

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑO Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS (ELECCIONES DIPUTADOS Y CONCEJOS MUNICIPALES AÑO 2003) CASO ESPECÍFICO: TELENOTICARIO TELEDOS.

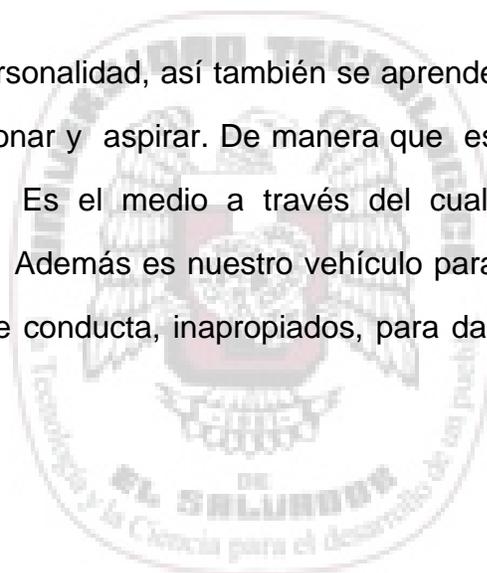
1.1 La Comunicación

Si los seres humanos son criaturas sociales interesadas en acceder a la compañía de los otros y en suscitar su aprecio, se ha de suponer que buscan comprender cuales son las conductas que les allanarán el camino de ese proceso. La comunicación es uno de los medios para descubrir y demostrar la pertinencia de las opciones de conducta. Se puede aprender asociaciones de conductas y conductas de imitación sin establecer comunicación, pero solo mediante ella se puede determinar la pertinencia de esas conductas.

Hasta un simple “hola” transmite al receptor del saludo la conciencia de que es objeto de reconocimiento: talvez sus conductas anteriores han sido aceptables por lo general, o al menos no hay pruebas suficientes que indiquen lo contrario. Asimismo, un estudiante puede interpretar la expresión del profesor como de insatisfacción ante su trabajo.

La comunicación teje la trama de significación que define la personalidad, así también se aprende con quienes ha de confrontar y a que posiciones se puede razonar y aspirar. De manera que es algo más que la transmisión de ideas de una persona a otra. Es el medio a través del cual aprendemos quienes somos y quienes podríamos llegar a ser. Además es nuestro vehículo para demostrar como hemos ajustado nuestros anteriores modos de conducta, inapropiados, para dar

con las pautas del presente. ^[1]



La mayoría de personas ha tenido la experiencia de comunicarse exclusivamente para evitar la incomodidad del silencio en un ascensor, o para mostrarse sociable en una reunión de extraños. Todos los seres humanos necesitan estar advertidos del grado de aceptación y estima que merecen de los demás.

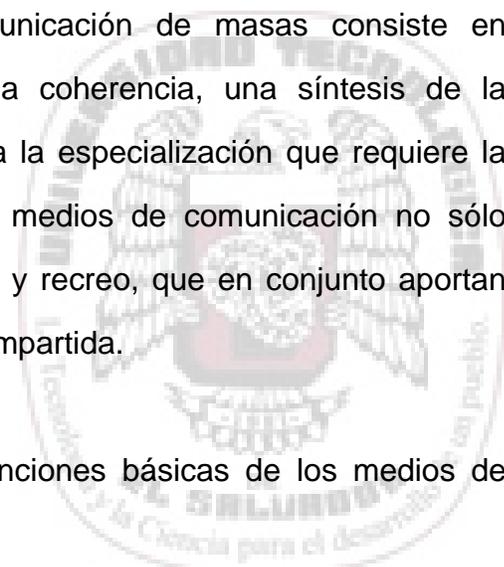
1.2 Medios de Comunicación Social

La historia y la teoría social de la prensa y de los posteriores medios de comunicación están repletas de referencias a sus funciones sociales, de modo que el problema no consiste tanto en buscar datos e ideas como encontrar una formulación simple que resuma cuanto se ha escrito. Probablemente, la teoría política democrática constituye la fuente de ideas más antigua y más copiosa sobre las aportaciones de la prensa a la sociedad, y es difícil concebir la política sin la prensa.

De tal manera la prensa se ha considerado esencial para la creación de públicos, la adopción de decisiones con conocimiento de causa, la interacción entre el gobierno y los electores, la consecución por consenso de un objetivo nacional común; y la organización de los partidos políticos.

En un plano más general, la función que cumplen los medios de comunicación en los estados modernos consiste en integrar y socializar, pero no a consecuencia del fracaso de otras instituciones. Las experiencias de la moderna sociedad cambiante son por necesidad fragmentarias y la única función de los medios de comunicación de masas consiste en proporcionar, tanto a la industria como a la sociedad, una coherencia, una síntesis de la experiencia, una conciencia de la globalidad, que no destruya la especialización que requiere la realidad. Este argumento entiende que el contenido de los medios de comunicación no sólo cumple un papel informativo, sino también de entretenimiento y recreo, que en conjunto aportan una sensación de totalidad, de continuidad y de experiencia compartida.

