidente y Vice-Presidente y tres para elegir Alcaldes y Diputados, han mostrado las



limitaciones e inconsistencias del sistema, sobretudo en materia de registro de electores y facilidades para el ejercicio del sufragio. Por otra parte, la experiencia ha reflejado las dificultades de los organismos electorales y poca eficacia en la administración de la justicia electoral.

Aún cuando las dificultades mencionadas no han impedido el reconocimiento a la legitimidad de las elecciones y sus resultados, diversos sectores han impulsado propuestas de reformas electorales. Desde 1992, tres misiones técnicas integradas por expertos electorales, nombrados por las Naciones Unidas, han evaluado el sistema electoral salvadoreño y han presentado importantes conclusiones, las cuales en lo fundamental, constatan diversas limitaciones e inconsistencias, presentando a su vez distintas recomendaciones para la modernización del sistema. A pesar de ello, muy poco se ha logrado en ese sentido y solo hay que destacar la creación del Registro Nacional de las Personas Naturales, con el propósito de desarrollar un sistema centralizado de los asientos del registro civil y la emisión de un Documento Único de Identidad. Sin embargo, su desarrollo ha sido dilatado por limitaciones presupuestarias y la falta de una clara voluntad política de apoyo para su fortalecimiento.

1.7.3.Las Instituciones Electorales

En su sentido más amplio, el sistema electoral se entiende como el conjunto de normas jurídicas jerarquizadas, que definen sujetos, derechos y obligaciones,

procedimientos e instituciones, necesarios para la realización de los procesos electorales, mediante los cuales se elige a los gobernantes en las democracias representativas. Las instituciones son las estructuras que definen la acción política, como tales se asientan en factores culturales, sobre los cuales se desarrolla la cultura política en una sociedad determinada.

La cultura política puede entenderse como “el sistema de creencias empíricos, símbolos expresados y valores que definen la situación donde la acción política se lleva a cabo”.⁷ En El Salvador, se han dado sucesivos eventos electorales y luego de los Acuerdos de Paz se ha elevado la credibilidad de los mismos, la falta de una cultura política democrática y la fragilidad de las instituciones, generaron históricamente las condiciones para la manipulación y control de los procesos electorales en función de un sistema de gobierno autoritario y excluyente de la voluntad popular. Los Acuerdos de Paz, sentaron las bases de la nueva institucionalidad, permitiendo avanzar en el desarrollo de la transición democrática. Sin embargo, al no tener las nuevas instituciones el sustento de una cultura política democrática, han experimentado un estancamiento y muestran evidentes signos de agotamiento para responder a las demandas de la consolidación democrática.

⁷ Peschard Jacqueline. “La Cultura Política Democrática. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática”. No. 2, Segunda Edición. Instituto Federal Electoral. Agosto 1995, México DF.

El desarrollo de la democracia requiere cambios en las estructuras sociales y la cultura política, además de la estabilidad y seguridad económica. Sin duda se puede afirmar que la cultura política es un factor decisivo ligado al desarrollo económico y la democracia moderna.

El fortalecimiento de las instituciones democráticas depende mucho de los niveles de satisfacción de los ciudadanos respecto a la realidad, lo cual hace posible relaciones interpersonales y colectivas basadas en la confianza y tolerancia, posibilitando en la población actitudes de rechazo a los cambios abruptos y radicales.

La organización y administración de las elecciones es de entera responsabilidad del TSE, juntamente con los organismos temporales de menor jerarquía. El objetivo es garantizar la seguridad, eficacia y transparencia de los procesos electorales y sus resultados. Al Tribunal Supremo Electoral le corresponde resolver lo relativo al contencioso electoral (llamado así, en ciertos países, al complejo de normas electorales que están sometidas a la garantía de su regularidad mediante órganos judiciales).

