ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Capitulo I. Marco Teórico Conceptual. Los medios de comunicación social salvadoreño y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante períodos eleccionarios.

1.1. Importancia de la Comunicación.

Nadie duda que la comunicación es un elemento muy importante para la convivencia humana. El hombre no vive como un ser aislado sino que forma parte de conglomerados sociales, donde tiene la necesidad de expresar sus ideas y sentimientos, así como conocer el pensamiento y emociones de los demás.

Por lo tanto la existencia depende de la comunicación, en lo físico como en lo social; lo mismo ocurre con la existencia de otros seres de la Naturaleza. Se observa que los animales, desde los más pequeños insectos hasta los mamíferos, se comunican. Esta comunicación se realiza en forma instintiva, mediante movimientos, sonidos, sensaciones táctiles, sustancias químicas y estímulos visuales. El hombre también usa esta forma de comunicación, pero agrega una más; el lenguaje que le da categoría humana.

Las persona se interesan en comunicarse de forma eficiente y efectiva, se necesita para la capacidad de ser comprendidos y de comprender a los demás. Una buena comunicación nos inclina a ser tolerantes con los defectos ajenos y a convivir en un

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

mundo más humanizado. La comunicación en fin, es la llave de la vida y de la sociedad moderna.

Esto nos lleva a reflexionar sobre el hecho de que la comunicación es importante para todas las personas, desde cualquier situación en que éstas se desempeñen, ya sea como estudiantes, miembros de una familia o comunidad, socios de una organización o empleados de una empresa. La comunicación es una parte decisiva para el éxito del trabajo dentro de cualquier organización.

Dentro del marco de la sociedad, los medios de comunicación juegan un papel fundamental y se constituyen en piezas estratégicas para desarrollar la justicia y el bienestar social de ésta, además de ser utilizados para lograr objetivos, intereses e implementar ideas, sobre la realidad que le conviene al sistema posesionar en la mente de los miembros de la sociedad.

1.1.2. Comunicación Social

El papel de la comunicación es fundamental para el desarrollo y para el normal desenvolvimiento de la vida del ser humano. La comunicación, nace cuando se empieza a configurar la estructura social. Es así como logra trascender cualquier tipo de relación humana, pues el ser humano desde el comienzo se enfrenta a un universo de mensajes, información y necesidades.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Así mismo su vida implica siempre comunicación, permitiéndole interactuar con los demás con su entorno natural, con su trabajo y con su propia supervivencia.

El hombre modifica su realidad de manera constante para transformarla y transformarse por medio de la interacción. En la medida en que desarrolla ese proceso, el hombre establece relaciones sociales, al interior de las cuales debe ubicarse el fenómeno comunicativo como momento específico de la relación humana.

1.1.3.Formas de comunicación

La comunicación que surge desde el sector político puede observarse tanto en las oficinas de relaciones públicas de las dependencias como a partir de la actuación verbal que los políticos practican a través de la oratoria.

Las relaciones públicas

Las relaciones públicas son determinantes en la comunicación política, pues con ellas se pueden establecer puentes directos de comunicación entre gobernantes y gobernados; entre sectores, sean éstos públicos a privados; o entre sectores y otros grupos sociales. Un buen político debe manejar adecuadamente sus relaciones públicas, con la finalidad de que se le abran las puertas y pueda gestionar los servicios que requiera la comunidad a la que sirve.

Es frecuente que los funcionarios descuiden sus relaciones públicas, ocasionando con esto que el electorado se queje porque se siente engañado, ya que durante la campaña el

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

funcionario se mostraba muy accesible y, una vez logrado el triunfo, sólo se le encuentra en las informaciones de los medios de comunicación, y resulta muy difícil acercarse a él.

Sin embargo, otra de las cualidades que un gobernante debe tener es entereza para hacer coincidir lo que dice con lo que hace, ya que alguno líderes a pesar de su carisma, apariencia agradable, o de su elocuencia, no cumplen sus promesas, o sólo las dicen por salir de la situación o por manipular cínicamente las circunstancias y los acontecimientos, diciendo lo que su auditorio espera escuchar, sin sentirse comprometido por ello a realizar las acciones que como gobernante le corresponderían. El líder que actúa así se convierte en un demagogo.

1.1.3. La comunicación del sector político

Toda comunicación debe tener un gobierno, pues de otra manera no podría sobrevivir y correría el riesgo de que otra la invadiera o la asimilara. Los sistemas políticos buscar crear las mejores condiciones de vida para sus ciudadanos.

En las formas puras de gobierno está comprendidas la *monarquía*, que consiste en el gobierno de un solo individuo; la *aristocracia*, conformada por más de uno, es decir, por los ciudadanos, que por su prestigio, sus posesiones, por formar parte de la nobleza o por

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

destacarse en alguna actividad son los más prominentes en la sociedad; y la *república*, en la cual las decisiones importantes y que afectan a todos son decididas por la mayoría. Por formas impuras, los autores se refieren a aquellas en las que quienes ejercen el poder lo hacen sólo para su propio beneficio y no para el de la sociedad. En este grupo se incluyen la *tiranía*, ejercida por un monarca déspota; la *oligarquía* o gobierno que beneficia a los ricos; y la *demagogia*, que es una forma de democracia que sólo busca convencer con su discurso a la mayoría y busca beneficiar a ésta, a costa del descuido de los demás sectores que forman la sociedad.

Poco a poco la democracia ha ganado terreno como forma de gobierno, en la cual el consentimiento de la mayoría se impone sobre los intereses particulares de grupos y personas. La democracia entendida como el poder de, por y para el pueblo requiere de la participación activa y organizada de sus ciudadanos.

La democracia exige mayores espacios públicos de comunicación donde todos los ciudadanos participen, bien sea a titulo individual o en grupos. Para lograr que el sistema democrático funcione, el poder se ha repartido de manera mas o menos equitativa, y cada cual deberá ejercerlo de acuerdo con su propia responsabilidad social, es decir, aquella que conlleve según su rol social. Para ello se requiere que la comunicación fluya de manera adecuada. Para que la mayor parte de los ciudadanos participe, es necesario que los medios de comunicación le den la misma oportunidad de manifestarse a todos, en un ambiente de respeto, responsable y sano. La actividad de los medios de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

comunicación ha sido cada vez más persistente en las sociedades y ha llegado a todas, difundiendo modelos de vida y activando las relaciones de cada uno con el resto de la comunidad mundial. Los medios han llevado a la globalización a todas las culturas.

El Estado requiere de medios de comunicación confiables para transmitir sus mensajes a la comunidad en un clima de confianza y libertad. Los gobiernos necesitan cada vez más gobernar con y para el pueblo y no de espaldas a éste; a la vez que buscan legitimarse ante la opinión pública.

1.1.5. Función política en la comunicación

Los medios de comunicación tienen un gran poder para influir en la conciencia 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.

En ocasiones, ocurre, que quienes dirigen el medio tienen otras aspiraciones, principalmente de formar parte del sector político, por lo que aprovechan su influencia para lograr su objetivo. Lo pueden hacer de muy diversas maneras: mediante su relación

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

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 él 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 presenta 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. Su función es mediadora, pues permiten la difusión de mensajes de los poderes públicos y, a su vez, muestra el efecto de éstos en la comunidad; además son voceros que recogen el sentir popular hacia sus gobernantes.

Es difícil imaginar hoy una sociedad sin medios de comunicación masiva. En la actualidad no podemos sustraernos a su acción. Pero sus funciones deben estar orientadas hacia la verdad y el bien común, más allá de intereses particulares. De hecho,

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

en la actualidad 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 amplías, les otorga, a la vez que poder, una gran responsabilidad.

Comunicar masivamente representa hoy un gran compromiso social. Ello hace necesario un código deontológico 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 se han ocupado de legitimar su compromiso con la sociedad, para lo cual algunos han establecido códigos de ética. Un código de ética consiste en: "un conjunto de normas deontológicas emanadas de diversos organismos internacionales o nacionales para que los profesionales conozcan sus obligaciones y deberes, así como sus derechos, a la hora de ejercer con dignidad y honestidad su profesión, anteponiendo siempre el servicio a la verdad y al público, antes que ha sus propios intereses".[1]

El alto grado de confiabilidad que sus auditorios les otorgan 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 quien analice con sentido critico el contenido que percibe a través de ellos, con la finalidad de aplicar su criterio de veracidad, otorgándole la importancia y trascendencia que le corresponde.

[1] Weber Max, 1964.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

En ellos está presente el carácter público, entendido como valor político de la información. El periodista es protagonista central al que le corresponde la observancia 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.

1.2. Medios de Comunicación Social

Los medios de comunicación en El Salvador juegan un papel muy importante en el desarrollo económico y social del país. En términos generales se puede Considerar a los medios de comunicación, como un recurso tecnológico ya que permiten ampliar, conservar, reproducir y expandir las características físicas de un mensaje.[2]

A medida que ha ido evolucionando la comunicación social, han aumentado los grupos sociales y la necesidad de mantenerse informado.

Por lo general se denota la forma ideal, en que la comunicación busca el alcance especial de dar a conocer el mensaje en un tiempo adecuado y accesible para sector de la población a los cuales esta dirigido.

[2] Autor: Castellano Guardan. “Publicidad Persuasión para adquirir un producto”. Tesis Junio 1996.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

De cierta forma los medios de comunicación social son instrumentos que han contribuido con técnicas y estrategias de expresión hacia una comunicación que lleva al hombre ideas y sensaciones futuras.

Los medios sociales sirven prácticamente como vehículos para anunciar buenas nuevas a toda una gama de sectores que están al tanto de todos los acontecimientos que están ocurriendo alrededor del mundo.

1.2.1. Clasificación de los Medios de Comunicación

Por la naturaleza de su transmisión y recepción del mensaje, los medios de comunicación se clasifican en:

Auditivos (La Radio)

Audiovisuales (T.V. Cine)

Visuales (Valla, Prensa, afiches, folletos, correo directo)

En función de alcance a grandes cantidades de personas se puede clasificar en:

Masivos (Radio, T.V. y Prensa)

Selectivos (Cine, Vallas, Afiches, Folletos y otros)[3].

[3] López Martínez Yesenia, Los Medios de Comunicación (Caso Especifico la Televisión) Utilizada como Institución Ideológica en El Salvador, UTEC, 1995.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Para la utilización de cualquier de los medios es necesario determinar las propias características de estos, su alcance, públicos, credibilidad, horas de audiencia, tarifas y otros, estos datos son importantes, para fijar la forma en que se utilizarán dichos medios.

1.2.2. Influencia de los medios de comunicación en el Comportamiento de la Sociedad.

Siendo la comunicación un fenómeno social en el cual las palabras, imágenes, esquemas, formatos y diálogos se pretende informar y/o persuadir, es necesario que los medios de comunicación tomen conciencia del compromiso social ya que éstos son parte de la vida, por lo que deben desarrollar una labor con ética profesional que les permita ser imparciales y objetivos.[4]

Los mensajes influyen en la sociedad creando un fenómeno de ideologización, ya sea en lo cultural, en la educación, en lo político, económico, formando, desarrollando, cambiando o reafirmando en los perceptores destrezas, conocimientos y otros, para que éstos alcancen un máximo desenvolvimiento de su personalidad.

[4] Seminario sobre el Papel de los Medios de Comunicación en el proceso de Reconciliación Post-bélico, auspiciado por Centro de Investigaciones Tecnológicas (CENITEC) y la Asociación de Periodistas de El Salvador (APES)

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

1.2.3. El papel de los medios de comunicación en el proceso de democratización de El Salvador.

El conflicto armado estableció un sistema democrático y que necesariamente exige un rol protagónico de los medios de comunicación social.

