

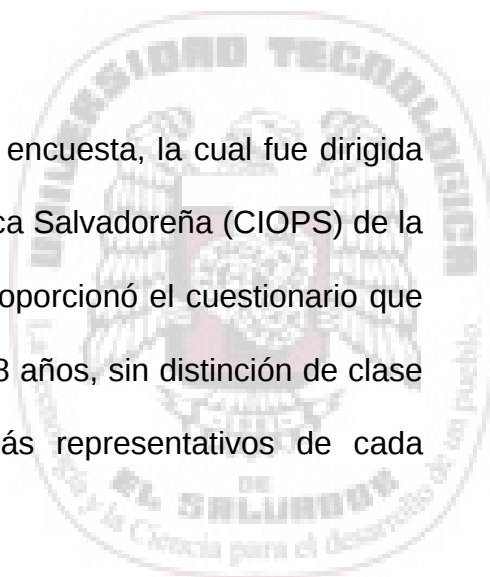
CAPÍTULO II

Investigación de Campo 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

2.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se empleó en el proceso de recolección de información fue a través de una guía de entrevista, en la cual se pretendió abordar a 3 personas que laboran en el telenoticiero Cuatro Visión (el director y dos periodistas) para conocer su opinión respecto al papel que desempeñan los telenoticieros dentro de la sociedad salvadoreña; además se entrevistaron 7 docentes del área de comunicaciones de diferentes universidades de prestigio ubicadas en San Salvador, que cuentan con la carrera de Comunicaciones, con el propósito de saber su opinión acerca del tema investigado.

Este estudio contó también con el apoyo de una encuesta, la cual fue dirigida por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador, quien proporcionó el cuestionario que se administró a hombres y mujeres mayores de 18 años, sin distinción de clase social, que transitaba por los 7 municipios más representativos de cada



departamento del país. Seguidamente se procedió a la tabulación, análisis e interpretación de los diferentes datos obtenidos y a la presentación de los resultados.

2.1.Objetivo

Identificar la influencia ideológica del telenoticiero Cuatro Visión en el comportamiento de los votantes en periodo de elecciones.

2.2.Diseño de la Investigación

La investigación que se realizó fue de carácter descriptivo, ya que se contó con material de apoyo bibliográfico. Además, se encontraron a nivel internacional estudios que hacen mención, en forma general, de la función que ejercen los medios de comunicación en las sociedades; también se tomaron en cuenta otros estudios realizados en El Salvador por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), en diciembre de 1999. Dichos estudios confirmaron que “los medios de comunicación social forman parte fundamental de los periodos eleccionarios, ya que la mayoría de las personas encuestadas manifestaron que prefieren informarse a través de los noticiarios televisivos, aunque reconocen que éstos favorecen la tendencia ideológica a la cual responden o se inclinan sus propietarios”, citado de la tesis “El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el Nuevo Escenario Político y cómo su Afinidad Ideológica- Política puede Incidir en la Población, Caso Específico

(Los Noticiarios Televisivos)” presentado por María Mirtala Peñate. Por medio de esta forma se pudo comparar, de alguna manera, las investigaciones anteriores con la que presente y obtener con ello, un mejor resultado.

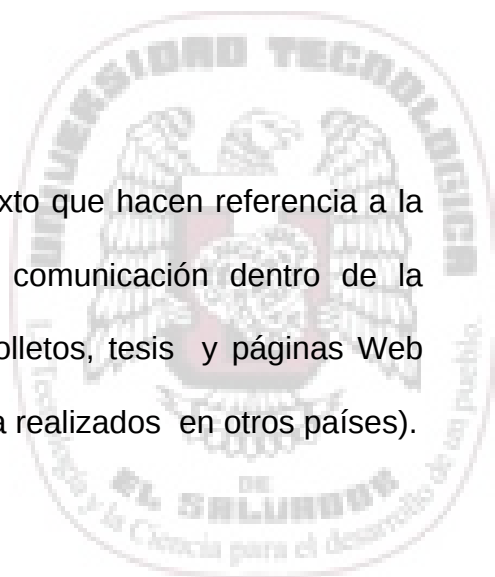
2.3. Fuentes de Información

➤ Primarias:

Para este estudio se tomó en cuenta las opiniones brindadas por expertos en la materia, tales como: 7 catedráticos del área de comunicaciones de universidades ubicadas en San Salvador las cuales son: Universidad Dr. José Matías Delgado, Universidad de El Salvador, Universidad Tecnológica y Escuela de Comunicación Mónica Herrera; así como también se quiso conocer las opiniones del director de Noticias Cuatro Visión y de dos reporteros. Además se tomó en cuenta la información brindada por hombres y mujeres mayores de 18 años que transitaba por los 7 municipios más representativos de cada departamento del país.

➤ Secundarias:

Se encontró información en libros de texto que hacen referencia a la función que ejercen los medios de comunicación dentro de la sociedad; así como también revistas, folletos, tesis y páginas Web (donde se encontraron estudios del tema realizados en otros países).



2.4.Unidades de Análisis

El conjunto de individuos que formaron parte del universo para la investigación fue:

- Telenoticiero Cuatro Visión
- Catedráticos
- Población en general

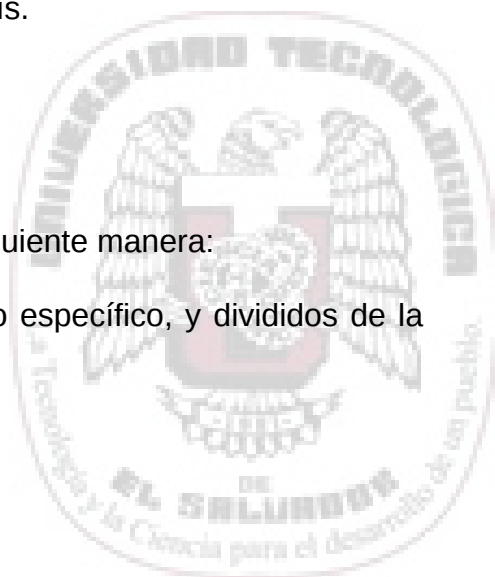
2.5.Sujetos de Estudio.

Se trató de abordar a 3 personas (el director y dos periodistas) que laboran en el telenoticiero Cuatro Visión, pero el acceso a dicha institución fue denegado; así como también se entrevistaron a 7 catedráticos del área de comunicaciones. También se contó con el apoyo del Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica, el cual realizó una encuesta a nivel nacional que fue dirigida a todas aquellas personas mayores de 18 años, ya sean hombres o mujeres que transitaba por los 7 municipios más representativos de cada departamento del país.

2.6.Determinación del Universo

El universo de la investigación se dividió de la siguiente manera:

- 10 personas contempladas dentro del caso específico, y divididos de la siguiente manera:



- Personal del telenoticiero Cuatro Visión (3)
 - Catedráticos del área de comunicaciones (7)
- Población en general (1,806): Este estudio tuvo la ayuda del CIOPS, el cual realizó una encuesta a nivel nacional; para ello, se contó con un universo finito, tomando en cuenta la información proporcionada por el Ministerio de Economía, a través del Censo Nacional de la Población y Vivienda, el cual fue de 5,118,599 habitantes, correspondiente a 1992.

2.7.Cálculo de la Muestra

El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), utilizó una fórmula, debido a que se empleó el muestreo por conglomerados, y seguidamente se distribuyó la muestra por cuotas en los 14 departamentos de acuerdo al porcentaje de cada uno en relación a la población real.

Es por ello que se tomó como base la siguiente fórmula finita:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{(N-1) E^2 + Z^2 PQ}$$



Donde:

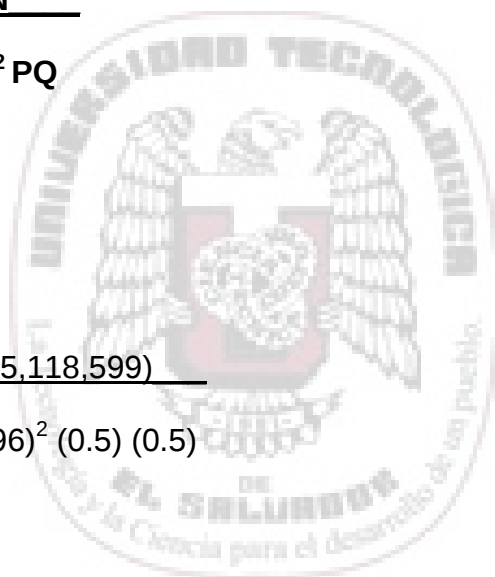
n = Tamaño de la muestra	(1800)
Z = El nivel de confianza	(1.96)
P = Probabilidad de éxito	(0.5)
Q = Probabilidad de fracaso	(0.5)
E = Error muestral	(0.025)
N = Universo	(5,118,599)

Desarrollando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{(N-1) E^2 + Z^2 PQ}$$

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (5,118,599)}{(5,118,599-1)(0.025)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$



$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (5,118,599)}{(5,118,598) (0.000625) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{4,915,902.48}{(3,199.12375) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{4,915,902.48}{3200.08415}$$

$$n = 1,536 \text{ aproximándolo a}$$

$$n = 1,540 \text{ Habitantes}$$

De acuerdo al cálculo efectuado anteriormente, el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador determinó que la muestra a considerar era de **1,806 personas**.



Se distribuyó la muestra entre los catorce departamentos del país, los cuales estuvieron divididos en 5 sectores, detallándose a continuación:

Sector	Departamento	Población	Porcentaje	Muestra	Total
1	San Salvador	1,512,125	29.54%	532	532
2	Santa Ana	458,587	8.96%	161	380
	Sonsonate	360,183	7.04%	127	
	Ahuachapán	261,188	5.1%	92	
3	La Libertad	513,866	10.04%	181	306
	Chalatenango	177,320	3.43%	62	
	Cuscatlán	178,502	3.5%	63	
4	Cabañas	138,426	2.7%	49	294
	San Vicente	143,003	2.8%	50	
	Usulután	310,362	6.06%	109	
	La Paz	245,915	4.8%	86	
5	Morazán	160,146	3.13%	56	288
	San Miguel	403,411	7.9%	142	
	La Unión	255,565	5.0%	90	
Totales		5,118,599	100%	1,800	1,800

2.8. Técnicas de Investigación

En el estudio de campo se utilizaron 2 tipos de técnicas para recolectar los datos, las cuales fueron:

- **Entrevista:** Se administró una guía a 7 docentes del área de comunicaciones de diferentes universidades para que brindaran sus apreciaciones respecto al tema planteado (ver anexo # 1).
- **Encuesta:** Fue proporcionada y supervisada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (ver anexo # 6).

2.9. Descripción de Instrumentos

Para sustentar la investigación se elaboraron 2 clases de guías de entrevistas estructuradas, una para el personal que labora en el telenoticiero Cuatro Visión (ver anexo # 3) y la otra para catedráticos del área de comunicaciones (ver anexo # 1) de diferentes universidades, la cual constaron de 13 preguntas cada una.

Para el estudio a nivel nacional el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador, diseñó

tres cuestionarios diferentes (ver anexo # 6) para evaluar la opinión pública. Cada cuestionario contenía preguntas cerradas, dándoles a conocer las categorías de respuesta y esto permitió obtener la información necesaria.

2.10. Presentación de Resultados

Para efectos de comprensión, se presentan los resultados obtenidos de la investigación de campo:



2.10.1. Matriz de Entrevista dirigida a los Catedráticos del Área de Comunicaciones

DATOS				
GENETALES	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
Cargo	Coordinador de Investigación Escuela de Comunicaciones y Coordinador de Post Grado	Decano de Arte y Cultura	Docente hora clase	Docente del Departamento de Periodismo
Empresa	Universidad Dr. José Matías Delgado	Universidad Tecnológica de El Salvador	Escuela de Comunicación Mónica Herrera	Universidad de El Salvador

DATOS			
GENETALES	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
Cargo	Docente y miembro de la Junta Directiva de la Facultad de Periodismo.	Docente Universitario	Director General y Docente hora clase
Empresa	Universidad de El Salvador	Universidad Tecnológica de El Salvador	Canal 33 y Universidad Tecnológica de El Salvador

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
1. De los medios de Comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es de su preferencia?	Todos, ya que mi trabajo es investigativo.	La radio por su cobertura; pero también la televisión, por ser de mayor impacto, ya que combina imagen y sonido.	Prensa escrita porque permite reflexionar lo que uno lee.	Televisión porque posee mayor cobertura y es instantánea.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
1. De los medios de Comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es de su preferencia?	Televisión, por cuestión de tiempo.	Televisión, porque es completa y dinámica.	Televisión. Por la falta de tiempo es más fácil utilizar la televisión para poderse informar.

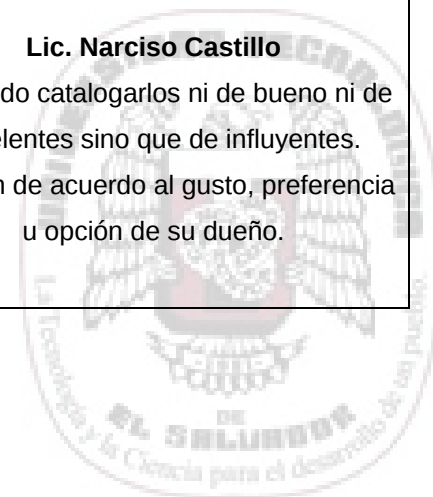


PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?	Sí, porque pasan algunas cosas del país, no todo es estrictamente inventado. No, por el acercamiento que a veces le dan a los hechos que va de lo superficial a lo estrictamente ideológico.	No, la objetividad es la que pretende reflejar la realidad tal y como es; pero la radio, televisión y prensa pertenecen a la propiedad privada y obedecen a intereses del propietario.	No, porque tienen una posición ideológica que defender y por lo tanto que apoyar.	La objetividad siempre ha sido relativa, lo que podría cuestionarse es si informan parcial o imparcial.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?	No porque tienen sus tendencias y preferencias políticas. Los dueños de los medios determinan la línea editorial e informativa.	No, porque todos tienen intereses económicos y partidistas de por medio.	Yo creo que no, porque son muy politizados, es muy importante la opinión política de sus propietarios y eso influye mucho. Los directores son sirvientes de la ideología de los dueños de comunicaciones y eso hace que sean opiniones muy sesgadas.