Harold Lasswell, presentó una exposición sumaria de las funciones básicas de los medios de



comunicación en los siguientes términos: vigilancia del ambiente, correlación entre las distintas partes de la sociedad en respuesta al ambiente y transmisión de la herencia cultural.

Estas funciones se atribuyen en el mismo orden, al abastecimiento de información, los comentarios e interpretaciones que ayudan a dar sentido a la información fragmentaria, así como a la creación del consenso; la difusión de los símbolos y valores culturales esenciales para la identidad y continuidad de la sociedad.

Además el entretenimiento es una cuarta función clave de los medios de comunicación. Esta puede formar parte de la cultura que se transmite, pero, sirve de merecido premio, descanso y relajación, todo lo cual facilita a las personas afrontar los problemas de la vida real y a las sociedades eludir la descomposición.

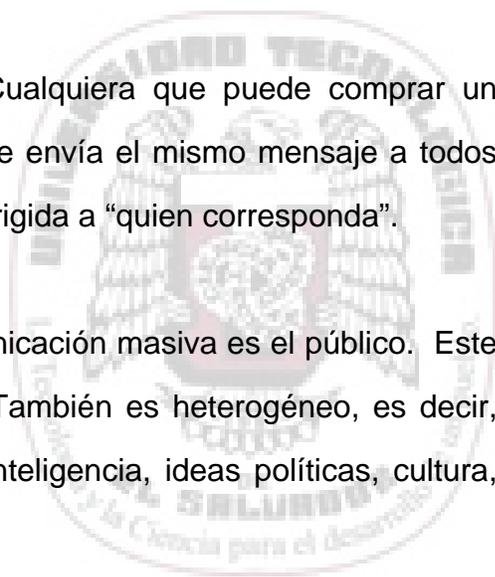
1.3 Comunicación Masiva

Se refiere al proceso por el cual una organización compleja produce y transmite mensajes públicos, con la ayuda de uno o más instrumentos que se dirigen a una colectividad, heterogénea y dispersa.

En la comunicación masiva, la fuente es un grupo de individuos que por lo regular actúan dentro de ciertos roles predeterminados en un contexto de organización. En otras palabras, la comunicación masiva es el producto final de más de una persona.

En este tipo de comunicación los mensajes son públicos. Cualquiera que puede comprar un periódico, un radio o un televisor puede recibirlos. Además, se envía el mismo mensaje a todos los receptores. En cierto sentido, la comunicación masiva va dirigida a “quien corresponda”.

Una de las principales características que identifican a la comunicación masiva es el público. Este es enorme, a veces se contabiliza en millones de personas. También es heterogéneo, es decir, está compuesto por grupos desiguales que varían en edad, inteligencia, ideas políticas, cultura,



clase social, lugar de residencia entre otras cosas.

1.4 Los Medios Masivos de Comunicación

Un medio es solamente un canal o sistema de comunicación. La palabra es el medio más utilizado. Otros medios de comunicación incluyen la pintura, el lenguaje por señas, la música, la palabra impresa o hasta señales de humo.

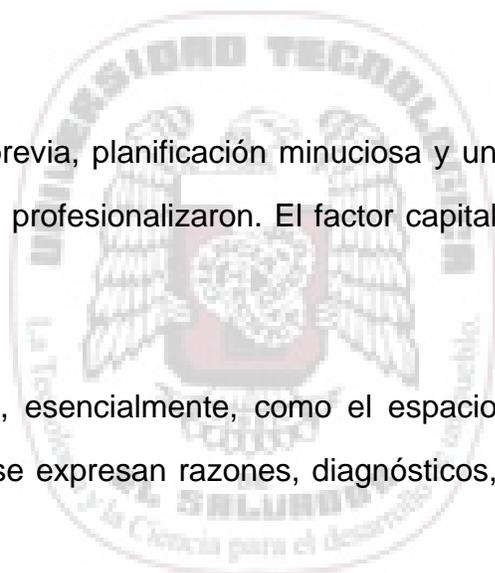
Algunos medios de comunicación masivos han desarrollado sistemas que pueden llegar a un gran número de personas en un lapso muy corto. Gracias a esta capacidad, la televisión, la radio, los periódicos y el cine, son conocidos como medios masivos de comunicación. Hoy en día, cualquiera que tenga acceso a estos medios puede llegar a cientos de millones de personas en cuestión de horas.

Estos alcanzaron un gran desarrollo y la oferta política se configuró en torno a una estructura de amplia cobertura. La comunicación de los candidatos y de los programas, en suma de la oferta política, se realizó a través de los medios de comunicación masiva; esto suponía una exigencia de recursos que actuaran como verdaderas barreras de entrada a la competencia política.

El desarrollo de los medios de comunicación de masas, la rapidez que alcanzaron en la transmisión de información y el impacto que lograron (con especial referencia a la televisión) fueron determinantes.