1.7.4.El Sistema de Partidos Políticos en El Salvador

Para efectos del presente trabajo se entenderá que los partidos políticos son aquellas agrupaciones de naturaleza política que se proponen alcanzar el poder



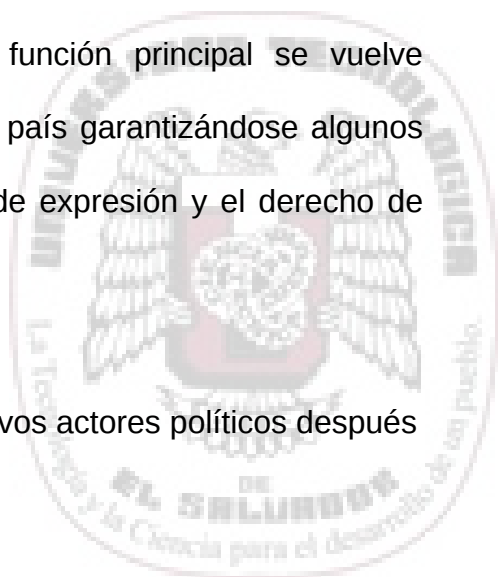
del Estado a través de procesos electorales libres y democráticos. Si bien este es un concepto restringido, se ha considerado responder adecuadamente a las exigencias de un análisis del proceso político salvadoreño durante el periodo posterior a la firma de los Acuerdos de Paz, ya que estos abrieron el proceso para la construcción del sistema de partidos en El Salvador, orientándolo hacia un multipartidismo con participación de todas las corrientes político-ideológicas.

El comportamiento electoral de los partidos políticos a partir de 1994, ha mostrado la tendencia a redefinir el sistema de partidos como multipartidario pero con una polarización bipartidista entre ARENA y el FMLN.

1.7.5.El Nuevo Escenario Político

Se entenderá como nuevo escenario político, la nueva situación socioeconómica y política que se vive en El Salvador, a partir de la firma de los Acuerdos de Paz. A raíz de este suceso se da una mayor apertura a los medios de comunicación social en donde su función principal se vuelve imprescindible para el desarrollo democrático del país garantizándose algunos derechos fundamentales, entre éstos la libertad de expresión y el derecho de ser informados.

Como ejemplo se puede mencionar que los nuevos actores políticos después



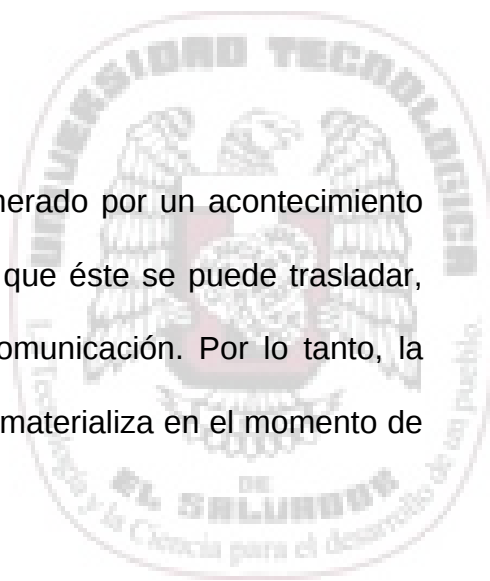
de la firma de los Acuerdos de Paz entre otros es la participación de los dirigentes del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), que se convirtieron en un partido político y desde entonces han participado en todos los procesos electorales, existiendo hoy en día representatividad de todas las tendencias política tanto en la Asamblea Legislativa como en varios municipios del país.

1.7.6.Las Elecciones como un Proceso de Comunicación

Las elecciones partidistas son consideradas como el acontecimiento político de mayor trascendencia en la vida democrática de un pueblo, debido a que es la única forma legítima de desarrollar la alternancia y reproducción del poder político.

Durante un periodo electoral la mayor parte de la población tiene diversas expectativas y esperanzas de que el resultado obtenido en los comicios cumpla con las promesas hechas durante la campaña electoral, a través de los protagonistas del mismo.

Al encontrarse ante un proceso comunicativo generado por un acontecimiento político, como es el proceso electoral, es notorio que éste se puede trasladar, sin ninguna dificultad, al modelo clásico de la comunicación. Por lo tanto, la culminación del sistema democrático pluralista se materializa en el momento de



la celebración de los comicios, es decir, cuando el ciudadano, mediante la emisión de su voto, confiere al elegido el poder de representación para intervenir en los asuntos públicos.

Los valores del sistema democrático en referencia se fundamentan sobre el principio de que los representantes, libre y voluntariamente elegidos por los ciudadanos, toman decisiones políticas de gobierno. En el caso de la conducta de voto, el ciudadano para poder expresarse en un determinado sentido, necesita de la previa disposición de argumentos, para llegar al convencimiento personal de obrar de acuerdo con sus propios intereses. Esa disposición es propiciada, innegablemente, a través de los Medios de Comunicación.