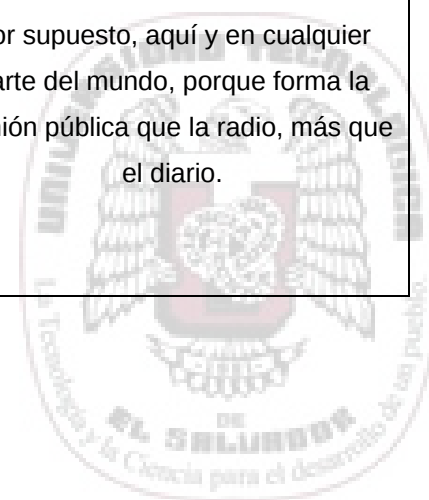
PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?	Malo, porque ellos crean los hechos noticiosos con relación a las elecciones. Excelente en términos económicos porque es el periodo donde ganan mucho dinero.	Malo, porque en lugar de orientar desorientan con sus intereses de campos pagados por las grandes empresas y partidos políticos. Excelente porque cubren cualquier cosa en cualquier momento.	Depende de que posición ideológica se encuentren los medios.	Bueno, porque el tinte propagandístico que tiene la información noticiosa en los medios incide directamente en la atención del público. La televisión tiene una influencia poderosa en periodos electorales, es allí el peligro de la manipulación de la información, ya sea a favor o en contra.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?	Malo, porque los medios lo que hacen es enfilarse hacia una tendencia política con un partido.	Bueno, porque presentan información relativamente completa, aunque siempre orientada a favorecer al partido con cuya ideología se identifican.	No puedo catalogarlos ni de bueno ni de excelentes sino que de influyentes. Influyen de acuerdo al gusto, preferencia u opción de su dueño.



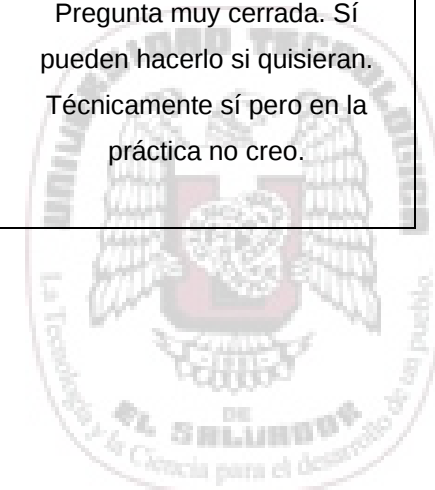
PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?	Sí, porque se constituyen como una fuente de información para la población.	Sí, el problema es quién descodifica los mensajes.	Sí, porque a veces independientemente del papel ideológico que tenga cada medio, en determinados momentos algo tienen que decir de real, pues algunos casos de corrupción han salido a luz pública y han sido producto de varias denuncias hechas por los medios de comunicación.	Sí, los noticieros son una forma inmediata para mantenerse informado, pero la misma fugacidad de la nota por televisión no permite ahondar ciertos aspectos.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?	Para el medio y la empresa privada es importante, pero el grueso de la sociedad generalmente es víctima de los medios de comunicación.	Sí, porque es el medio por el cual la mayoría de los salvadoreños nos informamos de lo que ocurre en nuestro país y el mundo.	Por supuesto, aquí y en cualquier parte del mundo, porque forma la opinión pública que la radio, más que el diario.



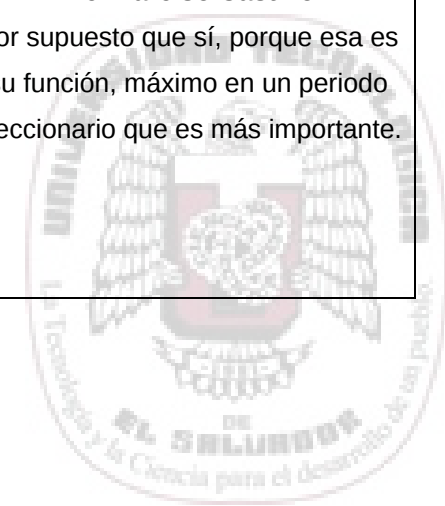
PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?	No están capacitados por razones ideológicas y profesionales, están bastante limitados y no tienen la formación para tratar los temas.	Pueden estar capacitados y ser profesionales, el problema es a la hora de dar los mensajes, que son de interés de la gran empresa y en ese sentido se pierde.	Sí, técnicamente y profesionalmente están capacitados, el problema es que se anteponen los intereses económicos.	No, creo que ningún medio está capacitado para informar objetivamente.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?	El problema no es de capacitación sino de tendencias y líneas editoriales.	No, porque hay muchos intereses de por medio, casi indestructibles.	Pregunta muy cerrada. Sí pueden hacerlo si quisieran. Técnicamente sí pero en la práctica no creo.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tiene el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?	Sí, pero deberían ofrecer información especializada, como por ejemplo: debates entre partidos políticos, periodismo investigativo, etc.	Sí, tienen la obligación de informar, entretener y educar; pero en realidad la función es económica.	Tienen ese deber por cuestiones éticas, pero el problema es el choque de la ética-moral con la realidad. Teóricamente tienen el deber pero la práctica es otra cosa.	Claro, comenzando con TSE que debería hacer una campaña informativa, sobre todo para disminuir el índice de abstencionismo.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tiene el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?	En periodos y no periodos, debe ser una tarea permanente en el planteamiento del deber ser.	Sí, por sus cinco roles básicos: 1)Informar 2)Educar 3)Entretener 4)Fiscalizar las acciones públicas 5)Proyectarse socialmente.	Por supuesto que sí, porque esa es su función, máximo en un periodo eleccionario que es más importante.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
7. ¿Cree usted que la ideología política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?	Claro que la ideología política influye.	Influye de gran manera, porque definitivamente la ideología es lo que mueve a las personas a actuar y comportarse de determinada manera.	Indiscutiblemente que sí, en primer lugar por intereses económicos, ideológicos e incluso religiosos.	Claro que sí, porque al público ya no se le puede engañar, ya que identifica que tal noticiero es partidario de tal ideología o causa política.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
7. ¿Cree usted que la ideología política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?	Por supuesto que influye en la población porque le dan una orientación ideológica en la información.	Sí, porque el tratamiento de toda información se hace con “autocensura”, la que obedece a los intereses del medio. Hay que informar, pero si la información perjudica directa o indirectamente al medio, se censura.	Sí influye por lo que dije anteriormente.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
8. ¿Está de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?	No, demasiado saturan de propaganda.	No podría opinar porque tendría que tener una especie de conocimiento objetivo de cuanto es el espacio que se le brinda a la noticia.	Se supone que una noticia debe ser bastante balanceada, pero específicamente Cuatro Visión no hay posibilidad del contraste de opinión.	No, porque hay mucha saturación de espacios políticos, y todo el tiempo el gobierno hace proselitismo divulgando las obras públicas que realiza con campañas, eslogans, frases, etc. y el público termina estresado.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
8. ¿Está de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?	Evaluar esta parte es muy difícil en este momento, pero los partidos mayoritarios, principalmente el partido de gobierno, tiene los espacios establecidos.	No, es demasiada. Hay una sobresaturación de mensajes.	Sí le dan los suficientes espacios, yo creo que generalmente todos los medios del país le dan suficiente espacio del acontecer electoral.

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?	No, porque la gente percibe que es mentira, por eso hay una reacción negativa. Por otra parte pueden incidir en la actitud de voto pero no es significativo.	Sí, pero depende de una serie de condiciones, de la naturaleza propia de la persona. Ejemplo: una persona que tenga plena convicción no es influenciada pero una que tiene dudas sí.	Estudios mundiales indican que normalmente la decisión de votar por uno u otro partido ya está tomada, la información debe ser orientada hacia los indecisos.	Sí, la televisión es la que puede incidir en el voto por un candidato.

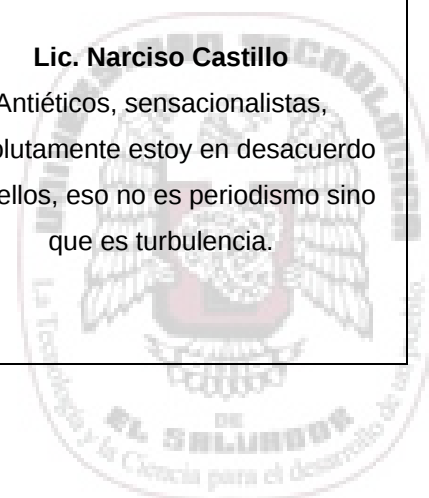
PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?	Sí tiene incidencia, pero no en todos los sectores; es decir, hay grupos que son más críticos, en los que la publicidad no va a tener mayor impacto.	No, la mayoría vota por el partido con el que se identifica desde joven. Una noticia más o una noticia menos, no hace que la gente cambie radicalmente de decisión.	Sí porque los medios de comunicación influyen en la opinión pública. La gente se enterar y se informa a través de los medios de comunicación.

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticiero Cuatro Visión?	Casi siempre, para ver cuál es el tratamiento de la información y porque presentan en el menú cosas muy diferentes.	Sí, porque me gusta hacer un análisis comparativo de la objetividad de todos los noticieros.	Sí, para formarme un juicio de qué tipos de hechos presenta y así tener una opinión crítica.	Sí, para analizarlo con una capacidad crítica. Abusan de ciertas libertades anteponiendo los intereses de la difusión de “rating”.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticiero Cuatro Visión?	Sí, porque es parte de mi profesión ver los medios de comunicación; aunque no es el medio de mi preferencia.	Sí, porque me ha llamado la atención alguna noticia en particular.	Nunca más de 2 minutos porque me parece de pésima calidad, no es un noticiero de televisión. Me parece que es un magazine de morbo.

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?	Hacen la escenificación de los sucesos y además hay temas que salen de la órbita tradicional.	Es amarillista, tendencioso, poco objetivo, sensacionalista, obedece a ideologías determinadas por intereses de la derecha y lo que trata es de mantener un estatus de dominio.	En algunos casos no llegan ni a noticia, sino que son simples dramatizaciones de los hechos y este tipo de programas es dañino para la salud mental.	Es muy tremendo el impacto psicológico: escenas crudas, espeluznantes y creo que el público no está siendo bien orientado con ese tipo de hechos donde existe un mercantilismo.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?	La información es maltratada, mienten y en materia política están totalmente plegados a la política del gobierno.	Son básicamente notas policíacas y rojas. Para mi no es un noticiero, sino más bien, un espectáculo de información sobrecargada de amarillismo.	Antiéticos, sensacionalistas, absolutamente estoy en desacuerdo con ellos, eso no es periodismo sino que es turbulencia.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
12.¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?	Ideología política de derecha, a veces sacrifican el lenguaje profesional por el compadrazgo político.	Ideología política conservadora y me refiero del gran capital conservador tradicional.	Es ultraderecha, defienden los intereses de la empresa privada (gran capital)	La ideología política no se percibe muy bien.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
12.¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?	En términos ideológicos están ligados al poder económico que se encuentra en el poder político (defensa de la propiedad privada).	Derechista	Ultra derechista.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo eleccionario?	Sí, porque todo el enfoque que le dan a las noticias es de derecha, pero no cambia la decisión de voto.	Se puede, pero depende de la convicción natural de cada persona, de su nivel de conocimiento.	No, y sí se puede influir a unas personas pero va a ser mínimo y no va a cambiar el resultado de toda una elección.	No solo Cuatro Visión, sino todos los programas que tengan contenido político pueden incidir en el voto electoral, pues está comprobado que la televisión penetra por sus colores, símbolos, imagen, lenguaje corporal, etc. En este medio se puede difundir con más facilidad un mensaje propagandístico, incluso enviar mensajes subliminales y manipular.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo eleccionario?	Depende de los sectores, ya que los medios de comunicación no tienen el poder absoluto sobre la audiencia, pues va a depender de los niveles culturales, económicos y concepciones religiosas.	No, porque la mayoría vota por el partido con el que se identifica desde jóvenes.	No porque Cuatro Visión no tiene el poder de convencer a toda la sociedad salvadoreña, influye en su público. Cuatro Visión influye en la gente que ve esa clase de noticias.