En este nuevo proceso de pacificación y democratización los propietarios de los diferentes medios de comunicación y los profesionales de las comunicaciones adquieren nuevos compromisos frente a la población salvadoreña y principalmente en la política, crucial para la dinámica de cambios que surgen con la firma de los acuerdos de paz, del 16 de Enero de 1992.

Al cerrarse el ciclo del conflicto armado en El Salvador, se implanto condiciones para negociar entre todas las fuerzas vivas de la nación, para discutir un modelo político de contenido democrático, instrumento eficaz que permitirá garantizar el desarrollo y consolidar una verdadera democracia nacional.[5]

Dentro de los compromisos que los medios de comunicación deben asumir en una sociedad democrática esta la imparcialidad, la cual puede considerarse como el conjunto de compromisos primarios de mayor relevancia y que son la base de una verdadera praxis de esta, los cuales son: La Independencia, La responsabilidad, La ética; complementando por otros compromisos secundarios no menos relevantes como: La

[5] Benítez Díaz Susy Marlene, Estudio de los programas políticos de la televisión salvadoreña, UTEC, 1995

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

calidad, La fidelidad, La variedad, La sensibilidad, La amenidad, La eficacia y El cambio.

Estos compromisos son expuestos por Eduardo Ulibarri, partiendo de ellos como es la **Independencia**, que consiste en cuidarse del poder, de que no vayan a hacer influenciados por quienes tengan el poder.

Responsabilidad, es el compromiso de estar al tanto de las exigencias y necesidades que plantea la sociedad y tratar de satisfacerlas, como es la de informar verazmente.

Ética, implica el grado de honestidad y veracidad de informar; implica una práctica ética con la verdad, la justicia a la persona humana, a su libertad.

Otra guía que debe servir de directriz a los medios de comunicación es “tratar de hacer las cosas lo mejor posible”, o sea con calidad.

La dinámica de los medios de comunicación también tiene que expresarse en la fidelidad y la exactitud. **La Fidelidad** en palabras de Ulibarri se refiere a que el presentador y el medio de comunicación debe tener una actitud y una disposición de no distorsionar la realidad premeditadamente.

La exactitud se refiere a detalles y descripciones, o crónicas concretas, con lo que se alcanza la credibilidad que el medio debe ir creando en él publico.

La amenidad es un compromiso que los medios de comunicación tienen que enfrentar en el sentido que produzca una satisfacción inmediata, que el medio este bien escrito

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

que tenga un buen diseño, que produzca en la gente un vínculo emocional entre ellas y el medio de comunicación.

La eficacia es un compromiso que desde el punto de vista empresarial y económico, los medios de comunicación social tienen que saber manejar, ello requiere de una administración de ellos mismos como empresas que racionalmente maximizan sus recursos.[6]

Finalmente Ulibarri sostiene "que debe existir voluntad hacia el cambio". Cambio para responder a todas las necesidades, a nuevas actitudes y expectativas de la sociedad.

La evolución de la sociedad democrática solo podrá realizarse en la medida que los medios de comunicación social informen sobre su proceso político haciendo posible en el mediano plazo la reunificación de la sociedad salvadoreña, en democracia y sustentada en una paz firme permanente y duradera.

Las condiciones históricas del país en la década de los 80's y 90's influyeron determinantemente para que la programación televisiva sufriera un cambio muy significativo, lo que también afecto a las programaciones de la radio y edición de los periódicos.

La comunicación abrió una nueva etapa en la vida política de El Salvador; su impacto aumentó en la medida en que avanzaron los satélites, la electrónica y la ciencia en su conjunto. De esta forma los programas de carácter político, como la radiodifusión

[6] Ulibarri, Eduardo "El papel de los medios de comunicación social en una Sociedad Democrática". Seminario realizado por el centro de estudios Democráticos, San Salvador, 1990.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

salvadoreña, han surgido en un momento político decisorio para la institucionalidad democrática.

El proceso de reconciliación nacional será consolidado en la medida que programas de esta naturaleza vayan desarrollándose y sensibilizando a la imparcialidad, opinión pública, e impulsen el debate, la discusión y la concertación entre las distintas fuerzas sociales y políticas de El Salvador, son en esta perspectiva donde se establece la relevancia de estos programas.

1.2.4. Función de los medios de comunicación social

Las funciones principales de los medios de comunicación son cuatro:

Función Persuasiva no hay duda que la comunicación persuasiva es una herramienta que puede utilizarse con buenos o malos fines, pero en uno u otro sentido su poder es grande, ya que trata de llamar la atención sobre un mensaje a través del cual incita a realizar acciones que son de interés del emisor.

Función Formativa se logra a través de programas especializados tales como: educativos y culturales que ayudan a la formación personal del individuo.

Función de Entretenimiento permite distraer al publico a través de mensajes musicales, humorísticos, comedias, dramas, acción, suspenso y deportes.

Función Informativa los medios informan todo el acontecer del mundo por medio de las noticias.

Como se ha mencionado anteriormente, los medios de comunicación se clasifican como; masivos y selectivos.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Entre los medios masivos encontramos La Radio, que es considerado el medio masivo por excelencia, ya que puede llegar a los lugares más distante, 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.

1.3. Historia de la Radio

1.3.1. La Radio Internacional

La radio fue el primer medio electrónico de comunicación colectiva, su trayectoria ha permitido evolucionar y convertirse en uno de los medios que pese a sus limitantes, es más importante y efectivo en las comunicaciones. En 1920 en Norteamérica comienzan las transmisiones de radio, brindando información sobre diversos tópicos. La emisora KDKA de Pittsburg de Norteamérica, fue la que en ese mismo año(1920) transmitió las elecciones presidenciales de Estados Unidos, convirtiéndose esto en un gran acontecimiento, alertando a la prensa, que para ese entonces era el único medio de información escrito existente.

La Weintinghouse Electric Company era la propietaria de la KDKA. Esta empresa existe hasta hoy en día siempre en el medio radio.

En 1921, la RCA (Radio Corporation of America), con la ayuda del presidente Franklin D. Roosvelt y utilizando como antena la torre Eiffel, transmitió la pelea del siglo. Esta

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

pelea hizo que la radio comenzara a despertar interés de muchos empresarios y públicos en general.

En esa época los programas eran escasos y se transmitían con muy poca frecuencia, además su recepción era de mala calidad. Sin embargo en 1922 había mas de un millón y medio de aparatos de radio y un poco más de 500 emisoras transmisoras en E.E.U.U. Luego en ese mismo año nace la BBC de Londres. Siendo esta una de las estaciones con mayor categoría y prestigio en el ámbito mundial. En la actualidad mantiene las mismas siglas.

Fue en España en el año de 1932 que se firma el Reglamento General de Radio Comunicaciones, que tuvo como fin el de poner un alto al uso arbitrario de siglas, y de ésta forma cada país tuviera sus radiofrecuencias en relación con sus siglas.

1.3.2. La Radio en El Salvador

El fenómeno radiodifusión en El Salvador, fue la de las Comunicaciones Eléctricas, la primera estación fue fundada en 1910, la cual tuvo como fin el de comunicarse con los barcos que surcaban las costas. A los primeros mensajes transmitidos se le denominaron **“marconigramas”**, en homenaje al inventor del telégrafo sin hilos: **Guillermo Marconi.**

En los años de 1924 y 1925 la estación “Venustiano Carranza” empezó a hacer ensayos de radiotelefonía a la que se le llamó “Radio Teléfono de Chispa”, ya que los impulsos telegráficos salían como chispas y ascendían por el alambre conductor hacia la antena.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

El General Venustiano Carranza donó esta emisora a El Salvador, en agradecimiento al presidente salvadoreño Carlos Meléndez, quien durante los años de la revolución mexicana le había enviado ayuda en armas. La emisora Venustiano Carranza, no puede considerarse dentro del moderno concepto de la radiodifusión. A iniciativa del Director General de Teléfonos, don Ricardo Posada, se pidió la primera estación radiodifusora (la primera en funcionar en Centro América). Esta radiodifusora se instaló en el piso del Teatro Nacional y las antenas se colocaron en la terraza del mismo edificio.

El 1°. De Marzo de 1926 se inaugura la primera estación de radio en el país, en el período del Presidente de esa época Don Alfonso Quiñónez Molina, la cual se llamó "AQM" llevando las iniciales del mandatario. La radio continuó transmitiendo, hasta finales de febrero de ese año. Un año después la AQM cambió sus letras llamada por R.E.S.(Radiodifusora de la República de El Salvador); pero en 1933 pasó a llamarse Radiodifusora Nacional R.D.N., esta denominación llego hasta 1936. Fue precisamente en 1936, cuando cambia la Radiodifusión Nacional (YSS) "Alma Cuzcatleca, Radio Nacional de El Salvador". Conservando hasta hoy las letras llamada YSS RADIO EL SALVADOR.

1.3.3. Importancia de la Radio

La Radio es como un universo rico en sugestión por su capacidad de crear imágenes auditivas que pueden abrir anchos caminos a la imaginación y tender puentes afectivos directos e inmediatos con el oyente.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

En nuestros días la radio a adquirido un auge tan preponderante que se ha llegado a afirmar que es la principal fuente de información de entretenimiento de América Latina. El auge y la capacidad de penetración de la radio a logrado llegar a millones de oyentes de todo estatus social por que va más haya de nuestras grandes masas. La radio es más que un medio es un lenguaje construido de palabras, sonido, música. Por lo tanto, se puede hacer mucho, siempre y cuando se haga en un lenguaje sencillo y propio de leyenda. Para que el mensaje sea interpretado adecuadamente.

La comunicación por su naturaleza dentro de la radio es de doble vía, por lo que es necesario que haya cierto tipo de retroinformación para saber si ha habido éxito, por ejemplo:

-En lo educativo.

La educación es un elemento importante para el desarrollo del pueblo. La radio juega un papel importante en la información personal del individuo, transmitiendo conocimientos e información que ayuda al oyente a crear conciencia y una percepción más critica de la realidad.

Este medio masivo también ayuda a inducir en las personas a aprender formas de pensar y de sentir, lo cual les permite aumentar su productividad y elevar sus niveles de vida. Algunos programas educativos deben poseer las siguientes características al momento de su realización:

-ayudar al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea.

-facilitar los elementos para comprender la realidad.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

-estimular la inteligencia en raciocinio y reflexión.

-identificar las necesidades y los intereses de la comunidad a la que se dirige.

-fomentar él dialogo, los valores comunitarios que lleven a la unión y cooperación.

-estimular la toma de decisiones maduras y responsables.

Por otro lado lo informativo en la radio esta interrelacionada con lo educativo. La situación consiste en transmitir información, conocimientos y datos que permitan enriquecer a los individuos.

Algunos investigadores afirman que el programa mal elaborado pudo convertir al radio escucha, en un oyente pasivo dejándolo sin la capacidad de razonar, puesto que no existe la interacción o retroalimentación para discutir, aclarar interpretar algo lo que hace del emisor un autoritario y por lo tanto el oyente considera que toda la información expuesta por el emisor es correcta.

Este medio puede utilizarse para orientar y educar a través de espacios creativos, como socio dramas sobre la vida diaria, charlas, entrevistas y otra clase de formatos que los productores pueden utilizar en la radio revistas informativas, generales o educativas. Lo que permite captar de una manera amena, e ingeniosa, la idea y pensamiento que el productor de sea proyectar.

-En lo económico.

Los anuncios y auspiciadores siguen representando una entrada financiera significativa. La radio como cualquier otro medio es financiado por la publicidad; el principal sentido de la radio es la comunicación de servicios inmediatos.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La radio se caracteriza por la creación de programas dirigidos a cada sector de la población. Por lo tanto las agencias publicitarias buscan influir en los sectores más específicos para dar a conocer e incrementar las ventas d los productos de sus clientes.

La radio contribuye al desarrollo económico al ser un instrumento de apoyo de la actividad de comercialización de bienes y servicios, así como también de las agencias de publicidad, esto sin lugar a dudas ayuda a la creación de mas empresas fomentando la economía con la generación de empleos e ingresos.