2.10.2.Resultados de la Encuesta (Opinión Pública)

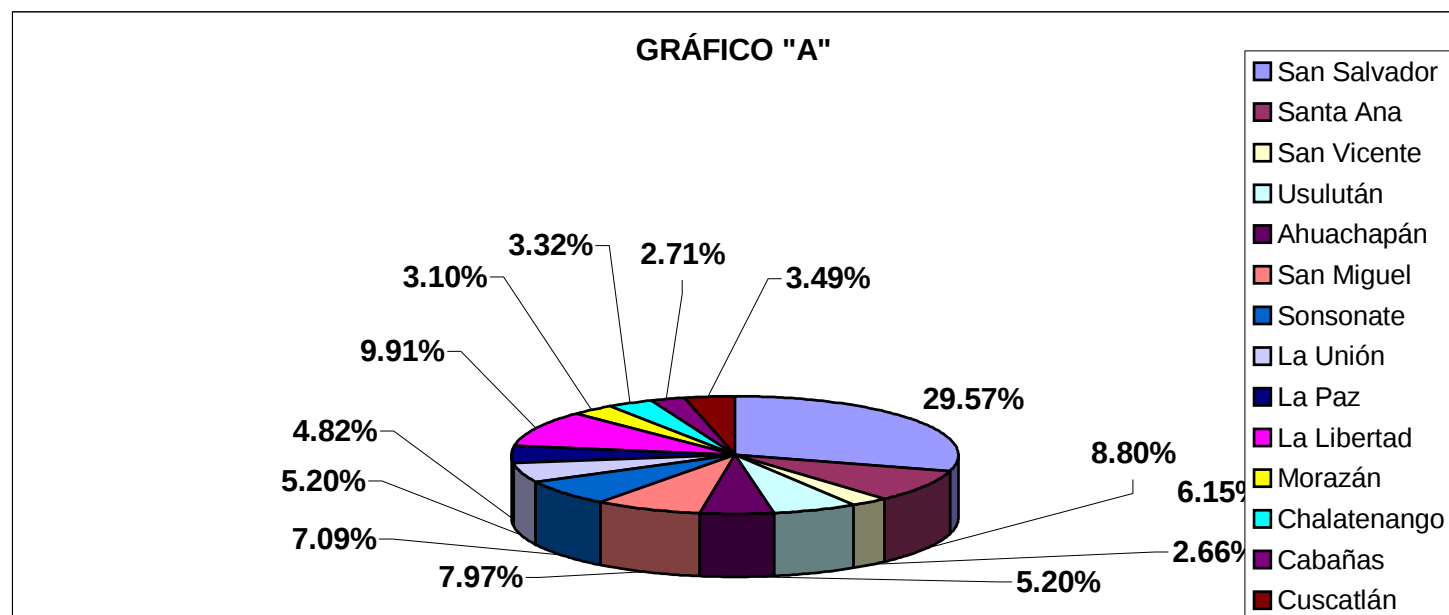
Nota: De la Encuesta de Televisión para la Opinión Pública realizada por el CIOPS, se seleccionaron las preguntas que tienen mayor relación con el tema de investigación, las cuales conservan el número que poseían en dicho cuestionario(ver anexo # 6).

DATOS GENERALES

OBJETIVO: Conocer el perfil de los encuestados para lograr analizar los resultados de forma objetiva.

DEPARTAMENTO CUADRO “A”

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Salvador	534	29.57%
Santa Ana	159	8.8%
San Vicente	48	2.66%
Usulután	111	6.15%
Ahuachapán	94	5.20%
San Miguel	144	7.97%
Sonsonate	128	7.09%
La Unión	94	5.20%
La Paz	87	4.82%
La Libertad	179	9.91%
Morazán	56	3.10%
Chalatenango	60	3.32%
Cabañas	49	2.71%
Cuscatlán	63	3.49%
TOTAL	1806	100%

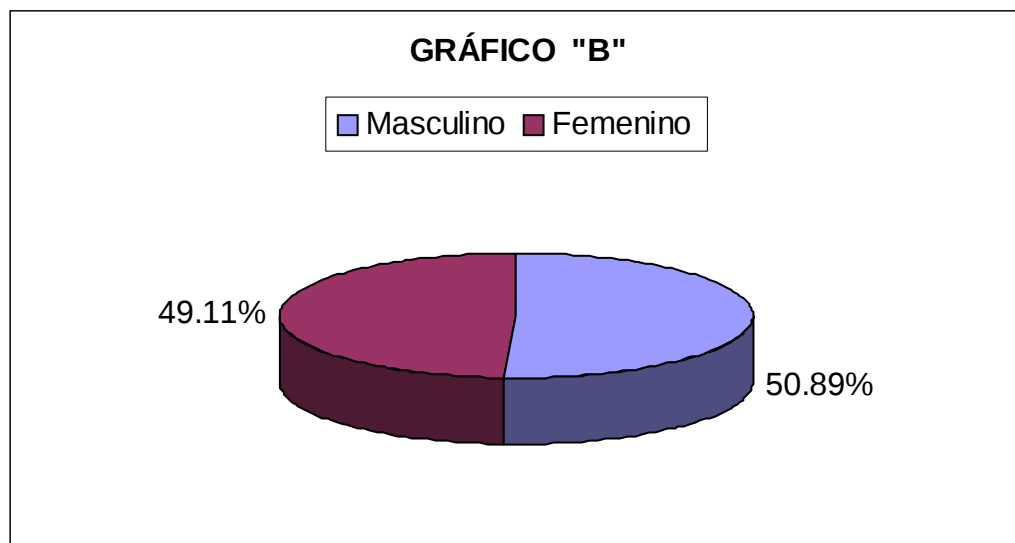


HALLAZGO: Los resultados demuestran que del 100% de las personas encuestadas el 29.57% pertenecían al departamento de San Salvador, el 9.91% al departamento de La Libertad, el 8.80% al departamento de Santa Ana, el 7.97% al departamento de San Miguel, el 7.09 % al departamento de Sonsonate, el 6.15% al departamento de Usulután, el 5.20% a los departamentos de Ahuachapán y la Unión, el 3.49% al departamento de Cuscatlán y 2.66% al departamento de San Vicente.

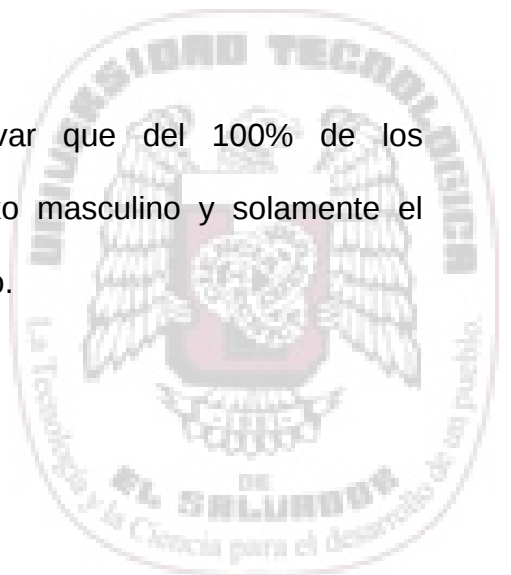
SEXO

CUADRO "B"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	919	50.98%
Femenino	887	49.11%
TOTAL	1806	100%



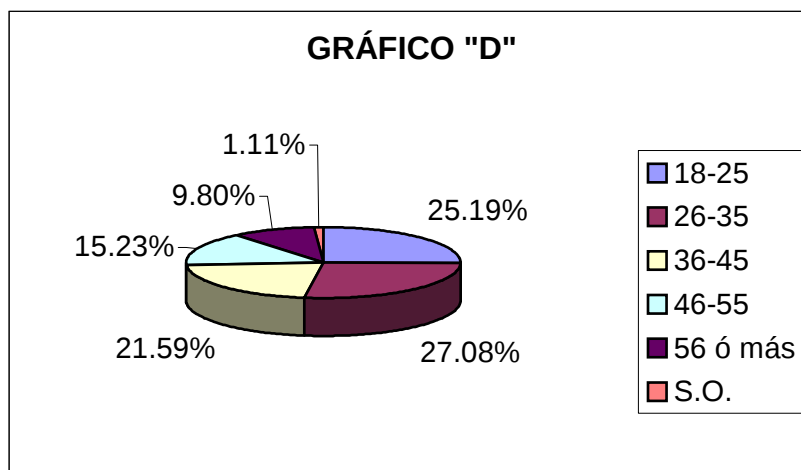
HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, el 50.98% eran personas del sexo masculino y solamente el 49.11% de ellos formaban parte del sexo femenino.



EDAD

CUADRO "D"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-25	455	25.19%
26-35	489	27.08%
36-45	390	21.59%
46-55	275	15.23%
56 ó más	177	9.80%
Sin Opinión	20	1.11%
TOTAL	1806	100%

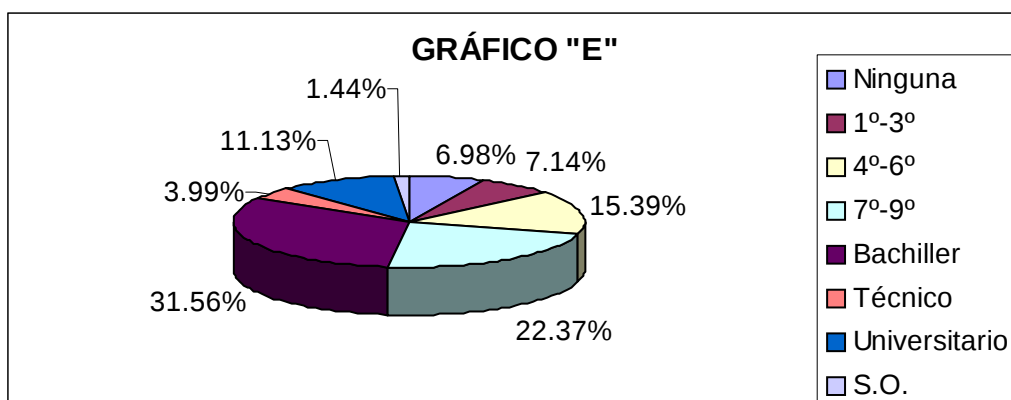


HALLAZGO: Las personas que oscilan entre las edades de 26-35 años ocupan la mayoría de los encuestados con un 27.08%, en segundo lugar están los de 18-25 años con un 25.19%, el tercero lo ocupan los de 36-45 años con un 21.59%, el cuarto es para los de 46-55 años con un 15.23%, el quinto es para los de 56 ó más con un 9.80% y en último lugar con el 1.11% están los de Sin Opinión.

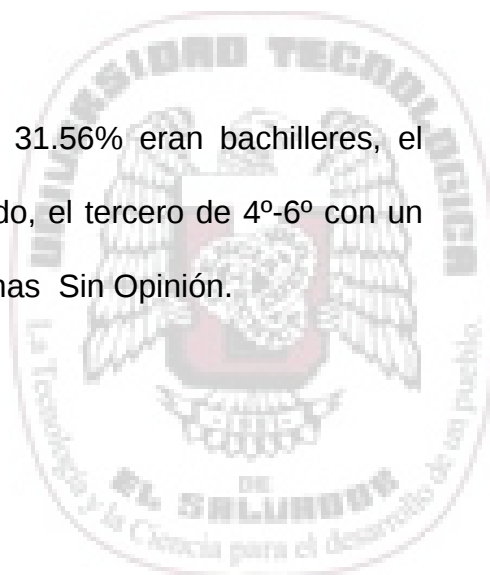
ESCOLARIDAD

CUADRO "E"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	126	6.98%
1º-3º	129	7.14%
4º-6º	278	15.39%
7º-9º	404	22.37%
Bachiller	570	31.56%
Técnico	72	3.99%
Universitario	201	11.13%
Sin Opinión	26	1.44%
TOTAL	1806	100%



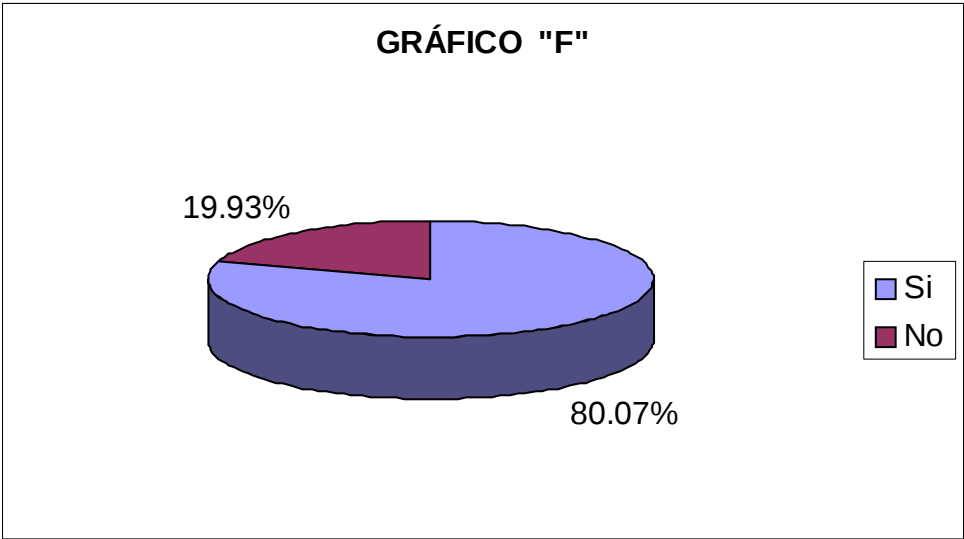
HALLAZGO: Del 100% de los encuestados el 31.56% eran bachilleres, el segundo lugar con un 22.37% eran de 7º-9º grado, el tercero de 4º-6º con un 15.39% y el último lugar con el 1.44% eran personas Sin Opinión.



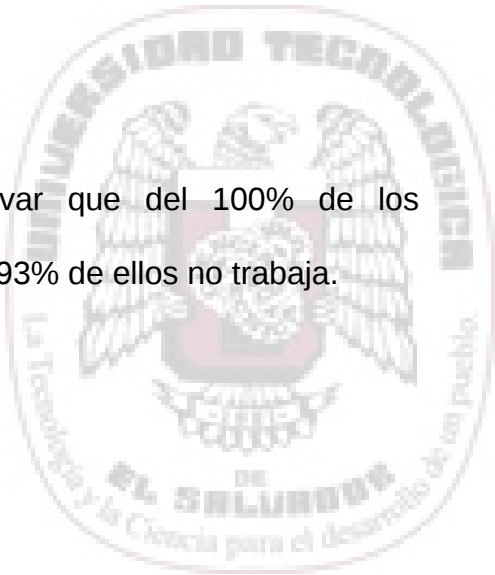
TRABAJA

CUADRO “F”

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1446	80.07%
No	360	19.93%
TOTAL	1806	100%



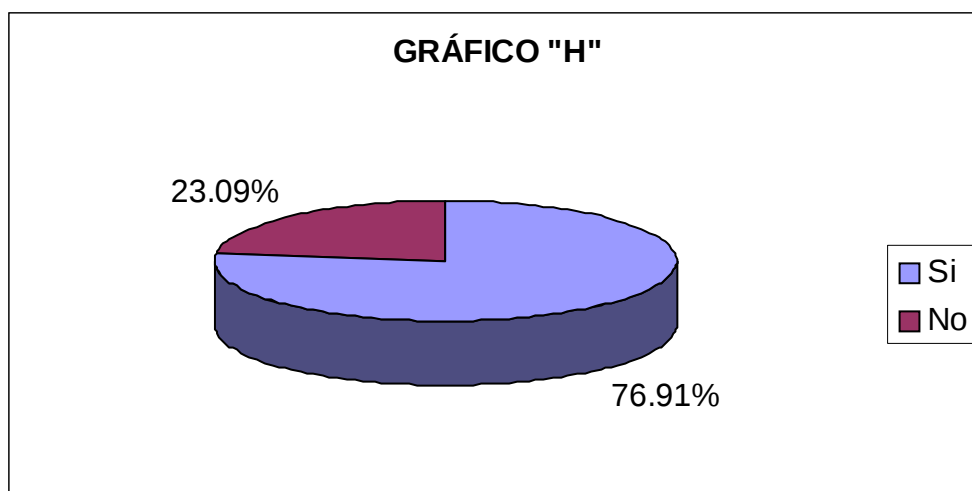
HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, el 80.07% trabaja y solamente el 19.93% de ellos no trabaja.



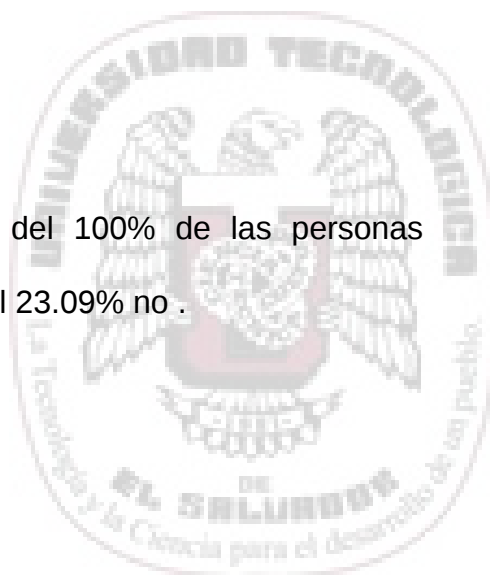
Posee carnet electoral

CUADRO "H"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1389	76.91%
No	417	23.09%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Los resultados demuestran que del 100% de las personas encuestadas el 76.91% posee carnet electoral y el 23.09% no .



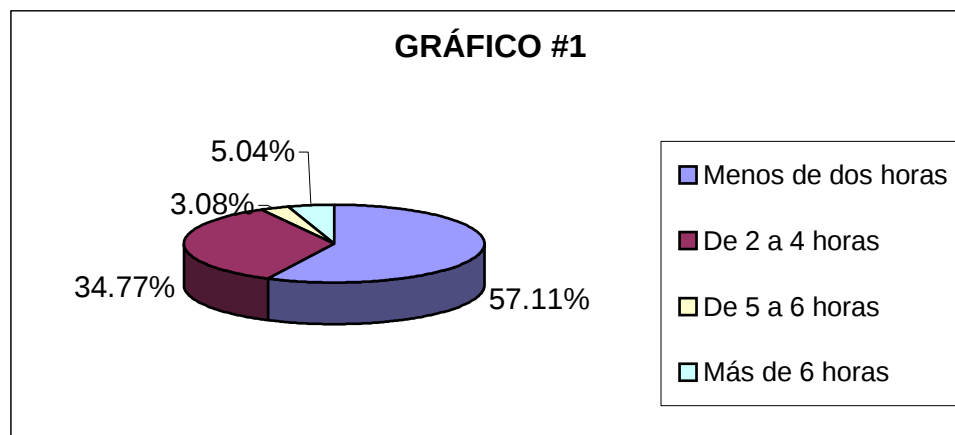
PREGUNTA # 1

¿Con qué frecuencia ve televisión diariamente?

OBJETIVO: Conocer la cantidad de tiempo que los encuestados usan para ver televisión diariamente.

CUADRO # 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de dos horas	1020	56.48%
De 2 a 4 horas	621	34.39%
De 5 a 6 horas	55	3.05%
Más de 6 horas	90	4.98%
Sin Opinión	20	1.11%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, el 56.48% ve televisión menos de dos horas diariamente; el 34.39% ve de 2 a 4 horas, el 4.98% ve más de 6 horas, el 3.05% ve de 5 a 6 horas y el 1.11% fue Sin Opinión.

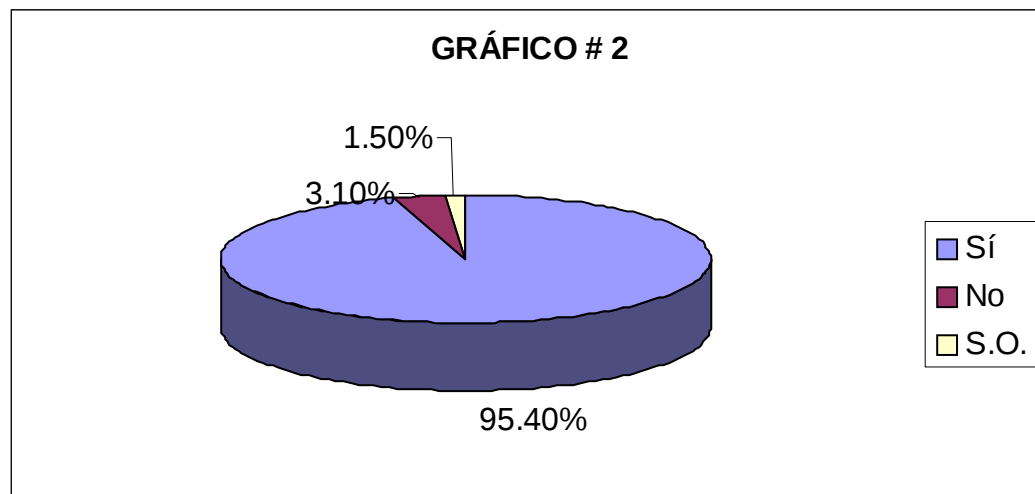
PREGUNTA # 2

¿Conoce los noticieros televisivos?

OBJETIVO: Identificar si los encuestados conocen los noticieros televisivos.

CUADRO # 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1723	95.40%
No	56	3.10%
Sin Opinión	27	1.50%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados el 95.40% opinó que conocen los noticieros televisivos, el 3.10% opinó que no los conocen y el 1.50% son Sin Opinión.

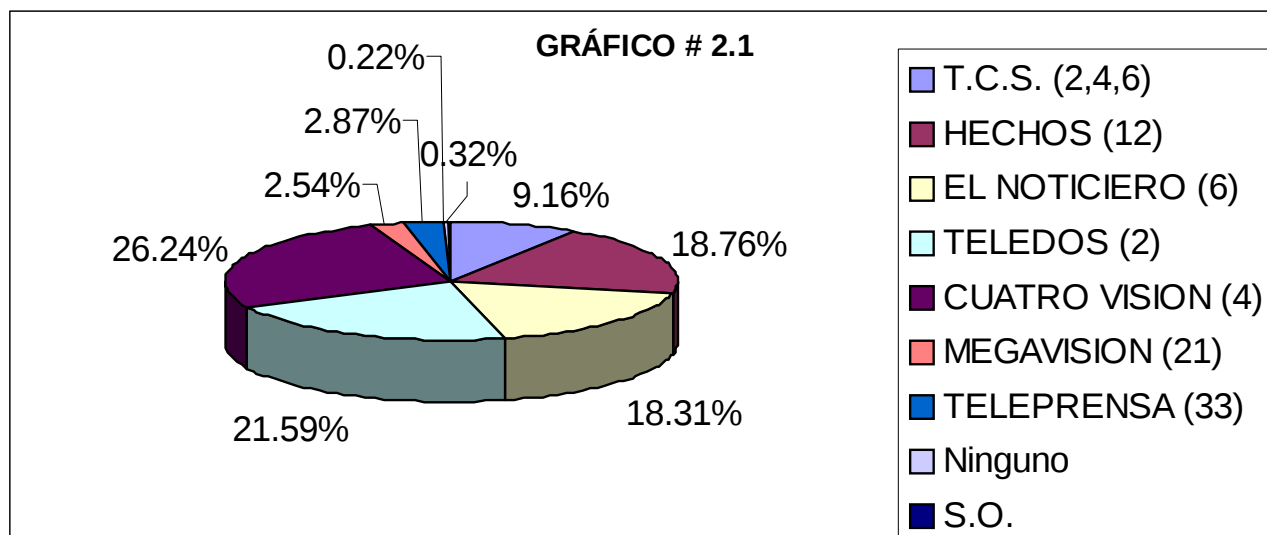
PREGUNTA # 2.1

Si contestó sí, ¿mencione los tres noticieros de su preferencia?

OBJETIVO: Identificar cuales son los noticieros que prefieren los encuestados.

CUADRO # 2.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S. (2,4,6)	425	9.16%
HECHOS (12)	871	18.76%
EL NOTICIERO (6)	850	18.31%
TELEDOS (2)	1002	21.59%
CUATRO VISION (4)	1218	26.24%
MEGAVISION (21)	118	2.54%
TELEPRENSA (33)	133	2.87%
Ninguno	10	0.22%
Sin Opinión	15	0.32%
TOTAL	4642	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 26.24% opinó que el noticiero más preferido es Cuatro Visión (4), el segundo lugar con un 21.59% es para Teledos (2) y el tercer lugar con un 18.76% es para el noticiero Hechos (12).

PREGUNTA # 3

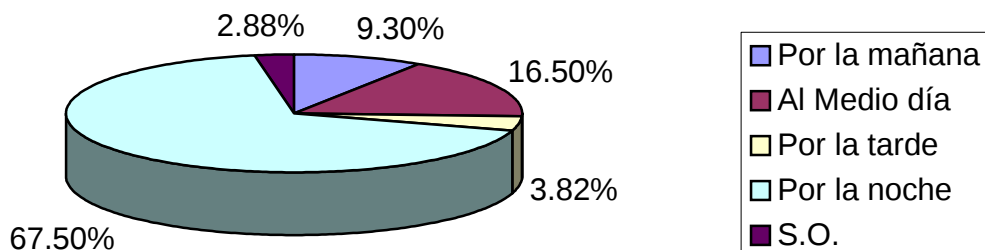
¿En qué horario acostumbra ver la transmisión de los noticieros?

OBJETIVO: Conocer el horario en que los encuestados acostumbran ver la transmisión de los noticieros.

CUADRO # 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la mañana	168	9.30%
Al Medio día	298	16.50%
Por la tarde	69	3.82%
Por la noche	1219	67.50%
Sin Opinión	52	2.88%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 3



HALLAZGO: Se puede constatar en el gráfico que del 100% de los encuestados, el 67.50% acostumbra ver los noticieros por la noche, en segundo lugar con un 16.50% lo ven al mediodía, el tercer lugar con un 9.30% lo ven por la mañana, el cuarto lugar con un 3.82% lo ven por la tarde y el último lugar con un 2.88% Sin Opinión.

PREGUNTA # 4

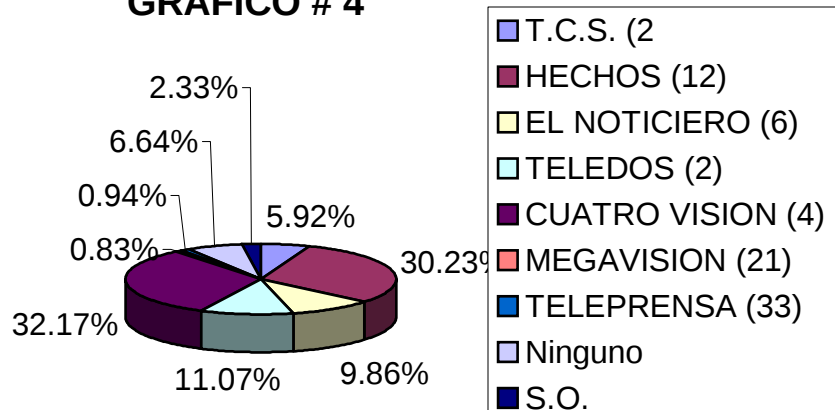
¿Cuál es según su criterio el noticiero de mayor credibilidad y objetividad?

OBJETIVO: Identificar cuál es para los encuestados el noticiero de mayor credibilidad y objetividad.

CUADRO # 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S. (2)	107	5.92%
HECHOS (12)	546	30.23%
EL NOTICIERO (6)	178	9.86%
TELEDOS (2)	200	11.07%
CUATRO VISION (4)	581	32.17%
MEGAVISION (21)	15	0.83%
TELEPRENSA (33)	17	0.94%
Ninguno	120	6.64%
Sin Opinión	42	2.33%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 4



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 32.23% opinó que Cuatro Visión es el noticiero de mayor credibilidad y objetividad, el segundo lugar con un 30.23% es para el noticiero Hechos (12), el tercer lugar con un 11.07% para Teledos y el último lugar es para el noticiero Megavisión (21) con un 0.83% .