La finalidad que sustenta la inversión de todo negocio es la obtención de ganancias, los diversos factores intervienen en la realidad de la radio que involucran distintos campos profesionales y cada uno de ellos contribuyen con su especialidad a la conformación de la empresa radial. Convirtiendo a la radio dentro de u proceso de desarrollo económico como un punto decisivo en la comercialización de mercancías.

-En el campo social.

La radio, así como todo medio de comunicación, no puede estar fuera de al sociedad puesto que debería ubicarse en la formación social que es donde nace, se desarrolla y reproduce. De aquí que la radio se vincule con el desarrollo social de los países.

El desarrollo social se logra a través de los espacios de dialogo e interacción de las personas y el protagonismo de los ciudadanos; la radio ayuda a fortalecer en las personas sus estados de animo, voluntad y sensibilidad para que estén en un compromiso real con las propuestas de desarrollo social y es así donde la radio puede proyectar una ayuda con

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

la humanidad, por ejemplo; en proyectos de salud, medio ambiente y en proyectos en general de ayuda a la comunidad.

La actividad radial también cumple con una función de beneficio social o comunitario dando cabida a la información de diversos ámbitos entre los que puede mencionarse extravíos de personas, documentos robo de vehículos consejos de salud y más.

-En lo político.

A través de la historia la radio ha sido considerada como medio masivo por excelencia que más influencia ejerce sobre la mente del ser humano, capaz de modificar su conducta y crear reacciones de diversa índole en cadena, con la difusión de un simple mensaje.

Las instituciones políticas buscan influir en las actitudes y opiniones de las personas para poder cambiar la estructura de poder existente. La radio logra mostrar a la población las diversas alternativas políticas que se promueven por medio de sus plataformas, sus candidatos, estructuras del partido entre otras. Lo cual permite a las personas tomar su decisión al momento de ejercer el sufragio.

La radio como medio de comunicación debe trabajar por buscar y ampliar los valores democráticos y de justicia social; es por ello que su deber de informar a la ciudadanía no debe estar manejado por intereses ideológicos políticos. Por lo tanto la participación de la sociedad en los medios desarrolla un nivel mas critico de la realidad política; es así

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

como los políticos pueden tomar ideas de la población que ayuden a resolver los problemas que enfrentan las diferentes comunidades nacionales.

1.3.4. La Radio Moderna como medio de comunicación

Es notorio el desarrollo que ha tenido la radio después de 73 años de haber surgido. La conversión de medios de difusión al de comunicación es uno de los pasos más importantes, y que, obviamente la ha beneficiado con creces hasta considerarla en una de las de mayor preferencia. La aparición de la televisión creó nuevos retos al sumarse un miembro mas el campo de las comunicaciones. Sin embargo, el medio caliente logro sobrevivir y encontró su propio nicho en el mercado.

Para mantenerse como una de las favoritas, la radio ha tenido que modernizarse, actualizándose en el uso de tecnología y recursos. Los nuevos métodos de trabajo que han mejorado y ampliado la aplicación de diversos formatos por medio del uso de técnicas radiofónicas innovadoras. Otra manifestación de la modernización se refiere a la calidad y profesionalismo en la producción radiofónica, aspectos de relevancia para entrar en un mundo de competencia comunicacional.

Los avances tecnológicos han beneficiado a los medios de comunicación a través del uso de alta tecnología permitiendo un mayor alcance y cobertura Nacional e Internacional. Esto posibilito el agrupamiento a través de redes que buscan intercambiar experiencias para unificar y fortalecer su trabajo.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

En la medida en que la modernización avanza y el contexto de los medios se desarrolla, también la participación ciudadana toma un papel más activo involucrándose en actividades relacionados con la problemática local y nacional.

1.3.5. La radio después de los acuerdos de paz.

A partir de los Acuerdos de Paz, El Salvador ha tenido cambios importantes en el ámbito de la libertad de expresión, observándose en los medios de comunicación una mayor participación ciudadana, por medio de los programas radiofónicos, en las entrevistas por ejemplo, se discute y analiza diversos temas relacionados con la problemática comunitaria, por supuesto que esto siempre existió aun durante la guerra, pero después de esta los radioescuchas tienen mas confianza y seguridad en manifestar libremente su opinión sobre el tema abordado.

En la actualidad los ciudadanos están perdiendo paulatinamente el temor de expresar sus opiniones y formas de pensar, ello ha contribuido al desarrollo de una radio más imparcial y a formar una conciencia critica sobre su entorno. Otro elemento importante de los cambios surgidos se refiere a la amplitud en la cobertura, dado que ha logrado penetrar hasta aquellos lugares más lejanos del país. A demás algunas comunidades cuentan hoy en día con sus propias radios lo cual es un aporte importante para el desarrollo local y nacional. El auge radiofónico es un componente de vital importancia para que la población escoja entre ellas, las estaciones que considere que llena sus expectativas personales.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.3.6. La radio en los procesos eleccionarios.

El Salvador antes de la firma de los acuerdos de paz estuvo gobernado durante 50 años por una dictadura militar apoyada por los grupos de poder económico y el gobierno de Estados Unidos, este régimen se caracterizó por constantes golpes de estado y fraudes electorales como el sucedido en 1972, cuando La Unión Opositora (ONU) liderada por civiles gano las elecciones, estas fueron anuladas por los militares, burlando la voluntad popular.

A partir de los Acuerdos de Paz alcanzados se da por primera vez la participación histórica de la izquierda, representada por el FMLN; echo de suma significación para el país y el sistema político, dado que se sientan las bases para el ejercicio plural de ideas.

Como resultado de este proceso, los fraudes electorales quedaron en el pasado, gestándose cambios positivos para el fortalecimiento del sistema político, la participación ciudadana y la naciente democracia.

1.3.6.1. La radio y su incidencia en los procesos eleccionarios.

Eventualmente la gente cree, que lo que escucha por la radio y ve por televisión es verdad, pues se cree que si lo dijeron los medios de comunicación es por que debe ser cierto, por la seriedad con la que estos dan la información.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

En la actualidad las personas confían tanto en los medios, que si hoy el Presidente de los EE.UU. anuncia que ha declarado la guerra a Irak, pero es muy seguro que las personas inmediatamente se abastecieran de víveres y los más, religiosos acudirían a las Iglesias a pedir por la Paz; esto debido a la información transmitida por el medio.

Algunos autores dicen "lo que no sale en los micrófonos y en la pantalla, es como si no hubiera ocurrido. Lo que los medios afirman, afirmado queda. Lo que ignoran, no existe".[7]

La facultad que tiene la radio que hace creer lo que dice, hace pensar que la influencia en las personas puede ser significativa. El hecho de enviar un mensaje y que las personas crean lo que se dice a través de un segmento informativo, hace de la radio un medio de gran influencia e impacto en los oyentes.

Sin embargo, para que exista influencia se necesita de la persuasión, que se define como la acción de convencer a una persona o grupo para que haga o crea algo. Los comunicadores sociales buscan conocer el sentimiento de los demás, saber como actúan, como piensan, que hacen, para así poder determinar la manera en que se comportara el individuo en diferente situaciones y así crear mensajes persuasivos. La persuasión es también adecuar los mensajes al sector o grupo que se desea llegar; una vez conociendo sus actitudes, puede disponerse a adecuar los mensajes según el nivel de entendimiento y comprensión que poseen las personas.

[7] López Vigil, José Ignacio. Manual para Radialistas Apasionados. Pag.25

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Otro punto importante de aclarar, es la credibilidad y prestigio de la fuente. Si las personas creen en muchas cosas, y sobre todo lo que los medios de comunicación dicen es de esperar que la persuasión juega un papel importante. La radio y los medios moldean diariamente a todo individuo al rededor del mundo.

Se podría decir que si se conoce como actúan las personas se podrá adecuar la información a su modo de pensar, si la fuente posee una credibilidad y prestigio, y así se conoce lo que los demás necesitan, la persuasión estará bien compactada para ejercer su función como tal.

1.3.7.Características de la radio.

- **Medio Caliente**

  La radio se considera un medio caliente porque la participación del público es baja, la definición de su mensaje es alta y exige una gran dosis de información y, además, la reacción que provoca es de carácter exclusivo.

- **La radio es Amistosa**

  La radio acompaña a todo tipo de personas. Su variada programación y su presencia universal en receptores que van desde el poderoso equipo de sonido hasta la modesta radio a pilas o "personal" permite que la radio sea el medio más cercano a las personas.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

La radio es amiga inseparable y permanente de las amas de casa, de los jóvenes, de la gente que trabaja, de los deportistas, de los conductores, de las personas bien informadas.

- **La radio esta en todas partes**

  Casi no existen hogares donde no haya por lo menos un receptor. En muchos de ellos hay una radio en cada habitación de la casa. Prácticamente todos los automóviles están equipados con radio.

  La presencia de radios en oficinas, talleres, lugares públicos y hasta en las calles, en forma de receptores personales, confirma que éste es el medio más utilizado y el medio más cercano a la gente.

- **La radio es el medio más personal**

  Las personas se relacionan con la radio de una manera más cercana que con otros medios. Identifican sus estaciones, saben como encontrar sus programas favoritos y establecen una importante lealtad hacia ellos. Hacen de la radio parte de sus hábitos cotidianos.

  La gente se identifica con la radio porque en ellas encuentra espacios donde se habla su propio lenguaje.

- **Es parte de la comunidad**

  La radio se integra estrechamente con la comunidad a la que pertenece. Ya sea en una gran metrópoli o en un pequeño pueblo, la radio asume un rol protagónico indiscutido como medio de información local y como canal de expresión.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La gente percibe a la radio como un importante miembro de la comunidad que representa y en ella se ve reflejados sus intereses, su cultura y valores.

Como medio local, la radio, ofrece un servicio inigualable para promover y dar a conocer los eventos de la zona, entregar servicios a la comunidad y en muchos casos reemplazar la falta de otros medios para enviar mensajes familiares.

1.3.8. Ventajas y Limitantes de La Radio

Ventajas

- Amplia difusión popular
- Simultaneidad
- Instantaneidad
- Largo alcance
- Bajo costo
- Acceso directo a los hogares de los destinatarios

Limitaciones

- Unisensorialidad
- Ausencia del interlocutor
- Fugacidad
- Empatía
- Perceptor condicionado.[8]

[8] Titulo. Producción de programas de radio, pag.70

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.3.9. Tipos de programas Radiales

Dentro los programas radiales, se hace una clasificación basado en el número de voces que intervienen. Hay tres maneras de escribir un programa de radio:

- Como monólogo: Es el formato más barato pero aburrido y ofrecen menos problemas de producción.
- En forma de diálogo: Se puede presentar en los diferentes términos como es la Entrevista, Mesa redonda, Reportaje y Radioperiódico, este formato es más complicado que el monólogo.
- En forma de drama: Tiene que llevar la secuencia, es como una historia, anécdota, un tema que se desarrolla o un suceso importante que se necesitan personajes o actores.

1.3.10. Clasificación de los Formatos Radiofónicos

- La dramatización: es la más activa, y paradójicamente la que más se acerca a la vida real.
- El Radio-Reportaje: es una monografía radiofónica sobre un tema dado. Es una presentación completa de un tema.
- Mesa Redonda: son programas realizados con 2 ó más invitados, a fin de ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o cuestión determinada.
- La Radio-Revista: con base en temas y secciones variadas.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- El Radio-Periódico: o diario oral, contenido y desarrollo igual que un periódico escrito, diferentes secciones como; noticias nacionales e internacionales, política, deporte, y otros.
- Entrevista Indagatoria: asume el carácter de tribuna de opinión pública
- Entrevista informativa: diálogo basado en preguntas y respuestas
- Charla: no debe exceder de 5 minutos, hay tres variantes: creativa, expositiva y testimonial.
- El noticiario: (Formato Noticia) información sintética y escueta de un hecho.
- La Nota o Crónica: información amplia de un hecho.
- El Comentario: análisis y opinión acerca del hecho que se comete.
- El Diálogo: puede ser didáctico o radio-consultorio. [9]

Estos formatos son adoptados de acuerdo a los objetivos de cada radiodifusora y a la creatividad del conductor. Eso significa que ninguna radio esta obligada a seguir este esquema.

1.4. Ideología

1.4.1. Antecedentes

Según Hans Barth la palabra ideología procede de la época de la Revolución Francesa. Fue creada por Antonio Destutt de Tracy como designación de una disciplina filosófica destinada a formar la base de todas las ciencias.

[9] Paquete Didáctico de Producción en Radio, 1997, pag. 7. Universidad Tecnológica de El Salvador.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Sin embargo cuando Francia pasó paulatinamente de la República Democrática a la Autocracia Despótica, los conceptos ideología e ideólogo adquieren un significado despectivo y hasta desdeñoso, cuyo origen esta en la calumniosas imputación de Napoleón Bonaparte de que la ideología es el producto de una actitud teórica que no concuerda con la realidad, es decir con la realidad político-social. Sin embargo, si la ideología estuviera alejada o divorciada de la realidad, difícilmente existiría una razón plausible para el odio con que Bonaparte la persiguió, pero según todas las apariencias la ideología como teoría guardaba una relación precisa con la practica política concreta.[10]

1.4.2. Concepto de Ideología

"Es un sistema de concepciones e ideas: políticas, jurídicas, morales, estéticas, religiosas y filosóficas". La ideología forma parte de la superestructura y como tal refleja en ultima instancia, las relaciones económicas. A la lucha de los intereses de la clase en la sociedad de clases antagónicas, corresponde la lucha ideológica.

La ideología puede constituir un reflejo verdadero o falso de la realidad, puede ser científica o no científica. Los intereses de las clases reaccionarias dan origen a una ideología falsa; los intereses de las clases progresivas, revolucionarias, contribuyen a la formación de una ideología científica. El Marxismo-leninismo es una ideología auténticamente científica, expresión de los intereses vitales de la clase obrera, de la inmensa mayoría de la humanidad, deseosa de paz, libertad y progreso.

[10] Hans Barth, Verdad e Ideología, Fondo de Cultura Económica, México 1951, pag.50

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.4.3. Generalidades

La ideología presupone la organización total de la sociedad, su complejidad, su visión del trabajo, su diferenciación en las clases y otros grupos importantes cuyos componentes se ubican y actúan de diferente manera en la estructura social, de poder y en el proceso histórico, compiten por recursos escasos, tienen distintos intereses, fines y enfoques de la realidad se enfrentan en conflictos, antagonismos y luchas de todo tipo. No son atribuibles ni a individuos aislados ni a la sociedad como un todo.

Las ideologías proveen una organización coherente de la experiencia social de los grupos, clases y de sus miembros, en el contexto de una sociedad, se orienta a la operación y manipulación, a la acción o la inacción conscientes para el logro de fines continuos, se configuran y se definen en y por la acción.

Permite a los seres humanos ver, identificar y comprender claramente sus intereses y objetivos que surgen de su ubicación en la división social del trabajo y de su exploración del mundo, expresar esos intereses tal como se los perciben, darles significado, forma, respeto y defenderlos con eficacia.

Permite a los seres humanos comprender, describir y dar sentido a los acontecimientos y al mundo, explicar por que los seres humanos responden a los unos y a los otros como lo hacen. No contrastan ni se contraponen con la realidad y el sentimiento común, ni son descripciones disfrazadas del mundo y definiciones del sentido común, que se formulan

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

desde puntos de vista específicos contrapuestos y en situaciones particulares y relativas de la sociedad y de la historia.[11]

Las ideologías se identifican con los grupos a las clases que las expresan y adoptan, ya que proveen focos estables para la formulación y la difusión de ideologías. La división del trabajo crea grupos unidos por la comunidad de situaciones, papeles, intereses, experiencias y por el conflicto con otros, e impulsa así la definición de los grupos en términos ideológicos.

1.4.4. Ideología de los Medios de Comunicación

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la tesis titulada La transmisión de la prensa escrita en El Salvador, los medios se han caracterizado por defender los intereses económicos y políticos de determinada clase social, con lo que han logrado imponer su ideología a través de la difusión fragmentada de la realidad.

Ya que cada medio tiene su propia ideología, opina y defiende sus intereses de acuerdo a la política de cada uno.

En el caso de la prensa escrita en el año de 1944 el Gobierno del General Maximiliano Hernández Martínez manda al exilio al señor Napoleón Viera Altamirano (Propietario de El Diario de Hoy), quien cuestionaba fuertemente a través de su medio, la política gubernamental de la época.

[11] Marx, Karl, Engels, Federico, La Ideología Alemana. Edición Grijalbo, España. 1970, pag.78

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

De igual forma el señor Jorge Pinto (Propietario de El Diario Latino) en ese mismo año (1944), fue capturado y encarcelado por haber publicado un documento firmado por más de cien personas, quienes demandaban la renuncia del General Martínez.

Las represalias culminaron con el atentado de que fue objeto el señor Pinto, donde resulto gravemente herido. Dentro de ese mismo marco de represión social de los años 50 a los 70 es que se dan situaciones donde periódicos como “El Independiente” y “La Crónica del Pueblo”, medios fuera de control del monopolio existente, se constituyen en casos ejemplares, ya que ambos fueron destruidos mediante atentados dinamiteros donde siempre se responsabilizo a sectores ligados a la clase ostentosa del poder, y quienes jamás permitieran el disentir de las ideas.

Tradicionalmente los gobiernos en turno, además de proveer información y protagonizar las noticias, establecen el marco constitucional del quehacer periodístico que se produce dentro del sistema político que ostenta y dispone además de sus propios medios para controlar y orientar el flujo informativo.

Durante el conflicto armado en El Salvador (1975-1992), los sectores populares fueron obligados a recurrir a campos pagados para lograr, en alguna medida, hacer llegar sus puntos de vista acerca de la realidad nacional, muchas veces, incluso estos espacios pagados, aún así, no tenían cabida en algunos rotativos.

La ideología de La Prensa Gráfica, por ejemplo, se define como imparcial aunque en determinados momentos de la historia salvadoreña ha sido catalogado como Derechista y defender los intereses de la libre empresa, esto afirma cuando se sostiene que en las

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

páginas de La Prensa Gráfica se publica solamente lo que conviene a sus intereses como empresarios, a sus anunciantes y su gremio en general.

1.4.5. Funciones de la Ideología

El término de ideología es usado de muy diferentes maneras para expresar realidades a veces muy distintas. Hay dos concepciones fundamentales sobre la ideología: **Funcionalista y Marxista**.

Funcionalista; supone que la sociedad es un sistema coherente y unitario, regido por un sistema único de valores y normas, en la que el sujeto actúa principalmente como individuo. **Marxista;** encuentra que la sociedad se configura por el conflicto entre grupos con intereses contrapuestos y que el individuo en fundamentalmente un representante de su clase social.[12]

La ideología es un elemento esencial de la acción humana ya que la acción se constituye por referencia a una realidad significativa que está dada por unos intereses sociales determinados.

Por eso se afirma que la ideología cumple con una serie de funciones:

- Ofrecer una interpretación de la realidad.
- Suministrar esquemas prácticos de acción
- Justificar el orden social existente
- Legitimar ese orden como válido para todos, es decir, dar categoría de natural a lo que es simplemente histórico

[12] Althusser, L. Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado. La Penseé, Junio 1970

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Ejercer en la practica la realidad de dominio existente
- Reproducir el sistema social establecido.[13]

1.5. El poder político de los medios

Los medios de comunicación suelen ser considerados como armas de control social, a través de los cuales se sugiere al público qué pensar, cuándo, cómo y hasta dónde pensar, orientando la opinión en un sentido o en otro. A esto se debe que los gobiernos los respeten y hasta hagan caso omiso cuando se extralimitan, ya que de lo contrario el medio se puede quejar de que se le restringe la libertad de expresión. El medio, en ocasiones, consigue tener mayor poder que el Estado, razón por la cual se ha denominado a la prensa como el cuarto poder, pues posee más capacidad de convocatoria que los tres poderes del Estado, a los que a veces inclusive puede llegar a suplantar. Así, un medio puede denunciar públicamente un hecho y presentar todas las pruebas para que la sociedad juzgue al culpable y hasta lo condene y le imponga el castigo, a sugerencia del medio, con lo cual puede suplantar al Poder Judicial. Sin embargo, a veces los medios actúan a favor del ciudadano permitiéndole denunciar por su conducto las acciones reprobables que cometen los otros poderes.

Los medios, además, constituyen un poder independiente, pues inciden, de manera directa o indirecta, en el curso de los acontecimientos. Las posibilidades de alcance con que cuentan les hace ser partícipes privilegiados del poder, con funciones distintas de

[13] Martín Baró, Ignacio. Acción e Ideología, Editorial UCA, Quinta Edición, 1992

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

aquellos de los poderes institucionales. Esto no obsta, sin embargo, para que los medios multipliquen el poder del gobernante. Diariamente el sector gubernamental se manifiesta a los ciudadanos informándole de sus acciones en beneficio de la comunidad mediante la transmisión de declaraciones, entrevistas y campañas realizadas a favor de la comunidad. Pero los medios no sólo publican lo anterior en ocasiones también hacen eco de escándalos de corrupción y de la vida privada de los funcionarios.

A toda la información mencionada se suma lo que proporcionan sobre lo que acontece más allá de las fronteras, los acuerdos comerciales, las guerras, los sondeos de opinión, las declaraciones de representantes de vecinos, las entrevistas a sectores, los reportajes y el análisis editorial del acontecer político. A su vez los medios son un reflejo de la sociedad, pues recogen la expresión de los gobernados traducida en demandas de todo tipo hacia su gobierno. Aun así, se puede ver que no todos los grupos que conforman una sociedad reciben la misma atención, ni los mismos espacios, ni con la misma frecuencia.

Para concluir, esto se interpreta como una frase conocida, los pueblos no sólo tienen los gobiernos que se merecen, sino que también tienen los medios de comunicación que se merecen.

1.6. Opinión Pública

La opinión publica ha sido el concepto dominante en lo que ahora parece referirse a la comunicación política. Y es que después de muchos intentos y de una más o menos larga serie de estudios, la experiencia parece indicar que opinión pública

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Implica muchas cosas a la vez; pero, al mismo tiempo, ninguna de ellas domina o explica el conjunto. Además, con el predominio de los medios de comunicación moderna, en una sociedad masificada el territorio de la opinión parece retomar un nuevo enfoque.

Tradicionalmente han sido los gobernantes quienes emiten mensajes hacia sus gobernados. Pero este esquema ha cambiado a medida que la democracia avanza. Los gobiernos que hoy se precian de ser democráticos suelen recurrir a las formas de consulta popular, para determinar el rumbo a seguir en la política. Y aún el ciudadano se manifiesta en diversas formas, por ejemplo; la reunión de grupos en manifestaciones públicas, acudiendo a los medios de comunicación para expresar su inconformidad o denunciar abusos de funcionarios, por lo que se considera que el actor político cambia su rol pasivo por otro más activo, es decir se transforma en emisor. Se considera que en la opinión de la sociedad influyen:

- el uso y la costumbre
- la religión
- la cultura
- la educación
- los prejuicios
- las actitudes
- la experiencia socioeconómica
- Los medios de comunicación masiva.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Todo esto es una forma en que se organiza la sociedad. La interdependencia entre quienes son elegidos para gobernar y el resto de los ciudadanos es cada vez más estrecha.