PREGUNTA # 5

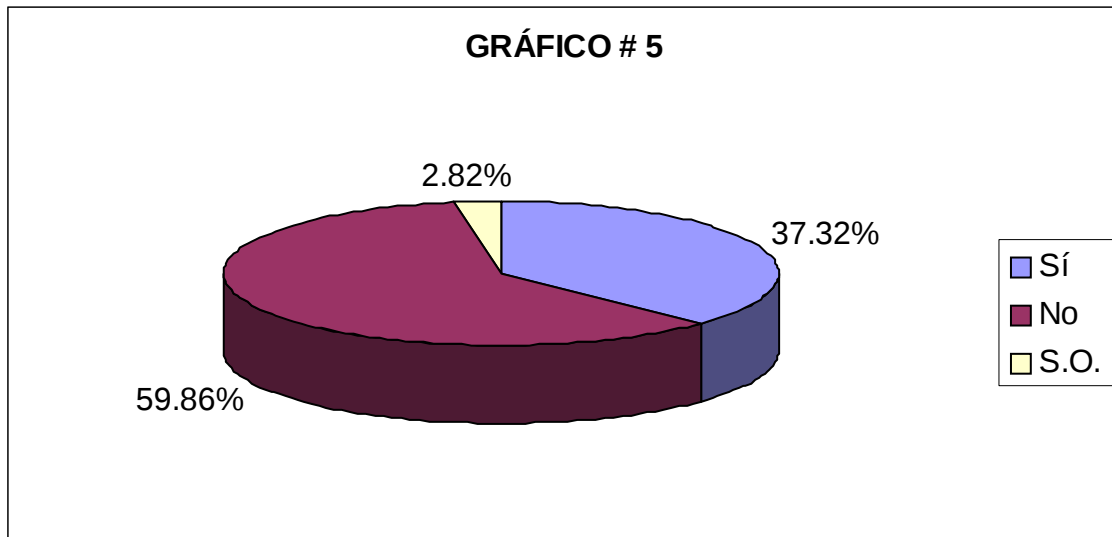
¿Influyen los noticieros televisivos en su decisión para ejercer el voto?

OBJETIVO: Conocer si los noticieros televisivos influyen en los encuestados en su decisión para ejercer el voto.

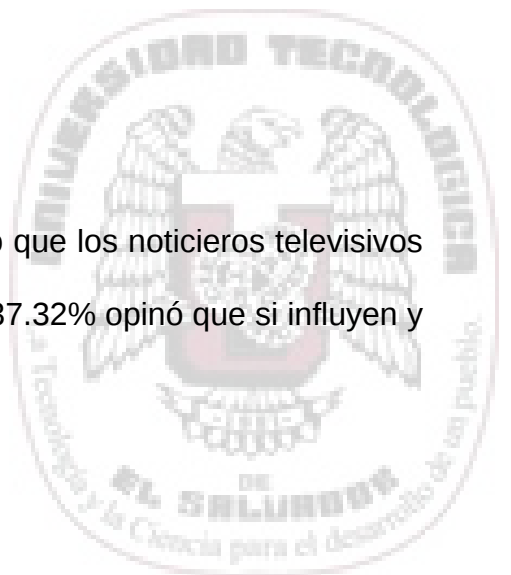
CUADRO # 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	674	37.32%
No	1081	59.86%
Sin Opinión	51	2.82%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 5



HALLAZGO: El 59.86% de los encuestados opinó que los noticieros televisivos no influyen en su decisión para ejercer el voto, el 37.32% opinó que si influyen y el 2.82% es Sin Opinión.



PREGUNTA # 6

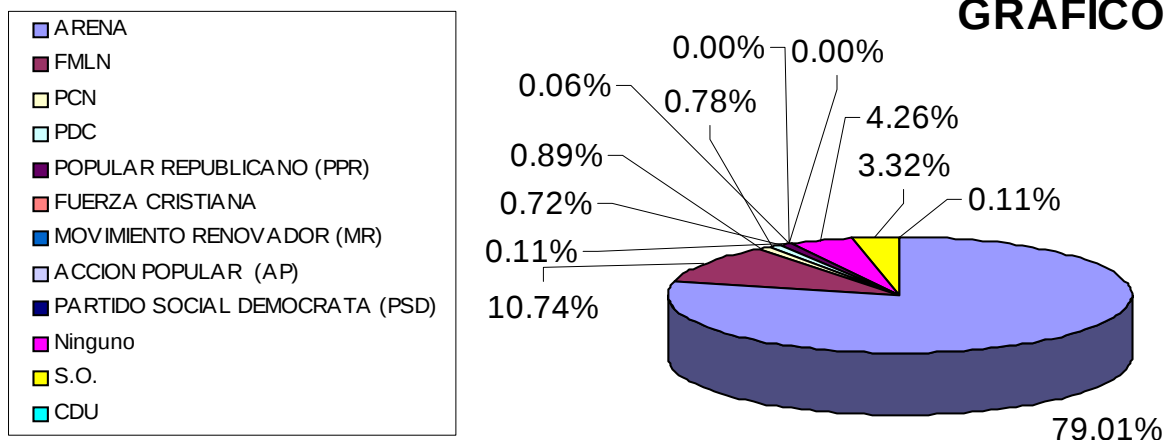
¿Mencione cuál es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos?

OBJETIVO: Identificar cuál es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos.

CUADRO # 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	1427	79.01%
FMLN	194	10.74%
PCN	16	0.89%
PDC	14	0.78%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	13	0.72%
FUERZA CRISTIANA	1	0.06%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	0	0%
ACCION POPULAR (AP)	0	0%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	2	0.11%
Ninguno	77	4.26%
Sin Opinión	60	3.32%
CDU	2	0.11%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 6



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados el 79.01% opinó que el partido ARENA es el que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos, el segundo lugar con un 10.74% es para el FMLN y en último lugar con un 0% se encuentran los partidos Movimiento Renovador y Acción Popular.

PREGUNTA # 6.1

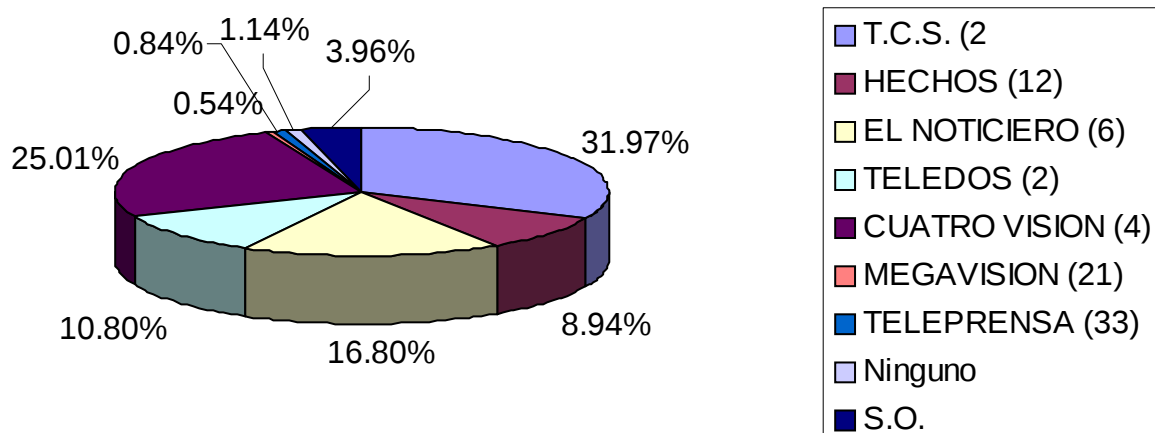
¿En cuál noticiero se da mayor cobertura a dicho partido?

OBJETIVO: Conocer el noticiero que da mayor cobertura a los partidos políticos, según los encuestados.

CUADRO # 6.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S. (2)	533	31.97%
HECHOS (12)	149	8.94%
EL NOTICIERO (6)	280	16.80%
TELEDOS (2)	180	10.80%
CUATRO VISION (4)	417	25.02%
MEGAVISION (21)	9	0.54%
TELEPRENSA (33)	14	0.84%
Ninguno	19	1.14%
Sin Opinión	66	3.96%
TOTAL	1667	100%

GRÁFICO # 6.1



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 31.97% opinó que el noticiero que da mayor cobertura a los partidos políticos es el que transmite T.C.S. (2), en segundo lugar con un 25.02% es para Cuatro Visión (4), el tercer lugar con un 16.80% es para El Noticiero (6) y en último lugar con un 0.54% es para el noticiero Megavisión (21).

PREGUNTA # 7

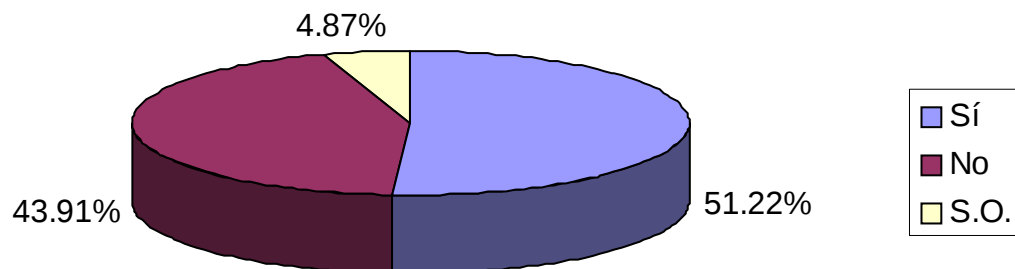
¿Considera imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados consideran imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política.

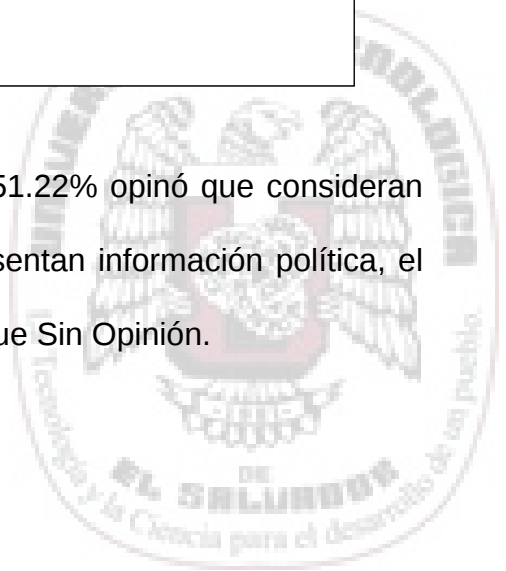
CUADRO # 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	925	51.22%
No	793	43.91%
Sin Opinión	88	4.87%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 7



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 51.22% opinó que consideran imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política, el 43.91% opinó que no son imparciales y el 4.87% fue Sin Opinión.



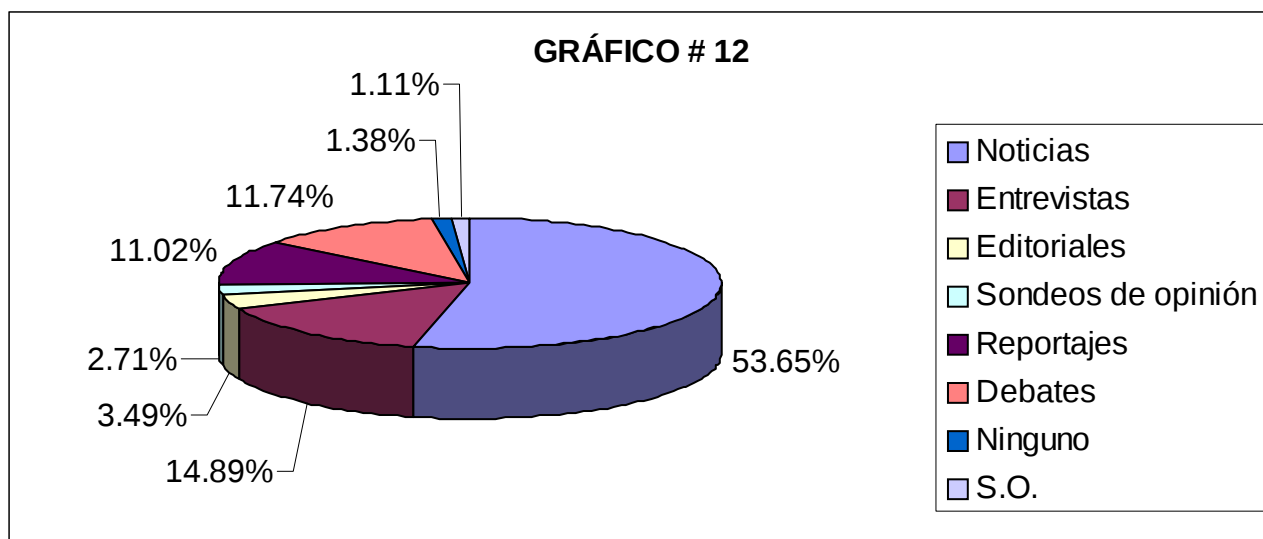
PREGUNTA # 12

De los siguientes programas informativos televisivos, ¿Cuál prefiere?

OBJETIVO: Conocer cuales son los programas informativos televisivos que prefieren los encuestados.

CUADRO # 12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Noticias	969	53.65%
Entrevistas	269	14.89%
Editoriales	63	3.49%
Sondeos de opinión	49	2.71%
Reportajes	199	11.02%
Debates	212	11.74%
Ninguno	25	1.38%
Sin Opinión	20	1.11%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 53.65% opinó que prefiere las noticias, el 14.89% prefiere las entrevistas, el 11.74% prefiere los debates , el 11.02% los reportajes y el 1.11% fue Sin Opinión.