Por otra parte quienes gobiernan buscan volver más transparente su función. La democracia parece ser un sistema en el cual ambos sectores, gobernantes y gobernados, contraen un compromiso mutuo.

En cuanto al papel político de la opinión, es importante considerar la función que juegan los portavoces de gobierno, los departamentos de comunicación del estado, los propagandistas, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil en su conjunto.

1.6.1. Política oficial, versión oficial y opinión

Se debe establecer una distinción entre los lineamientos políticos del Estado, la versión oficial por parte del gobierno sobre algún acontecimiento y lo que los ciudadanos opinan sobre la política. A veces encontramos que la opinión de los ciudadanos sobre lo que realiza el sector político no es tomada en cuenta por quienes gobiernan cuando estos toman decisiones que afectan a la mayoría.

En ocasiones la intención del sector político es mantener el control del poder por encima de grupos e intereses de la sociedad. También se percibe como el Estado y sus

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

gobernantes promueven una determinada ideología, a través de la cual se interpretan los hechos, se toman decisiones y se promueven tendencias y actitudes.

Sin embargo, una sociedad sana y equilibrada es aquella en la que es posible la interacción de los ciudadanos y grupos con su gobierno, en cuanto a ser escuchados entre sí y tomar en cuenta aquellas voces que reflejan lo mejor para la sociedad. A su vez, los gobernantes deben ser honestos al difundir las versiones que sobre su actuación demandan los ciudadanos.

1.6.2. Las formas de Consulta Popular

En la democracia, la opinión publica constituye un valor cultural que influye en la política de una comunidad. Hoy en día resulta difícil hacer política sin el concurso de la opinión, pues ésta determina, en muchos casos, el éxito o fracaso de los gobernantes, sugiere y valora los temas que considera importantes para una sociedad, y representa una fuente de contenido para los medios de comunicación publica. Los poderes públicos se legitiman en el consentimiento popular, ya que la democracia requiere del consenso y de la participación social.

El curso de los acontecimientos para cualquier sociedad, se ven influido por la opinión publica en la medida en que los ciudadanos participan en los cambios políticos y en los procesos democráticos. En el siglo xx ha ocurrido una transición de una mayoría de países gobernados por regímenes autocráticos hacia gobiernos más o menos populares,

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

aunque hayan quienes supongan que existen nuevas y más sofisticadas forma de dominio. No obstante la popularidad de algunos gobiernos ha generado levantamientos y cambios sociales.

También se percibe que en la actualidad, el ciudadano esta mas preocupado y participa mas en la toma de decisiones que trasciende su ámbito nacional, en cuanto nuevos acuerdos y formas de alianza entre los países.

Los sondeos de opinión permiten detectar corrientes latentes en grupos. La clase política debe considerar los sentimientos de la sociedad en la que se sitúa, los ideales, sentimientos nacionalistas, étnicos, y otros.

Algunos de estos efectos suelen afectar la psicología de la sociedad, creando actitudes de conformismo o disconformidad social, y cambios en los modelos políticos. Los cambios surgidos a partir de eventos colaterales como por ejemplo; epidemias, huracanes, terremotos, también afectan la opinión.

1.7. La propaganda.

La propaganda consiste en toda acción organizada para difundir una idea, opinión, doctrina o religión. Es un elemento necesario para la difusión de valores, el cambio de actitudes y la información en cuanto a las propuestas de los partidos políticos como cuerpos de doctrina social.

Por medio de la propaganda se enaltece o minimiza un cuerpo de ideas o a un personaje. Con ello los manipuladores suelen proponer alternativas de solución a viejos o nuevos

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

problemas y carencias sociales, tendientes a influir y manipular la conciencia de los ciudadanos, aprovechando que muchas veces éstos no saben lo que en realidad desean. Esto significa que en ocasiones, la propaganda sea más peligrosa que benéfica.

En este último caso la propaganda se utiliza para difundir información tendiente a convencer al receptor de la validez de ciertas ideas, acciones o propósitos de la autoridad, con el objetivo de lograr fines particulares que beneficien más a determinadas personas y organizaciones. Los objetivos que persigue la propagando son los siguientes:

- Dar a conocer la ideología de un partido político o de su candidato.
- Convencer a la mayoría de los votantes de la conveniencia de elegir al candidato propuesto o de adoptar un sistema de ideas determinado.
- Lograr cierto grado de aceptación y validez de sus propuestas.
- Convencer a la opinión pública para mantener un clima propicio a favor de algún grupo.

La propaganda debe tener contacto real y directo con los acontecimientos, así como seguir una determinada planeación. Sin embargo, se debe cuidar que su contenido pueda dar pie a diferentes interpretaciones, según la particular experiencia de cada individuo.

La propaganda busca llegar al mayor número de personas, de manera oportuna, es decir, en el momento más idóneo para lograr su efecto. Sus mensajes pueden ser repetitivos,

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

pero no hasta el punto que lleguen a aburrir, a fin de que no pierdan su efectividad. Su contenido debe ser congruente con la realidad.

En la actualidad la propaganda política ejerce una influencia determinante en la democracia. Nunca antes en la historia concurrieron tantos partidos y candidatos a solicitar el voto popular como en la segunda mitad del presente siglo.

La propaganda política ha hecho posible que cualquier ciudadano propuesto por un partido pueda convertirse en gobernante. Las modernas democracias requieren de mecanismos de competencia entre partidos y candidatos. Para ello se llevan acabo procesos de elección popular fuertemente apoyados en campañas políticas.

Cuando el sistema es totalitario, queda poco margen para que existan propuestas diferentes a las del poder establecido. Sin embargo, la propaganda refuerza la ideología del sistema, a fin de legitimarlo y justificarlo.

En una campaña importa lo que dice; también cuándo, dónde y cómo se dice. Se habla de plataforma de gobierno, de campañas propositivas y de discursos en los que respeten en las formas y se eviten las agresiones verbales. Si bien se dice que en política el fondo es la forma, una sociedad racional no se deja llevar sólo por la apariencia.

En cuanto al uso eficaz de los recursos publicitarios para difundir un mensaje sobre un producto o persona, conviene señalar que, como se ha visto, durante las campañas el

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

material se coloca en la vía pública de forma tan desordenada e irracional que casi no es posible identificar las señales de circulación vehicular, o que se reparta gran cantidad de desplegados, carteles y panorámicos sin ningún orden, unos encima de otros, o que se mezclen diferentes tamaños y colores. Todos estos errores que se deben evitar porque vician la percepción de su contenido y reducen su efectividad.

En algunos casos se proporciona al líder utilizando el apodo o nombre con el que se ha hecho popular entre la ciudadanía, lo cual como estrategia de campaña suele ser recomendable; sin embargo, a la hora de votar el elector tiene dificultades para identificar en la boleta el nombre oficial del candidato.

Es necesario que los estandartes deben ser legibles al pasar cerca de ellos, sobre todo en automóvil de identificarse el mensaje a golpe de vista. Es como observar algunos en que las letras son tan pequeñas que es difícil reconocerlas o que obligan al votante a ladear la cabeza para poder leerlos, o que tienen demasiado color, son muy pequeños, o que por su exagerado tamaño y ubicación, como en el caso de los que se colocan sobre puentes peatonales distaren la atención. En ocasiones se dice que se hace propaganda invirtiendo sólo en publicidad.

En la estrategia de propaganda se recurre a las formas publicitarias: llavero, manteles, abanicos manuales, etc. pero la propaganda va más allá de la publicidad, ya que no se trata sólo de anunciar un producto, servicio o candidato. La propaganda busca propagar

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

ideas, además de pretender “vender” la imagen del candidato, pues debe destacar sus valores principios y demás aspectos políticos.

Para determinar la importancia de una estrategia propagandística en un proceso de elecciones es necesario considerar que existe una gran diversidad de estímulos, capaces de influir en el elector y modificar sus actitudes, que pueden ser aprovechados por la propaganda para obtener el resultado deseado.

La pregunta de algunos teóricos, es si el elector es racional cuando vota, o si influye más la pasión por unas ideas, por el carisma del líder o por el sentimentalismo, lo cual podría ser resultado de lo que se conoce como *senso-propaganda*. Por el contrario, si el elector vota de manera racional, lo que sería resultado de lo que ese conoce como *ratio-propaganda*.

A veces la campaña de propaganda enmascara la verdadera actitud de los candidatos, quienes se preocupan sólo por mostrar una imagen impecable. Así, se encuentran candidatos que, para lograr el voto, son capaces de presentarse haciendo lo que nunca en su vida: lustrar calzado subirse al transporte público (por supuesto acompañado de reporteros) y hasta, de manera acomodaticia, mostrarse seguidores de un sistema de valores que no corresponde a su preferencia ideológica verdadera.

Algunos mas ofrecen lograr sueños irrealizables; se comprometen, por ejemplo a que los niños van a tener mejor oportunidades en el futuro, pero ¿cómo se podría medir esto?,

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

¿Cómo saber que al paso de algunos años los niños, que para entonces ya no lo serán efectivamente lograran mejores alternativas? Y si la promesa no se cumple, ¿cuál es la sanción? Ofertas como esta generalmente no es cuestionada por el perceptor. Pues cada persona recibe el mensaje de una manera distinta.

La opinión publica influye en la propaganda creando actitudes que generan respuestas favorables, entre ellas el voto, en beneficio de algunos sectores políticos. Prueba de lo anterior esta en la prensa las declaraciones de los candidatos y líderes de partidos destacadas en las primeras planas, las interpretaciones que hacen el editorialista, los sondeos de opinión donde se muestran las preferencias electorales de la comunidad, los desplegados, las fotos, la cantidad de espacios de que dispone un partido en los diferentes medios, que puede ser significativamente mayor, en algunos casos, para un partido que para los demás.

Y aquí es donde entran en concurso los medios de comunicación que, cual caja de resonancia permite que lleguen los mensajes a todos los sectores de la sociedad. La radio suele ser efectiva por su alcance en zonas rurales y por lo fácil y cómodo que es escucharla al mismo tiempo que se realizan otras tareas. Sin embargo, en muchos casos se desaprovecha como instrumento de debate sobre temas que preocupan a la sociedad.

Otros factores que influyen en la propaganda son la sincronía el impacto y la intencionalidad; aunque existen otras formas de usar la propaganda de manera

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

encubierta, como, por ejemplo, cuando por apoyar la imagen de su partido, el gobernante hace alguna declaración o resuelve algún caso que preocupa a la opinión pública.

En ocasiones influyen en el elector las características de la etapa histórico-político que está viviendo y elige a los candidatos de la oposición, de la nueva guardia o del cambio.
La propaganda en ocasiones maneja una jerarquización de valores, como la libertad, el cambio, la justicia, la solidaridad. Algunas estrategias de la Propaganda se fundamentan en la inclusión y el control. Estas consisten en la inclusión de algunos grupos en los esquemas de valoración de la propaganda y la exclusión de otros. La inclusión responde a la necesidad de un grupo de establecer y mantener una relación satisfactoria con otros grupos como resultado de la interacción y la asociación. Consiste, en resumen, en incluir y representar a los diferentes grupos sociales en conjunto.
El control debe entenderse como la necesidad del grupo de establecer, justificar y mantener una relación de mayor jerarquía en la organización social, con respecto al resto de los grupos. Conviene señalar que cuando se habla de control, se esta hablando de dirección; mientras que en su acepción plural, es decir, controles, se hace referencia a los mecanismos e instrumentos que permiten modular el sistema.

Un individuo puede formarse su opinión con base en la propaganda que recibe, y suponer que coincide con la opinión de la mayoría. Sin embargo esta información puede ser sólo la opinión de unos cuantos, y aún así tener tal efecto que pudiera ser una verdad irrefutable para quienes las adoptan y simpatizan con ellos.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Enseguida se explican los tres tipos de propaganda que se pueden manejar:

- Por apelaciones racionales, persuasión o razonamiento (ratio-propaganda.

  La ratio-propaganda o propaganda dirigida a la razón, intenta influir con argumentos en las personas que tienden a razonar lo que constituye la oferta política del partido y su candidato. Para convencer establece medios de instrucción política, se organiza en partidos, difunde información en periódicos, pronuncia discursos por radio, hace mítines con discusiones, elabora y reparte folletos y volantes, realiza visitas domiciliarias.
- Por apelaciones a la sensibilidad de los receptores (senso-propaganda).
- La senso-propaganda, o propaganda dirigida a los sentidos, intenta llegar a los sentimientos de las masas de los receptoras y causar un impacto mediante acciones que influyen sobre los sentidos y provoquen emociones. Por su conducto se suele atemorizar a los enemigos, despertar la agresividad de los partidarios, provocan el delirio, la furia, la simpatía.

Los mensajes utilizados por este tipo de propaganda se apoyan en estímulos dirigidos a mover las fibras sensibles de las emociones del auditorio. Es decir, a través de sonidos y representaciones que actúan sobre las emociones se logra causar algún efecto especifico, como el rechazo de los votantes a un gobierno autoritario cuando se prueba que ha abusado de su autoridad, de temor del elector para votar por un partido de oposición cuando se destacan los errores que ha cometido en el pasado, o de preocupación por la

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

economía suficiente para compara sus alimentos básicos, queriéndose presentar la pobreza extrema.

Las grandes manifestaciones y los desfiles son una forma de este tipo de propaganda, ya que pueden afectar la sensibilidad de los espectadores y motivarlos a participar.

Hay que tomar en cuenta que no todas las personas pueden ser afectadas de igual manera, y que los mismos estímulos suelen influir de manera diferente en la conducta de un individuo que en la de otro, y en una cultura que en otra.. De igual manera la etapa histórica que se esté viviendo también influye en la manera en que se responde al estímulo.

- Por apelaciones de referencia a signos (senso-semiología.)

  La senso-semiología, propaganda por medio de signos y símbolos, intenta influir a través de la identificación de emblemas con lo que el receptor suele identificarse. Ejemplo de esto son las banderas, los uniformes, símbolos gráficos (ejemplo partido Arena representado por una cruz), símbolos sonoros (himno del partido arena), emblemas, logotipos, grandes manifestaciones y desfiles.

Los estímulos de este tipo tampoco afectan a todos por igual. Por lo común del total de su conjunto social, nueve de cada diez personas son más pasivas vacilantes, emocionales, sugestionables mientras que una representa el sector activo, seguro de sí

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

mismos que resisten la sugestión, aunque estas proporciones también cambian de una comunidad a otra, de una cultura a otra y de una generación a otra. [14]

1.8. Función de la política en la comunicación

Los medios de comunicación tienen un gran poder para influir en la conciencia 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 sector político, por lo que aprovecha su influencia para logra este objetivo. Lo pueden hacer de muy diversas maneras; mediante su relación con el gobernante en turno, por su influencia en los círculos de poder, o por integrarse a un partido político y apoyarlo a través de los espacios de su medio.

Los medios de comunicación tienen él deber de informar los acontecimientos de interés público; Y la sociedad, de exigir veracidad en los contenidos, honestidad y respeto, tanto para sí mismas como par sus instituciones, con la finalidad de promover valores que favorezcan su desarrollo. 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 sobre pasar los límites de responsabilidad y los roles que le corresponden a ellos y al poder político. Es difícil imaginar hoy una sociedad sin medios de

[14] Ochoa Oscar, Comunicación Política y Opinión Pública. Capítulo 3, pag. 71

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

comunicación masiva. En la actualidad no podemos sustraernos a su acción. Pero sus funciones deben estar orientadas hacia la verdad y el bien común, más allá de intereses particulares. De hecho toda la entidad de la vida pública debe estar apoyada por los medios. El gobernante difícilmente debe estar en contacto con sus ciudadanos sí el concurso de los medios. La inmediatez con que algunos de éstos llegan a más personas, en zonas cada vez más amplios, les otorga, a la vez que poder, una gran responsabilidad. Las formas de comunicación, sin embargo han sufrido un cambio radical. El comunicar masivamente hoy representa un compromiso social.

Los medios de comunicación masiva no son necesariamente transmisores de verdades, sino referentes. El alto grado de confiabilidad de sus auditorios les otorgan, 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 quien 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 le corresponden.

1.9. Las Campañas Políticas y su Difusión

El proceso común para obtener el poder en una sociedad democrática, en la que los individuos acceden a él, mediante el voto, es la campaña política que los candidatos llevan a cabo después de ser postulados por su partido.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Una campaña consiste en una serie de esfuerzos encaminados a obtener un resultado, en este caso, ganar una elección y así llegar al poder. Es importante destacar el esfuerzo que representa tanto la organización como la difusión de la campaña a través de los medios. En la difusión de una campaña política se debe seleccionar con cuidado los medios de comunicación a través de los que se dará a conocer los mensajes.

Claro que existen empresas publicitarias dedicadas a este fin; sin embargo, es necesario, además de conocer el proceso, poseer conocimientos específicos (sea de la ideología del partido o del tema que se trate) y tener claros los objetivos que se pretenden alcanzar para, de esta forma, orientar al personal que participe en la campaña.

Una campaña efectiva es el resultado de la estrecha combinación de recursos entre los especialistas o expertos en la materia y los expertos en publicidad y marketing. Para ello es muy importante formar un buen equipo mediante el apoyo y la confianza mutua. Hay que tener presente que de debe buscar tanto la eficacia, que es el logro de los objetivos y también la eficiencia, que es obtener resultados con el menor costo posible. Por lo tanto conviene considerar lo siguiente:

- Saber exactamente que resultado se espera obtener con la campaña. Quien no sabe a donde va, no llegará a ninguna parte, aun cuando se cuente con un equipo experimentado de especialistas.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Evaluar si los recursos económicos con que se cuenta son suficientes para lograr lo que se propone. Considerando que los costos en publicidad, propaganda y difusión suelen ser elevados, por lo tanto se requieren ser racional para poder aplicar los recursos.

- Es necesario considerar si se cuenta con los recursos humanos adecuados y suficientes para llevar a cabo la campaña. Así mismo puede ayudar a entrevistar a personas que hayan tenido éxito en campañas anteriores.

- Se tiene que definir y aplicar un criterio en la selección de ciertos servicios, como por ejemplo: Asesoría en planeación, diseño de estrategias, investigación de opinión mediante los sondeos, redacción de comunicados, desarrollo de toda estrategia de difusión.

1.10. La Formación de la Opinión sobre el Sector Público

Es necesario distinguir la diferencia entre *aquello que se opina de la política* y *los lineamientos políticos del Estado* que suscita una versión oficial de los hechos. Ocasionalmente sucede que la opinión publica sobre las acciones del sector político no es tomada en cuenta en decisiones que afecten a la mayoría, o bien, que exista, por parte del político, un afán por mantener el control del poder por encima de grupos e intereses; también a veces es evidente que el Estado y sus políticos promueven una determinada

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

ideología, mediante la cual pretenden que se interpreten los hechos, se tomen decisiones y se promuevan tendencias y actitudes.

Este largo proceso histórico ha parecido acelerarse cada vez más con el concurso de los ciudadanos y la incursión de los modernos medios de comunicación. La legitimidad de un gobierno puede estar en duda si la opinión pública considera que los procesos electorales son amañados y poco claros, si quién ejerce el poder ejecutivo es quién tiene la última palabra en todas las decisiones nacionales, si el régimen político en tan autoritario que no permite la opinión disidente.

Si la corrupción está directamente asociada con el poder o cuando este mantiene su alianza con algún partido político en particular; también si no se respeta el voto electoral y se limita la participación y representación en los medios de los partidos de oposición, y si estos aceptan o se someten de forma ilegítima al control del Estado o de grupos de poder.

Lo mismo ocurre si los poderes legislativos y judiciales son dependientes del poder ejecutivo y si la actitud de la sociedad es poco participativa o apática. Muchas veces el ciudadano se forma su propia opinión influido por muy diversos factores por ejemplo; lo que escucha en la calle, aquello que le transmiten los medios de comunicación masiva, sus creencias personales e incluso lo que no les es palpable a simple vista; a algunos incluso les incluso les es más factible creer en lo inverosímil, más que en algo que podrían comprobar fácilmente, lo cual origina una serie de datos y suposiciones que bien pudieran no tener relevancia, paro que conforma lo que se ha denominado como *teoría*

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

de la conspiración, cuya suposición principal radica en que muchos acontecimientos son consecuencia de acciones que el Estado realiza en el mas absoluto anonimato, sin tomar en cuenta el derecho que tiene el pueblo a la información.

1.11. Actuación del Sistema Electoral y Consolidación Democrática

Uno de los factores que posibilitan la construcción de la democracia es la participación política de la población. Mediante ella se garantizan la igualdad de derechos de los ciudadanos, si embargo este compromiso fue violentado durante muchos años en El Salvador en el ejercicio de autoritarismo que tuvo el Estado frente a la sociedad civil.

Durante varias décadas de la historia salvadoreña, se han instaurado dictaduras militares que llevaron a ejercer su hegemonía durante mucho tiempo, especialmente desde los años 60 hasta finales de los 70. dichos años se caracterizaron por las constantes represiones a la población, irrespeto a los derechos humanos, secuestros, encarcelamientos, desaparecimientos, escuadrones de la muerte y por un gran desprecio a los mecanismos legales y a las instituciones que posibilitan la participación de la sociedad civil.

La clase económicamente dominante, mediante el Estado, tomó control de las estructuras militares, económicas políticas y judiciales, cometiendo severas injusticias social y económica contra la población. Esto obligo a la mayoría de los salvadoreños a

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

agruparse clandestinamente y a la organización de ciertos jóvenes que intentaron desplazar a los sectores económicamente más conservadores.

A raíz de esto, se inició en el país un nuevo reto para el logro de una democratización poner le fin a las dictaduras militares. A partir de los 80, se integró al poder la mayoría de grupos opositores quienes formaron una coalición política de centro-derecha con la derecha militar.

Los Acuerdos de Paz lograron terminar el enfrentamiento armado entre el FMLN y la Fuerza Armada y propiciaron la creación de instituciones que contribuyeron a fortalecer el proceso de democratización.

1.12. El papel del tribunal supremo electoral en los periodos eleccionarios.

Para que las elecciones de diputados y alcaldes, así como para presidente y vicepresidente de El Salvador se realicen de la mejor manera posible, a sido creado el Tribunal Supremo Electoral -TSE – y éste es el que regula todas las acciones de los diferente partidos político, antes, durante y después de las votaciones; Además de sus propias funciones, entre las cuales se menciona las siguientes:[15]

Planes diseñados por el TSE

El objetivo de crear estos planes es para garantizar que se brinde la seguridad necesaria al proceso electoral en todo el territorio nacional, desde la convocatoria a elecciones hasta el escrutinio final y la declaración en firma de los resultados.

[15] Memoria Especial de labor del Tribunal Supremo Electoral. Elección 1999.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Plan General de Seguridad Electoral

La gerencia del proyecto electoral es designada por el organismo colegiad como el enlace de la PNC para coordinar y ejecutar el plan. Los objetivos específicos son entre otros, proteger la integridad física del observador internacional, de ciudadanos electores, de funcionarios del TSE y empleados del mismo, y de los funcionarios de los organismos electorales temporales así como asegurar las instalaciones, la infraestructura física de los centros de votación y lugares que serán utilizados en todo el país durante el tiempo que es necesario llevar a cabo el evento electoral.