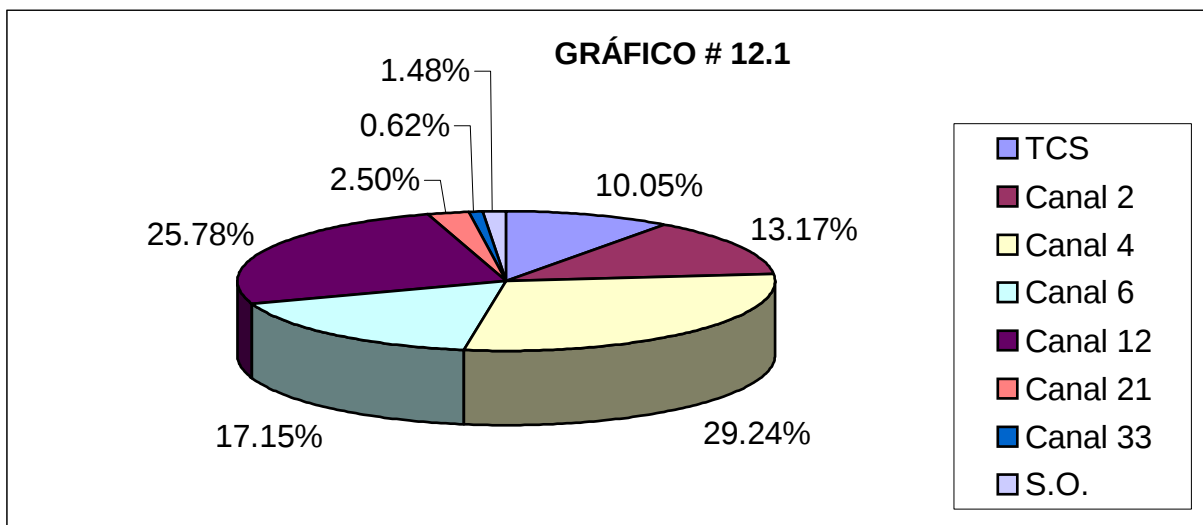
PREGUNTA # 12.1

¿En qué canal de televisión los prefiere ver?

OBJETIVO: Conocer el canal de televisión favorito para ver los programas informativos televisivos.

CUADRO # 12.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TCS	177	10.05%
Canal 2	232	13.17%
Canal 4	515	29.24%
Canal 6	302	17.15%
Canal 12	454	25.78%
Canal 21	44	2.50%
Canal 33	11	0.62%
Sin Opinión	26	1.48%
TOTAL	1761	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 29.24% prefiere ver los programas informativos por el canal 4, en segundo lugar con un 25.78% los prefiere ver en canal 12, en tercer lugar con un 17.15% prefiere el canal 6 y en último lugar con un 0.62% prefiere el canal 33.

PREGUNTA # 12.2

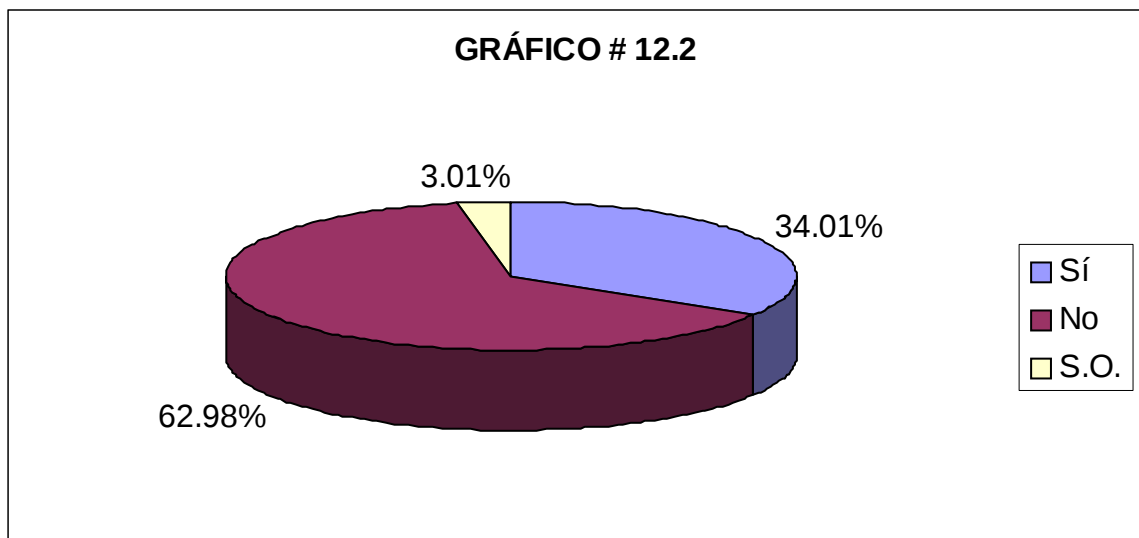
¿Este programa influye en su decisión de voto para las próximas elecciones?

OBJETIVO: Conocer si los programas televisivos influyen en los encuestados en su decisión de voto para las próximas elecciones.

CUADRO # 12.2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	599	34.01%
No	1109	62.98%
Sin Opinión	53	3.01%
TOTAL	1761	100%

GRÁFICO # 12.2



HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, un 62.98% opinó que los programas televisivos no influyen en su decisión de voto para las próximas elecciones, el 34.01% opinó que si influyen y el 3.01% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 13

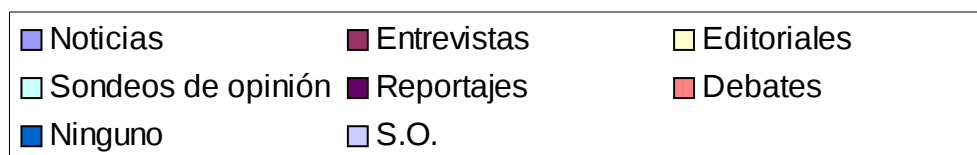
¿De los siguientes programas informativos televisivos cuál le orienta más en su decisión de voto?

OBJETIVO: Identificar cuál es el programa informativo televisivo que orienta más a los encuestados en su decisión de voto.

CUADRO # 13

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Noticias	678	37.54%
Entrevistas	332	18.38%
Editoriales	43	2.38%
Sondeos de opinión	63	3.49%
Reportajes	108	5.98%
Debates	202	11.18%
Ninguno	297	16.45%
Sin Opinión	83	4.60%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 13



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 37.54% opinó que las noticias televisivas los orientan más en su decisión de voto, el 18.38% opinó que las entrevistas, el 16.45% de los encuestados dijo que ninguno y 2.38% opinó que los editoriales.

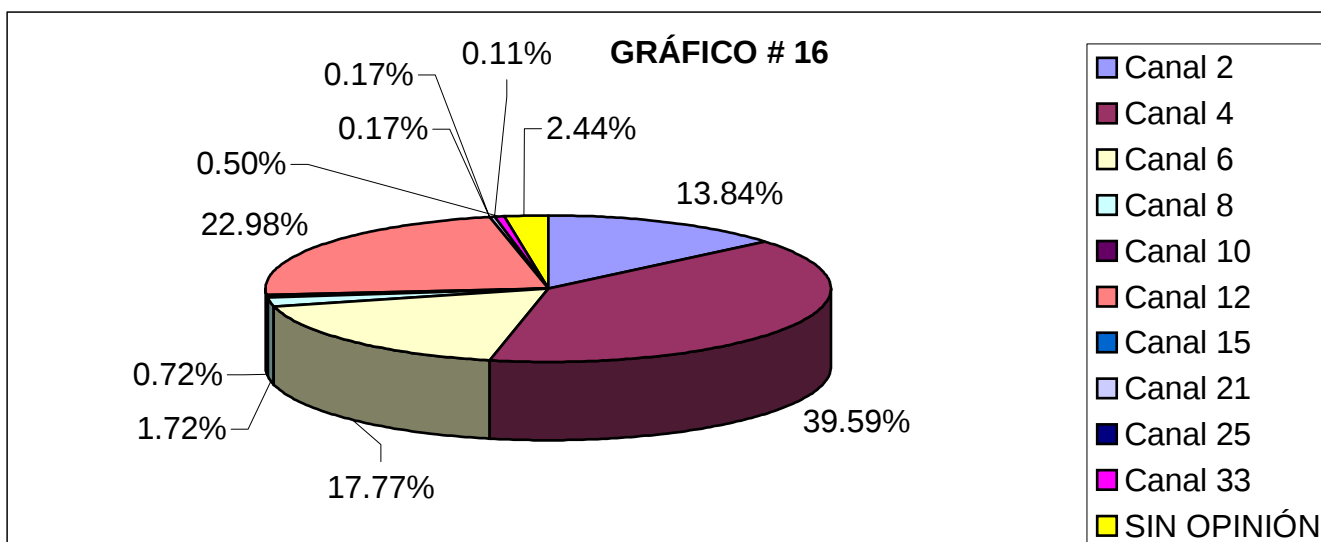
PREGUNTA # 16

¿Cuál es el canal de televisión nacional de su preferencia?

OBJETIVO: Identificar cuál es el canal de televisión nacional que prefieren los encuestados.

CUADRO #16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canal 2	250	13.84%
Canal 4	715	39.59%
Canal 6	321	17.77%
Canal 8	31	1.72%
Canal 10	13	0.72%
Canal 12	415	22.89%
Canal 15	3	0.17%
Canal 21	3	0.17%
Canal 25	2	0.11%
Canal 33	9	0.50%
Sin Opinión	44	2.44%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: El canal de televisión que prefieren los encuestados es Canal 4 con un 39.59%, en segundo lugar esta el Canal 12 con un 22.89%, el tercer lugar es el Canal 6 con un 17.77% y el Canal 25 ocupa el último lugar con un 0.11%.

PREGUNTA # 17

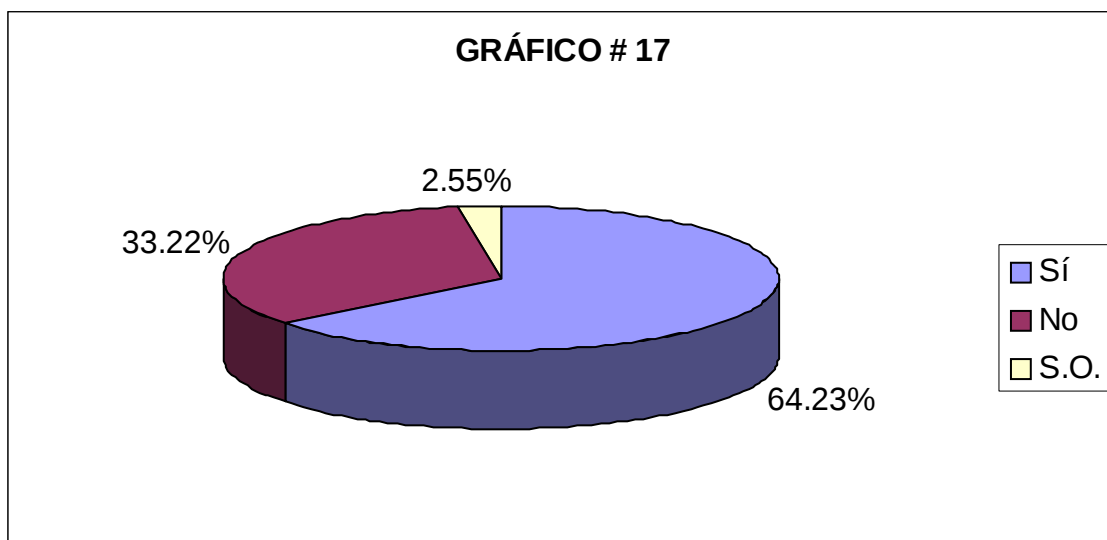
¿Considera que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar?

OBJETIVO: Conocer si la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar.

CUADRO # 17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1160	64.23%
No	600	33.22%
Sin Opinión	46	2.55%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 17



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 64.23% considera que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar, el 33.22% opinó que no influye y el 2.55% fue Sin Opinión.

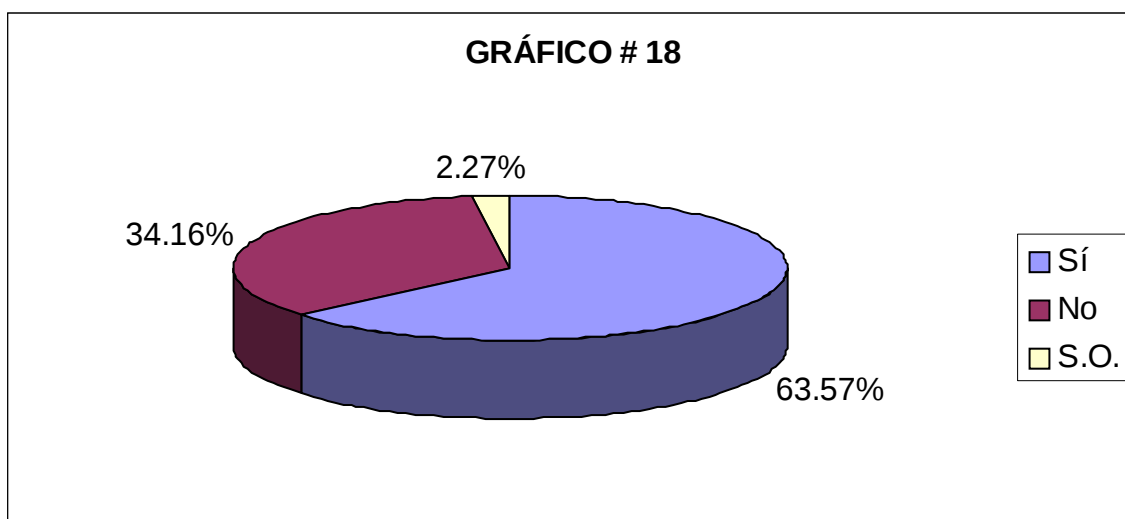
PREGUNTA # 18

¿ Está de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados están de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos.