Otro aspecto importante de este plan es garantizar la seguridad y custodia del paquete electoral desde la bodega del proyecto electoral para su distribución en todos los municipios del territorio nacional, hasta la recolección de estos después de haber finalizado el evento.

Plan de transmisión de resultados.

El objetivo principal de este plan, es recolectar, transmitir y procesar con seguridad, rapidez y transparencia, 100% de las actas de las juntas receptoras de votos recibidas por el Centro Nacional de Escrutinio y Resultado-CNER, con el fin de dar datos exactos y oportunos de la elección en forma gradual en una hora establecida hasta tener 30% de la información procesada.

Plan de capacitación electoral.

Este plan se fundamenta en él articulo 352 del C.E. Esta dirigido a las personas que de una u otra forma desempeñan funciones de apoyo en el proceso electoral, funcionarios y empleados del TSE y funcionarios que están integrados en los distintos Organismos

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Electorales Temporales del TSE; Con la finalidad de capacitarlos en materia electoral, mediante talleres con respaldo teórico y material gráfico-papelógrafos, instructivos, entre otros. Con el soporte pedagógico adecuado; cabe destacar que se incluye la modalidad de agentes multiplicadores, los cuales son designados por los partidos políticos.

Plan de atención a observadores internacionales –PAO-.

Este plan es implementado por la gerencia de promoción institucional bajo la supervisión directa del organismo colegiado, con el objetivo de brindar atención y asistencia electoral a observadores oficiales invitados por el TSE para el proceso y evento electoral de marzo del 2003 así como coordinar y brindar cooperaciones a los representantes de las instituciones y organismos asistentes a las elecciones que no figuran dentro de los invitados auspiciados por el TSE para lo cual se tiene un listado de observadores internacionales junto con las rutas de observación.

Inventarios de centros de votación

La subgerencia de planificación a través del departamento de organización y métodos, realizan visitas de campo a los diferentes municipios para verificar las condiciones que ofrecen los centros educativos, plazas públicas y otras instalaciones para poder utilizarse como centros de votación.

Se consideran algunos criterios como por ejemplo:

Ubicación del centro, vías de acceso, capacidad para instalar la junta receptora de votos (JRV) y seguridad ciudadana.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Registro electoral. Actualización y Depuración

El TSE realiza un cuadro sobre depuración y actualización del registro electoral, empadronamiento y carnetización.

- Actualización y depuración: se realiza un registro de los ciudadanos aptos para votar, los que ya estaban inscritos junto con los nuevos; se efectúan exclusiones al registro electoral por cambios en la fecha de nacimiento, defunciones y duplicaciones.
- Empadronamiento y carnetización: se establece una fecha de inicio y otra de finalización a los lugares donde se ubicaran los centros de empadronamiento y carnetización.

Convocatoria a elecciones Art.224

Que de conformidad al Art. 208 de la Constitución de la República y el 55 del Código Electoral, el TSE es la autoridad máxima en materia electoral y debe convocar el cuerpo electoral por lo menos cuatro meses antes de la fecha de elecciones que se trata, tal como lo establece el Art.224 del Código Electoral.

Por tanto decreta: **Art.1** Convocase al cuerpo electoral, formado por todos los ciudadanos salvadoreños capaces de emitir su voto, para que el día 16 de marzo del 2003 concurran a elegir, mediante el voto libre, directo, igualitario y decreto, a las personas que ejercerán los cargos de consejos municipales y diputados de la republica, para el período 2003-2006.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Actividad administrativa en el día de la votación.

Esta actividad se inicia y finaliza en la hora indicada. Se inspecciona el plan de seguridad implementado por la PNC. Se inspecciona el plan del transporte de las papeletas. Se inspecciona el plan de transporte que se le dará a los ciudadanos a los centros de votación.

Transmisión de los resultados y escrutinio. Art.259.

Para llevar a cabo el proceso de acopio de las actas con los resultados obtenidos en cada junta receptora de votos para su posterior recuento y divulgación, el Organismo Colegiado encomienda a la Gerencia del Registro Electoral la elaboración del plan de transmisión de resultados. Para el desarrollo de dicho plan es necesario contar con el valioso apoyo de instituciones tales como: PNC, CAESS, Telecom, Fuerza Aérea y Fuerza Naval, además se utilizaran los siguientes recursos: que conforman una planta de personal con la cantidad que pueda cubrir las actividades administrativas y de campo como del Centro Nacional de Escrutinio (CNE.).

Estas son todas las actividades que realiza el Tribunal Supremo Electoral en un periodo eleccionario en El Salvador, para poder controlar el desarrollo y finalización con mayor transparencia de la elección en este caso de alcaldes y diputados para el periodo 2003 al 2006.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.13. La importancia de los sondeos de la opinión pública por Medio de encuestas.

El aparato de la propaganda política con los medios de comunicación de masas no puede ya ser dirigido por aficionados. Su dirección a caído en las manos de los profesionales de formar la opinión pública. En el paso del constitucionalismo clásico, las ideas circulaban libremente dentro de una elite relativamente reducida, constituida por clases educadas, y su efecto correspondía a su peso natural y a su propio valor. Actualmente, los especialistas en los medios de comunicación de masas son capaces de difundir funciones, de una complejidad sin precedentes, en una masa de público absolutamente nueva por su magnitud. Los métodos para anunciarse que utilizaban las empresas privadas, acoplados a los deseos y las reacciones del público por medio de las reacciones científicas sobre el consumo y por medio de análisis del mercado, se aplican también al proceso político y se basan igualmente, en matizadas encuestas sobre la conducta y las reacciones de los consumidores de la propaganda.

A sí, por ejemplo, la investigación de la opinión pública a través de encuestas y sondeos se ha convertido en un instrumento indispensable para todos aquellos que dirigen y conforman la política.

Los sondeos de opinión efectuados en El Salvador han sido frecuentemente desacreditados por resultados posteriores, por lo cual parece haber tenido poco efecto, tanto sobre los encuestadores que manipulan la información, como a los que van

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

dirigido. En las distintas elecciones recientes, la presencia de las encuestas de opinión ha sido cada vez más significativa. En un principio se tendía a desestimar dicho mecanismo, especialmente desde luego, por los que en cierto momento aparecían desfavorecidos. Con el ejercicio y la experiencia, la actitud ha ido cambiando, y hoy más bien se respetan las encuestas, como indicadores que son del sentir ciudadano en una fecha muy especifica.

En la actualidad, existen muchas empresas destinadas a ofrecer servicios de investigación de opinión pública, tanto en el ámbito político, económico y social, tales el caso de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas UCA, la Universidad Tecnológica de El Salvador UTEC- por medio de su Centro de Investigación de la Opinión Pública- CIOPS- entre otras. Las cuales por medio de sondeos de opinión- a través de la encuesta dan a conocer los diferentes puntos de vista de la ciudadanía.

1.14. Editorial

El editorial forma parte del periodismo interpretativo y de opinión. Es la opinión de los productores de la Radio, generalmente la dirección de la emisora es quién lo elabora. El periodismo se ejerce por varios tipos de expresión, denominados géneros. Los géneros periodísticos se distinguen, por su estilo informativo, híbrido y opinión de sus contenidos.

Informativos

- Noticias. Es el género fundamental del periodismo, es el que fortalece a todos los demás y cuyo único propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Entrevista. Es la conversación que se realiza entre un periodista y su entrevistado. Lo que conlleva a un dialogo, que recoge noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicio entre otros.
- Reportaje. Es él más vasto de los géneros periodísticos. En él caben los demás. Se elabora para ampliar, completar y profundizar una noticia, para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis, narrar un suceso o simplemente para entretener.

Híbridos

- Crónica. Es la narración de un acontecimiento en el orden en que fue desarrollándose. Mas que retratar la realidad, este género se emplea para recrear la atmósfera en que se produce un determinado suceso.
- Columna. Es el escrito que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y su característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y tiene además un nombre invariable.

De opinión

- Artículo. Es el género subjetivo clásico. En este género, el periodista expone sus opiniones y juicios sobre; las noticias más importantes (en un artículo editorial), los temas de interés general, aunque no necesariamente tiene que ser de actualidad lo que seria (un artículo de fondo).
- Editorial. Es la posición del medio ante determinado tema. Este género es sujeto de análisis y estudio en esta investigación.[16]

[16] Vigil, Carlos Balmore. El rol de los medios de comunicación. Caso específico, Editorial Radiofónico, año 2000. pag. 18.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.14.1. El pro y el contra de editorializar.

La principal función del personal de información de la radio es difundir los acontecimientos del día, con rapidez, exactitud y objetividad.

Muchas personas creen que la estación de radio debiera difundir también sus propias opiniones, es decir, las opiniones del propietario y de los directores de la empresa. Debe de considerarse los dos aspectos de este asunto cuando la estación de radio estudia la conveniencia de editorializar. Los argumentos en pro y en contra de esta política. Se citan generalmente seis razones en apoyo de los editoriales radiofónicos.

Uno. La expresión de una opinión acerca de los asuntos del momento pueden considerarse como un servicio al público. Los radioyentes tienen derecho no solo a conocer los hechos sino también las opiniones sobre el significado de los sucesos relatados en los noticiarios.

Dos. Los periódicos no deben tener el monopolio de la función de contribuir a la formación de la opinión pública. El periodismo radiofónico debe también participar en esa función.

Tres. Editorializar puede contribuir a que aumente el auditorio de la estación. Al público le agrada leer y escuchar opiniones sobre asuntos de actualidad. Los directores de algunas estaciones creen que editorializar beneficia a su negocio. Tener más radioyentes dará por resultado mayor venta de anuncios. Los programas editoriales generalmente no incluyen anuncios pagados, pero con frecuencia los patrocinadores desean comprar tiempo que esté próximo al de los editoriales.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Cuatro. La difusión de editoriales generalmente aumenta el prestigio de la estación, en opinión de la comunidad. Los ciudadanos admiran a las personas o instituciones que expresan determinada opinión, aunque no siempre estén de acuerdo con la misma.

Cinco. Editorializar permite a la radio alcanzar mayor estatura, como medio de comunicación con las masas. Muchos consideran que la radiodifusión es sólo una fuente de entretenimiento.

Seis. La radio es un medio eficaz de editorializar. Algunos altos funcionarios de la radio creen que tienen mas influencia aun que en los en la diseminación de opiniones. Llega a gente que no sabe leer. La radio a sí misma tiene la ventaja de poder repetir un editorial breve varias veces al día. La palabra hablada es más convincente que la palabra escrita.

Existen seis razones que hacen valer los que se oponen al editorial radiofónico.

Una. Afirma que las ondas pertenecen a todo el mundo. Sostienen que ningunos intereses especiales, como son los de propietario de una estación, deben emplear las ondas de radio para sus propios fines.

Dos. En muchos países la radio tiene la reputación de ser un medio objetivo, que da las noticias en forma imparcial. Esa reputación padecería si las estaciones de convirtieran en abogadas de opiniones sujetas a controversia.

Tres. Hay ciertos indicios de que un porcentaje de radio oyentes no desean escuchar editoriales.

Esos radio oyentes desean sólo escuchar los hechos en los noticiarios. Se reservan el derecho de formarse sus propias opiniones respecto a asuntos importantes.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Cuatro. Algunas personas ponen en tela de juicio el punto de vista de los propietarios y directores de las estaciones de radio. Como hombres de negocio que son, podrán mostrar la tendencia según se afirma, a expresar opiniones que representen las del grupo mercantil de la comunidad.

Cinco. Los críticos de los editoriales radiofónicos afirman que los mismos no valen la pena por que son muy breves y superficiales, en comparación con los editoriales de las diarios y las revistas.

Seis. Si los editoriales se preparan y se presentan en la debida forma, el costo que representen puede ser muy elevado. Se necesitaría el personal adicional para reunir el material y redactar los editoriales. La decisión respecto a los editoriales es tomada por la dirección de cada estación, sujeta a las leyes de la nación aplicables a la radio.[17]

1.14.2. Estructura del editorial.

La estructura de un editorial es variable. Aunque no hay restricciones en cuento a la forma, su estructura depende de su propósito, el cual a su vez se modifica según la importancia de tema, la agresividad de la institución informativa y la respuesta especifica que se espera provocar. En términos generales, se integra mencionando el título o encabezado que indica el tema y que por sí mismo suele tener valor editorial; y con el cuerpo del artículo que consta de tres partes:

- **Informativa;** en esta se presenta una breve exposición noticiosa del tema sobre el cual versa el editorial.

[17] Newman, Prof. John F. Periodismo Radiofónico, 1966, pag. 137.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- **Interpretativa;** La aportación del periodista, por que es la interpretación que este hace de las noticias, de los datos y hechos expuestos al inicio del artículo.
- **Deliberativa o Conclusiva;** en esta se asientan las razones por las cuales el tema se valora de una u otra manera, o se presenta una recapitulación. La conclusión tiene el propósito esencial de comunicar un último pensamiento importante, y la forma que adopta, puede ser la de una exhortación, un ruego, un consejo o una petición.[18]

1.14.3.Funciones e Importancia del Editorial

Cuando se transmite un editorial el propósito es múltiple:

- se define un punto de vista,
- se ayuda al público a formar una opinión acerca de determinado acontecimiento,
- se analiza y se interpreta la noticia,
- se relaciona el suceso especifico con otros igualmente importantes, para situarlos en un determinado contexto histórico
- Precisar su trascendencia,
- Por ultimo, se establecen juicios de valor que propicien actitudes positivas frente a los problemas que afectan a la comunidad.

Idealmente, la información por sí sola o la información preparada con juicios, opiniones e interpretaciones debiera bastar para que todo el público formara, con base en ellas su

[18] Velado, Danilo. Notas de la materia Editorial. UTEC. El Salvador. Ciclo 01. 1997

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

propio criterio. Sin embargo, cada editorial radial, con la simpatía que ha logrado ganarse del público, se hace de un cierto prestigio que lo convierte en una especie de orientador de conciencia en algunos sectores.

Por ejemplo, una radio que proporciona todos los días noticias, entrevistas, crónicas, reportajes, y verdaderas columnas de interés en los que refleja una genuina voluntad de trabajo periodístico sin otro compromiso que cumplir con sus radioescuchas, se vuelve un órgano con autoridad moral, para que en sus editoriales, oriente el criterio de quienes confían en él. Su importancia se apoya en guiar o incidir en la toma de decisiones del radioescucha, por lo tanto deben de fundamentarse en hechos reales o actuales.

1.14.4. Clasificación del Editorial

La diversidad de temas polémicos, económicos y sociales existentes para opinar por medio de los editoriales es tan amplia, que resulta trabajoso tratar de clasificarlo en atención a su contenido; basta señalar de manera general que, según este criterio, los editoriales son de carácter político, económico o social. De acuerdo con ellos, si se atiende a su objetivo el editorial puede ser:

- Informativo, se le conoce también con el nombre de editorial expositivo, porque solo presenta información sobre un suceso. En él se vuelven a citar los hechos ya mencionados en la sección informativa, pero manifestando el punto de vista Institucional. Se recurre a este tipo de editorial, cuando un asunto no esta claro porque falta la ubicación del suceso. Dicho de otra manera: en el editorial

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

expositivo o informativo trata de antecedentes, datos y hechos importantes, todo cuanto ayude al radioescucha a conocer mejor, aunque brevemente, un determinado suceso.

- Explicativo, se utiliza cuando es preciso añadir una explicación de lo sucedido, por cuanto la sola información no es suficiente para comprender la trascendencia del acontecimiento. Este tipo de editorial es muy similar al expositivo y en ocasiones resulta difícil distinguirlo.
- Interpretativo, se recurre a él cuando para comprender el significado de un suceso no basta una explicación ligera y es necesario presentar una interpretación. En este tipo de editorial se requiere que el medio radial sea justo en la interpretación de Los acontecimientos, pero el análisis que lleva a cabo no exige necesariamente llegar a una conclusión. Sin embargo la presentación de los hechos debe ser precisa y completa, de tal modo que permita al radioescucha extraer sus propias conclusiones. En suma, el editorial interpretativo es esencialmente educativo y uno de sus requisitos primordiales es la honestidad en sus planteamientos.
- Polémico, en estos editoriales se pone de manifiesto un estricto orden lógico, que indique claramente las razones por las cuales se piensa de una u otra manera, en él, se argumentan a favor o en contra de un hecho o una situación, de manera que mediante razonamiento sencillo, el radioescucha se convenza del punto de vista propuesto.
- Exhortativo, también denominado de lucha por cuanto presente ataques a determinadas situaciones y exige conductas especificas. Generalmente este tipo de editorial va precedido de aquellos que persuaden, argumentan e informan, a fin de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

que la acción solicitada resulte consecuente. Cuando se usa esta forma editorial se espera una reacción pronta y definitiva en el radioescucha, de ahí que el abuso de dicha modalidad destruya su eficacia; el radioescucha se cansa que frecuentemente se le pide que actúe.

- De campaña, se le denomina de este modo a una serie de artículos editoriales en una misma causa y que culminan con un editorial de acción. En este caso, el medio radial se dedica principalmente a denunciar políticas locales corruptas que requieren de corrección, a pedir mejoras para la comunidad o a defender alguna causa olvidada.

- Persuasivo, en este caso se trata de editoriales que procuran convencer suave y sutilmente, puesto que no piden ni exhortan. El manejo de este tipo de editorial implica el uso de argumentos para convencer y guiar al radioescucha hacia un asunto especifico.

- De interés humano, en él, se tratan temas de interés humano que informan y entretienen al mismo tiempo. Es este un editorial que no se trasmite con el propósito de interpretar, persuadir o convencer, sino más bien para entretener, recordar o señalar una situación. Su estilo es distinto de los demás editoriales, porque es más personal que institucional. Los editoriales de interés humano, pueden ser humorísticos, de pasatiempo, inspirativos y rememorativos.[19]

[19] Vigil, Carlos Balmore. El rol de los medios de comunicación, Caso especifico, Editoriales radiofónicos. Año 2000. pag. 29.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.14.5. Partes especificas de un editorial.

-Introducción. Información breve relacionada con el tema editorial.

-Reacción. La posición del editorial y del medio.

-Detalles. Apoyo de la posición que se está adoptando.

-Conclusión. Comentarios o soluciones sugeridas, alternativas y dirección, y un replanteamiento de la posición del periódico.

Además del editorial hay otros componentes que pueden ser, columnas editoriales, caricaturas y cartas al editor, así como artículos especiales de opiniones.[20]

1.14.6. Editorial Radiofónico

El editorial consiste en la forma de pensamiento del dueño del medio informativo y, por consecuencia, esto se sustenta en la ideología del medio o de su director. Esta posición se refleja mas en los períodos eleccionarios. En la actualidad, las radiodifusoras que poseen más de un propietario, carecen de programas editoriales, por las diferentes ideologías o puntos de vista entre sus accionistas.

El editorial, es el análisis y asesoramiento de los hechos más sobresalientes dentro del ámbito político, económico y social del país. La característica esencial de este género es que resume la posición dogmática o política de cada medio de comunicación frente a los hechos de interés colectivo.

A diferencia de cualquiera de los demás géneros, el editorial nunca aparece firmado por que representa el pensamiento no solo de quien lo escribe, si no el de la empresa

[20] Idem.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

radiofónica en la que aparece la transmisión del editorial, significa que es responsable para con la sociedad y legalmente, acerca de los juicios que se emiten en él, pues de esta manera expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.

Para elaborar un editorial se requiere de periodista especializados. Los editoriales deben tener, además de una vasta cultura, un amplio dominio del idioma, a fin de que cada uno de sus juicios sea tan sólidos como las conclusiones que pretende imponer. En la mayoría de los casos el periodista está comprometido con el pensamiento del dueño de la radioemisora.

Los editoriales no son elaborados por una sola persona, quien lo hace son personas preparadas y conocedoras del tema, por ejemplo; si se habla de política, tiene que tener mayor conocimiento del tema y apegarse a la ideología del medio.[21]

1.14.7. Características generales del editorial.

- **Sustancioso.** Rico de ideas realmente sustanciosas; que cada frase tenga una razón; que no haya palabrería inútil ni retorcimientos retóricos.

- **Contundente.** Que vaya al grano del asunto; que exprese, sin titubeos, el juicio directo, para que el oyente no se quede a medias en relación con la conveniencia o inconveniencia de un determinado acontecimiento.

[21] Idem.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- **Afirmativo.** Que no se limite a reprobar sino que proponga soluciones.

- **Penetrante.** Que no se quede en la superficie de los asuntos que aborda sino que vaya más allá; que sepa exponer lógicamente futuras consecuencias; Que descubra y expone causas subterráneas de un determinado fenómeno de interés social.

- **Ágil.** Que sea transmitido con fluidez y claridad, con lógica y sin rebuscamiento para que sus radioescuchas no resulten cansados, aburridos o incomprensibles.

- **Convincente.** Que trate de ganar con argumentos la voluntad del radio escuchas; que lo mueva a pensar como el medio radial piensa, pero sin imposiciones prepotentes, sin autoritarismo dogmático, y sin terquedad absurda ni cerrazón ideológica.

- **Breve.** Que diga mucho en pocas frases y trate de agotar en breve espacio temes que entrañan siempre tesis profundas y vastas.

- **Trascendente.** Que su juicio resulte perdurable y de influencia en la conformación de criterios, juicios improvisados, ligeros, contradicen la función orientadora del editorial y ponen en riesgo la incredulidad y falta de propiedad a la transmisión. Los juicios de un editorial deben buscar siempre el paso del tiempo.[22]

[22] Leñero Vicente. Manual del Periodismo, año 1986 pag. 291.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.14.8. Diferencias entre Editoriales Radiales e Impresos.

En El Salvador no todas las radios tienen espacio editorial, y hay mucha que aun no cuentan con noticiarios. Esto es debido a que usualmente una radio incorpora música y anuncios y funciona como tal. Consecuentemente no es indispensable que cuente con un espacio noticioso y menos aun con una parte de su programación dedicada a orientar, lo cual constituiría un editorial.

El editorial de radio, también persigue hacer participes de sus ideologías entre ellas derecha, centro e izquierda, a los radioescuchas, para que esta le apoyen o rechacen según concuerde con la ideología y opinión de estos. La diferencia que existe entre un editorial impreso y uno radial, es que cuando se habla de temas no se puede establecer sustancialmente entre el editorial de un periódico y el de una radio, pero si existe diferencia en el tratamiento que ha dicho tema se le da, como por ejemplo; elecciones, el problema de pandillas, el medio ambiente y otras problemáticas que afectan a la sociedad.

Si se evalúan algunos de los temas mencionados, será fácil comprender que cada uno de ellos merece una amplitud del desarrollo y consecuentemente, al momento de escribir en el periódico se respetará la estructura que ya se conoce, y esto permitirá plantear el tema, desarrollarlo y finalmente proponer la solución del caso.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Se ha dicho que el editorial de radio es breve; por consiguiente, el tema central se considera reiteradamente a lo largo del programa de los distintos segmentos del editorial. Como se mencionó anteriormente, una característica esencial del editorial radial es su repetición, y esto debe ser tomado muy en cuenta para el enfoque periodístico del tema.

Cuando se habla de temas como el medio ambiente, el editorial impreso tiene la ventaja de incluir datos estadísticos hasta en forma comparativa, de lo cual en radio no se puede concretar. Otra diferencia es que los temas de editorial pueden ser los mismos en los medios, pero que el editorial radiofónico tiene un tratamiento reducido.[23]

[23] Idem.