CUADRO # 18

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1148	63.57%
No	617	34.16%
Sin Opinión	41	2.27%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 63.57% opinó que están de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos, un 34.16% opinó que no y el 2.27% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 19

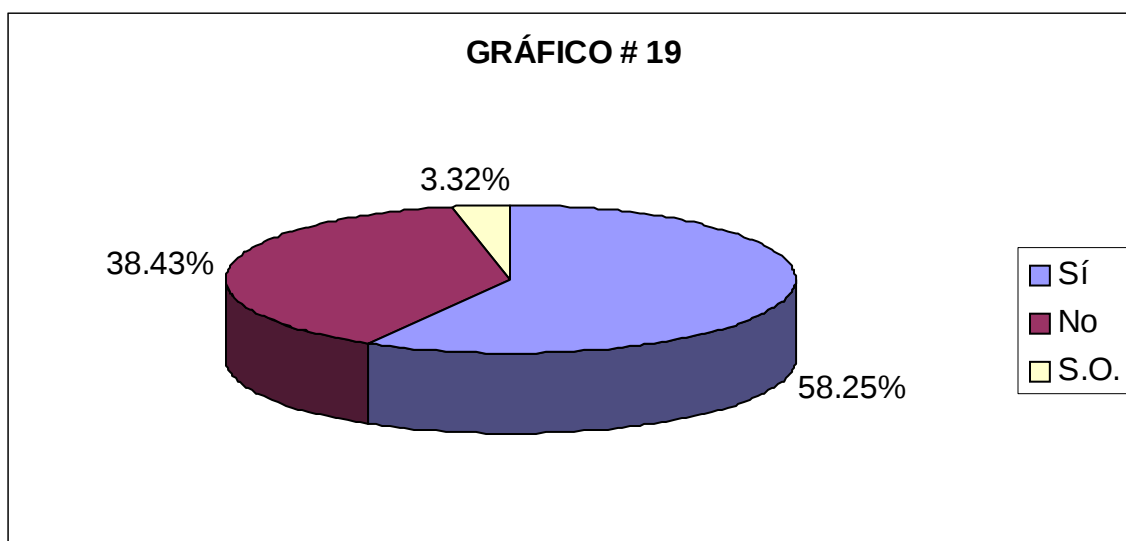
¿Las noticias transmitidas en los programas informativos generan credibilidad en la imagen de los políticos?

OBJETIVO: Conocer si las noticias transmitidas generan credibilidad en la imagen de los políticos.

CUADRO # 19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1052	58.25%
No	694	38.43%
Sin Opinión	60	3.32%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 19



HALLAZGO: Del 100% de las personas encuestadas, el 58.25% opinó que las noticias transmitidas en los programas informativos generan credibilidad en la imagen de los políticos, el 38.43% opinó que no y el 3.32% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 20

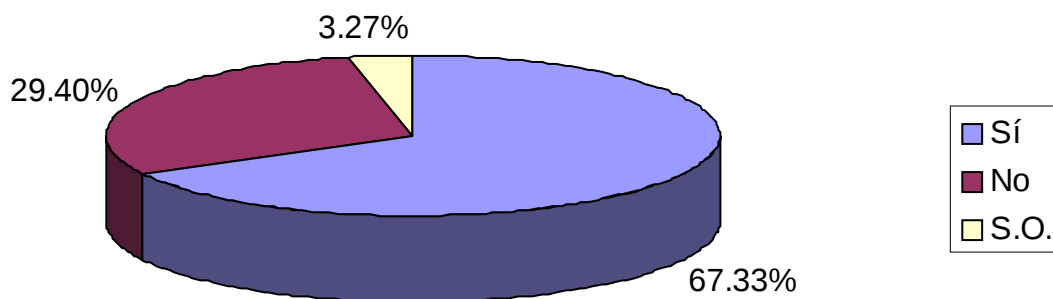
¿Las diferentes secciones de los noticieros televisivos le ayudan a una mejor comprensión de la realidad política?

OBJETIVO: Identificar si las diferentes secciones de los noticieros televisivos ayudan a los encuestados a una mejor comprensión de la realidad política.

CUADRO # 20

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1216	67.33%
No	531	29.40%
Sin Opinión	59	3.27%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 20



HALLAZGO: El 67.33% de los encuestados opinó que las diferentes secciones de los noticieros televisivos ayudan a una mejor comprensión de la realidad política, el 29.40% piensa que no y el 3.27% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 21

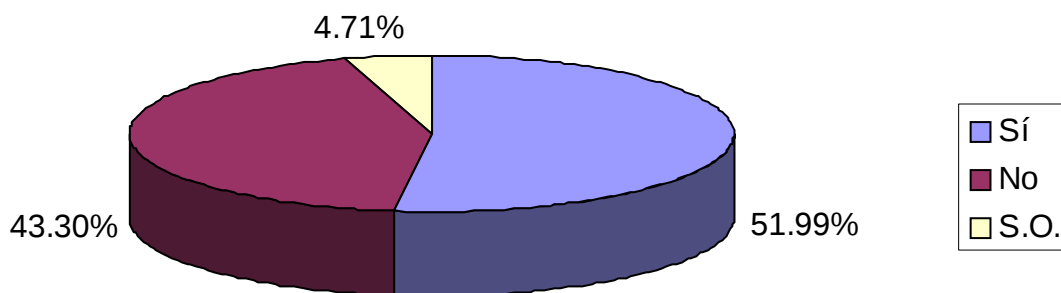
¿Considera que la información política transmitida a través de los medios televisivos, genera abstencionismo?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados consideran que la información política transmitida a través de los medios televisivos generan abstencionismo.

CUADRO # 21

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	939	51.99%
No	782	43.30%
Sin Opinión	85	4.71%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 21



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 51.99% considera que la información política transmitida a través de los medios televisivos genera abstencionismo, un 43.30% opinó que no y un 4.71% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 22

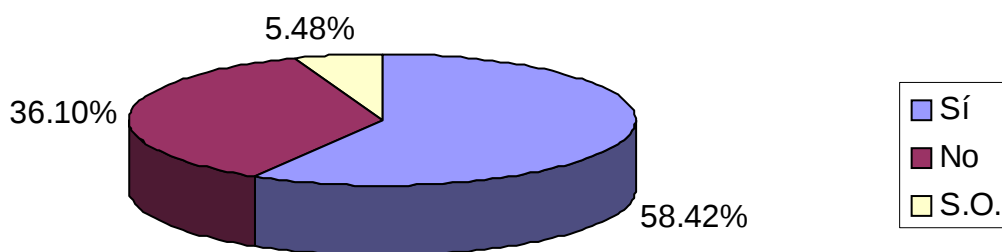
¿Considera que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados consideran que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política.

CUADRO # 22

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1055	58.42%
No	652	36.10%
Sin Opinión	99	5.48%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 22



HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, un 58.42% opinó que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política, un 36.10% dijo que no y un 5.48% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 24

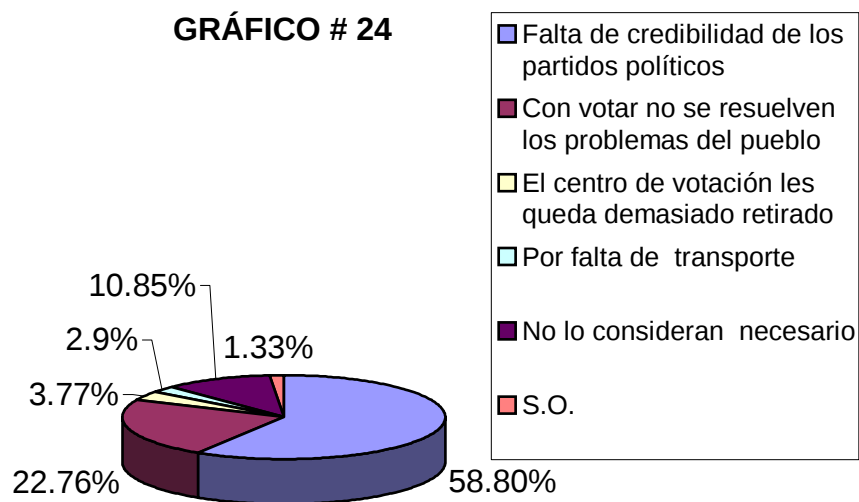
¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan?

OBJETIVO: Conocer la opinión de los encuestados del por qué algunos ciudadanos no votan.

CUADRO # 24

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de credibilidad de los partidos políticos	1062	58.80%
Con votar no se resuelven los problemas del pueblo	411	22.76%
El centro de votación les queda demasiado retirado	68	3.77%
Por falta de transporte	45	2.49%
No lo consideran necesario	196	10.85%
Sin Opinión	24	1.33%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 24



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 58.80% opinó que algunos ciudadanos no votan por falta de credibilidad de los partidos políticos, un 22.76% opinó que con votar no se resuelven los problemas del pueblo, un 10.85% no lo consideran necesario y un 1.33% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 25

¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado?

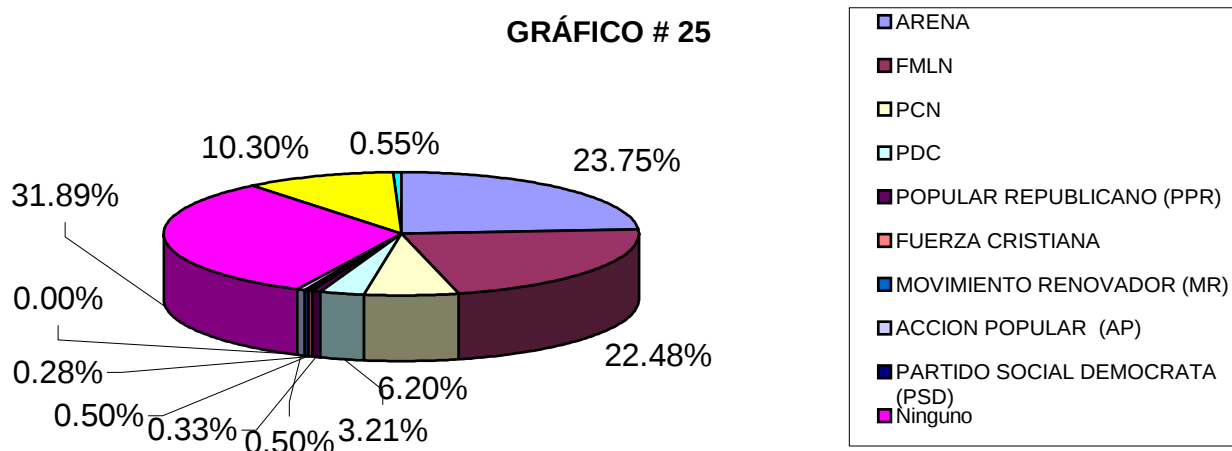
OBJETIVO: Conocer el partido político por el que votarían los encuestados para alcalde, si las elecciones fueran este día.

A. Alcalde

CUADRO # 25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	429	23.75%
FMLN	406	22.48%
PCN	112	6.20%
PDC	58	3.21%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6	0.33%
FUERZA CRISTIANA	5	0.28%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	9	0.50%
ACCION POPULAR (AP)	9	0.50%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0%
Ninguno	576	31.89%
Sin Opinión	186	10.30%
CDU	10	0.55%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 25



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 31.89% opinó que no votaría por ningún partido político, si las elecciones fueran este día; un 23.75% votaría por el partido ARENA, un 22.48% por el FMLN y en último lugar con 0% se encuentra el Partido Social Demócrata (PSD).

PREGUNTA # 25.1

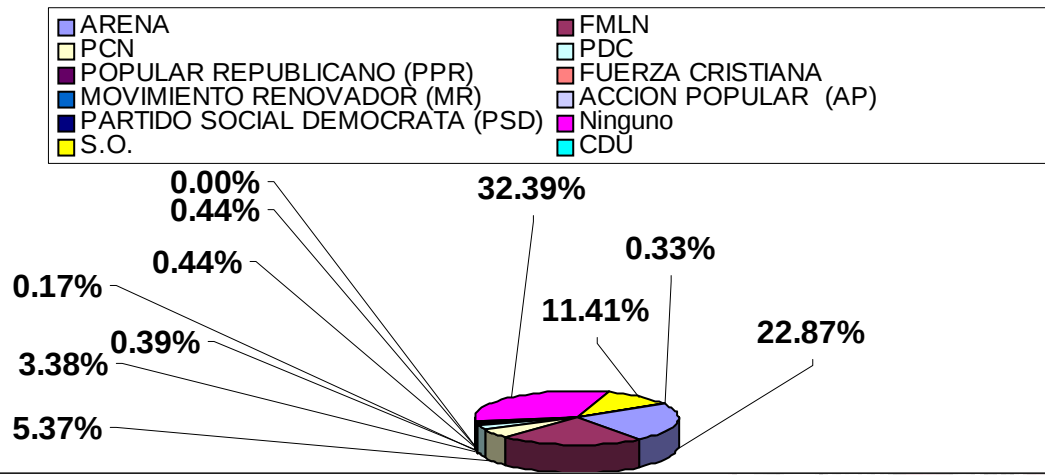
¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado?

OBJETIVO: Conocer el partido político por el que votarían los encuestados para diputados, si las elecciones fueran este día.

B.- Diputado CUADRO # 25.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	413	22.87%
FMLN	412	22.81%
PCN	97	5.37%
PDC	61	3.38%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	7	0.39%
FUERZA CRISTIANA	3	0.17%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8	0.44%
ACCION POPULAR (AP)	8	0.44%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0%
Ninguno	585	32.39%
Sin Opinión	206	11.41%
CDU	6	0.33%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 25.1



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 32.39% opinó que no votaría por ningún partido político, si las elecciones fueran este día; un 22.87% votarían por el partido ARENA, un 22.81% por el FMLN y en último lugar con 0%, se encuentra el Partido Social Demócrata (PSD).

2.11.Alcances y Limitaciones de la Investigación

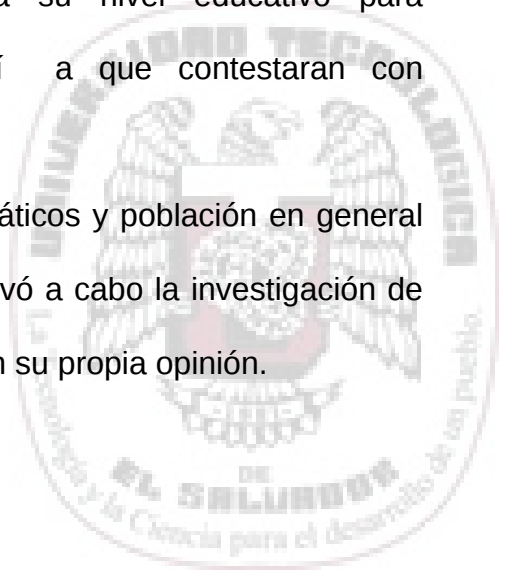
Después de haber dado a conocer los resultados de la información recabada, se describen los alcances y limitaciones experimentadas durante el desarrollo de la investigación de campo.

2.11.1.Alcances

Se conocieron las diferentes opiniones vertidas por los catedráticos del área de comunicaciones de diferentes universidades, así como también de la opinión pública, donde se obtuvieron respuestas valiosas.

2.11.2.Limitaciones

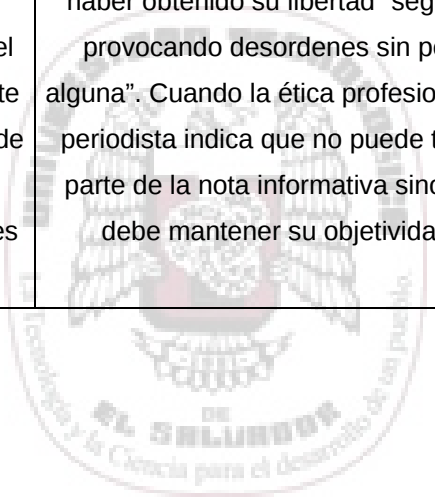
- No se logró entrevistar al Director y a dos reporteros del telenoticiero Cuatro Visión como se había previsto, ya que la solicitud (carta) fue denegada (ver anexo # 4 y 5).
- Por otra parte, en algunos de los encuestados se encontró dificultad en responder varias interrogantes, debido a su nivel educativo para comprender las preguntas, delimitando así a que contestaran con objetividad.
- Los diferentes argumentos vertidos por catedráticos y población en general solo tienen validez en el periodo en que se llevó a cabo la investigación de campo (diciembre/02 a enero/03) y representan su propia opinión.



2.12.Monitoreo del Telenoticiero Cuatro Visión (Del 03 al 07 de febrero/2003)

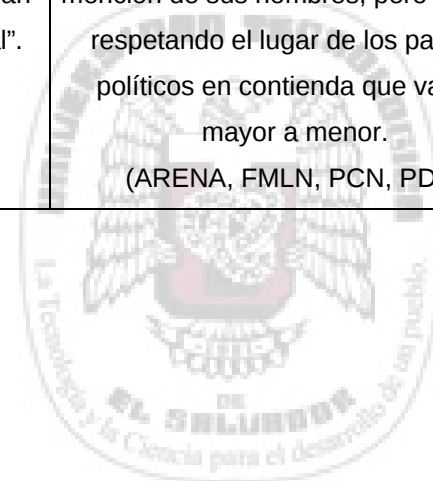
Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión
 Fecha : Lunes 03/02/03
 Hora : 9:00 pm.

Tema de la Noticia	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Departamento de Chalatenango.	En la rama de Boxeo. Carlos “El Famoso” Hernández gana el título mundial Super Pluma.	El juzgado Octavo de Paz de San Salvador, instaló la audiencia inicial en contra de los Sindicalistas del Seguro Social.
Resumen del Contenido	Solo se dan a conocer los nombres de los ediles propuestos por los partidos políticos en contienda.	Un salvadoreño obtiene el título de campeón del mundo, por el Concejo Mundial de Boxeo en la categoría Super Pluma.	Los sindicalistas obtuvieron la libertad a pesar de que hallan sido acusados de actos de terrorismo y apoderamiento de las instalaciones del Seguro Social de Santa Anita.
Comentario	Parece curioso que los partidos políticos en contienda estén de mayoritarios a minoritarios. (ARENA, FMLN, PCN, PDC)	El Presidente de la República nunca ha sido visto en apoyo a la rama boxistica del país. Sin embargo, el comentarista deportivo, asegura que el Presidente es el fan's número 1 del boxeador. El Presidente utiliza su rol para aumentar la posibilidad de engrosar las filas de su partido político incidiendo en la opinión de los practicantes del boxeo nacional.	El presentador acusa a los sindicalistas de haber provocado inconvenientes y al haber obtenido su libertad “seguirán provocando desordenes sin pena alguna”. Cuando la ética profesional del periodista indica que no puede tomar parte de la nota informativa sino que debe mantener su objetividad.



Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión
Fecha : Martes 04/02/03
Hora : 9:00 pm.

Tema de la Noticia	Carlos “El Famoso” Hernández, brinda conferencia de prensa después de su arribo en el Aeropuerto Internacional de Comalapa.	Médicos y Sindicalistas se van a huelga en el Hospital Rosales.	Presentación de los candidatos a Diputados para el Departamento de La Libertad.
Resumen del Contenido	El boxeador da declaraciones con respecto al título mundial Super Pluma, obtenido 01 de febrero de 2003 en Las Vegas Nevada.	La huelga en los hospitales sigue afectando a la población salvadoreña.	Solo dan a conocer los nombres de los candidatos.
Comentario	El presentador al final de la nota, se refiere al campeón del mundo como nacionalista y buen salvadoreño. Dándole un enfoque partidista a la noticia deportiva. ¿A caso los que no son nacionalistas, no son buenos salvadoreños?	Tanto el presentador como el periodista toman parte contraria a la huelga expresando lo siguiente: “Que ésta no tiene razón de ser”, y que “los médicos seguirán paseándose por los pasillos del hospital”.	Igual que en las anteriores presentaciones de candidatos ya sea para Diputados o Alcaldes solo hacen mención de sus nombres, pero siempre respetando el lugar de los partidos políticos en contienda que van de mayor a menor. (ARENA, FMLN, PCN, PDC)

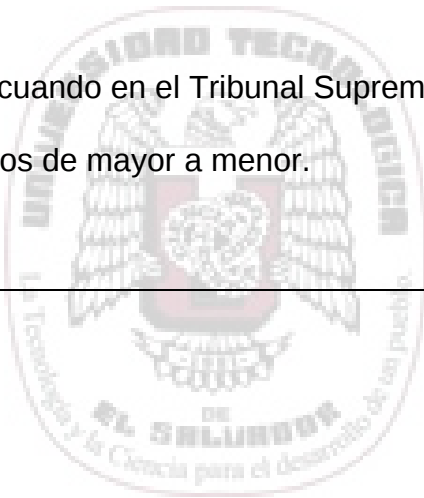


Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Miércoles 05/02/03

Hora : 12:30 del medio día

Tema de la Noticia	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Municipio de San Marcos.
Resumen del Contenido	Solo se dan a conocer los nombres de los ediles propuestos por los partidos políticos en contienda.
Comentario	Parece curioso que solo aparezcan cuatros partidos políticos, cuando en el Tribunal Supremo Electoral están inscritos 11 partidos, y están ordenados de mayor a menor. (ARENA, FMLN, PCN, PDC)



Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Jueves 06/02/03

Hora : 12:30 del medio día.

Tema de la Noticia	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Municipio de Mejicanos.	Homenaje al boxeador Carlos “El Famoso” Hernández y al futbolista Gorge “El Mágico” González.	Calles obstruidas por holgazanes que se hacen llamar Sindicalistas
Resumen del Contenido	Solo se dan a conocer los nombres de los propuestos por los partidos políticos en contienda.	Cambio de nombre de dos principales recintos deportivos (El Palacio de los Deportes y el Estadio Flor Blanca) ubicados en la Capital, por los nombres de los homenajeados.	El presentador indica que los sindicalistas y médicos son “holgazanes, faltos de ética y que dejan morir al pueblo”, y la agresión que sufrió el reportero que cubría la nota informativa.
Comentario	Debería de presentarse en el orden que aparecen en las papeletas para no hacer notar el favoritismo hacia el partido de gobierno.	Estando tan cerca de las elecciones, ¿No parece extraño que el Presidente de la República Francisco Flores preste su imagen en beneficio al partido de gobierno?	Nuevamente la ética del comunicador se ve comprometida en la defensa de la ideología de dicho medio de comunicación.

Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Jueves 06/02/03

Hora : 9:00 p.m.

Tema de la Noticia	Carlos “El Famoso” Hernández visita Hogar Providencia.	Testimonio de un Excombatiente Guerrillero (Primera Parte)
Resumen del Contenido	La visita del boxeador al Hogar de Niños Providencia, por ser uno de los padrinos de dicha institución, quién quiso compartir su triunfo.	Declaración cronológica de las diferentes actividades que él realizaba dentro del Partido Comunista Salvadoreño.
Comentario	En el reportaje de la visita del boxeador al Hogar Providencia, no hay razón de que la imagen del Presidente de la República aparezca en repetidas ocasiones, cuando los homenajeados son los niños de esta institución.	Las interrogantes hechas por el reportero son claramente identificadas con la ideología del medio de comunicación, de esta forma el medio está violando el Pacto de Caballeros que existe entre los partidos políticos en contienda.



Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Viernes 07/02/03

Hora : 9:00 p.m.

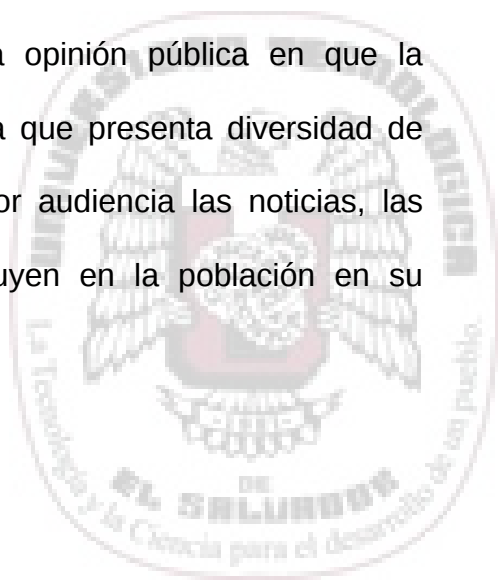
Tema de la Noticia	Testimonio de Excombatiente Guerrillero (Segunda Parte)	Inicia en el Departamento de La Unión Construcción del Complejo Deportivo nombrado “Mauricio Cienfuegos”	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Municipio de Ciudad Delgado.
Resumen del Contenido	Declaración sobre la organización administrativa del Partido Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) y su apoyo a los diferentes protestas sociales del país.	El Vicepresidente de la República Lic. Quintanilla Smith inaugura la construcción del Complejo Deportivo, el cual contará con la colaboración del FISDL y los gobiernos locales del Cantón El Piche y El Carmen del Departamento de La Unión.	Solo se dan a conocer los nombres de los ediles propuestos por los partidos políticos en contienda.
Comentario	En esta entrevista él debería de hablar sobre su participación en el pasado conflicto armado, y no dejarse manipular por las interrogantes hechas por el periodista, ya que su única intención es encaminarlo a que mencione al partido opositor para desprestigiarlo, más aún en un periodo eleccionario.	En este caso el Vicepresidente de la República es quién se ve comprometido con prestar su imagen y de esta manera lograr obtener mayor adeptos hacia el partido que representa.	Siempre salen solo los cuatro partidos políticos ordenados de mayor a menor (ARENA, FMLN, PCN, PDC), ya que debería de presentarse en el orden que aparecen en las papeletas para no hacer notar el favoritismo hacia el partido de gobierno.

2.13. Análisis de Contenido

Por medio de la investigación de campo se conocieron las diferentes opiniones vertidas por catedráticos del área de comunicaciones, así como también de la opinión pública.

Expertos manifestaron que estos medios (radio, prensa y televisión) presentan información relativamente completa, aunque siempre orientada a favorecer al partido con cuya ideología se identifican, por tanto no hay objetividad a la hora de presentar los hechos, mas aún en periodos eleccionarios; por su parte la opinión pública manifestó que diariamente reciben información completa a través de los diferentes medios.

En cuanto a la televisión los expertos consideran que éste es el medio de mayor impacto porque combina imagen y sonido, es instantánea, completa y dinámica; siendo en sí la forma más inmediata para estar informados, y que las noticias transmitidas a través de ella, pueden o no influir, dependiendo de la convicción que tenga cada persona; coincidiendo con la opinión pública en que la televisión es el medio de mayor preferencia, ya que presenta diversidad de programas informativos, destacándose con mayor audiencia las noticias, las cuales, en opinión de los encuestados no influyen en la población en su decisión a la hora de ejercer el voto.



Los expertos indican que la mayoría de las personas no son influenciadas por este medio, ya que votan por el partido con el que se identifican desde joven; sin embargo, los encuestados consideran que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar.

Conocedores en la materia sostuvieron que los telenoticieros salvadoreños no están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer del proceso electoral en nuestro país; por otra parte la opinión pública expresó que sí están de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos en periodos eleccionarios.

Con respecto al telenoticiero Cuatro Visión los expertos opinaron que la ideología de dicho programa es de extrema derecha, porque defiende los intereses del gran capital y las noticias que presentan son dramatizaciones de hechos, haciendo de ello un espectáculo; sin embargo la opinión pública identificó al telenoticiero Cuatro Visión como uno de los tres preferidos, por ser según ellos, el de mayor objetividad y credibilidad.