Las campañas políticas y electorales requerían investigación previa, planificación minuciosa y un gran despliegue de medios de comunicación. En definitiva, se profesionalizaron. El factor capital pasó a ser más determinante que el factor trabajo.

Los medios de comunicación deben asumir su participación, esencialmente, como el espacio donde se expresa y recrea la pluralidad, pero también donde se expresan razones, diagnósticos,



explicaciones; en suma se busca entender la vida pública del país.

Estos a su vez tienen un papel insustituible, ya que la democracia es el régimen implícitamente fundado en las opiniones, la confrontación y coexistencia de las mismas. La formación de la opinión pública depende en gran medida del trabajo de los medios de comunicación.

Además los medios de comunicación y los partidos políticos deben mostrar y difundir que la democracia tiene sentido más allá del voto, que su mutua interacción está creando nuevas realidades y percepciones.

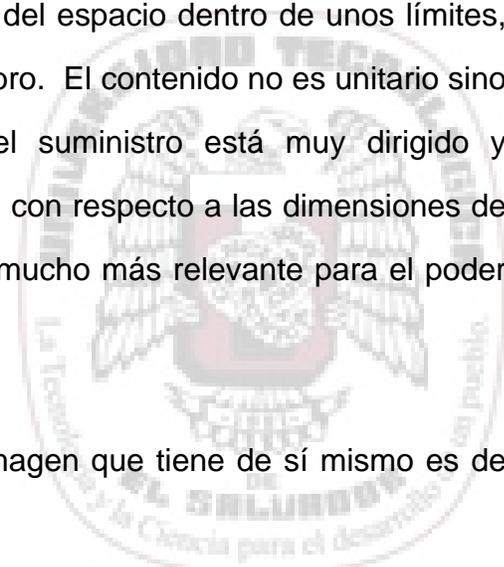
Los medios han transformado la percepción del individuo común respecto del mundo que lo rodea. Lo mismo ha desplazado sus tradicionales fuentes de información, que han ampliado la comprensión de su entorno; y en este sentido han modificado también su actividad política.

En los medios de comunicación se juega gran parte de la acción política de este tiempo. Los medios condicionan las formas de llevar adelante la movilización del electorado frente a un comicio; los ritmos y temas de una campaña influyen en el conocimiento de los candidatos y en la transmisión de sus mensajes.

De tal forma que los medios de comunicación son estructuras culturales y sociales que muchas veces exceden la voluntad de quienes emiten a partir de ellos. Desde el punto de vista político, hoy en día, los medios proveen un escenario en el cual los políticos se comunican con la población.

La Prensa Escrita es individual e independiente del tiempo y del espacio dentro de unos límites, pero difiere en todos los demás puntos, en cuanto al uso, del libro. El contenido no es unitario sino múltiple e históricamente muy concreto y perecedero, y el suministro está muy dirigido y organizado por otros (la organización de prensa). Su situación con respecto a las dimensiones de libertad y control es similar a la del libro, pero el periódico es mucho más relevante para el poder estatal, dada la preponderancia de los contenidos políticos.

La norma dominante es que el periódico debe ser libre y la imagen que tiene de sí mismo es de



potencial oposición a la autoridad, al margen de cual sea la realidad cotidiana. Su definición en términos de valores culturales y morales es ambigua prácticamente en el mismo grado que la del libro.

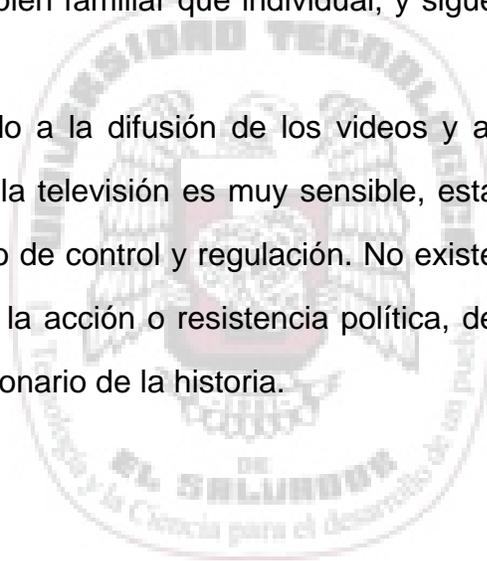
El periódico se orienta hacia lo real, lo moral y lo serio aunque no tiene la imagen de arte. Incluso los periódicos populares rinden pleitesía aparentemente hacia su orientación a la realidad, sin lo cual no podrían pretender crear opinión ni ser auténticos diarios.

La radio aunque en un principio carecía de contenido, a merecido más de una definición a lo largo de sus ochenta años de existencia como medio de comunicación de masas, sobre todo a resultas de los azares de su competencia con la televisión. En cuanto al uso, ha pasado de ser una forma de entretenimiento individual a familiar, para volver a ser un instrumento individual adaptado a determinadas funciones, especialmente entre los jóvenes.

El uso de la radio es bastante independiente del lugar y del momento, pero su contenido esta organizado por otros (pese al cada vez mayor número de emisoras entre las que elegir) al mismo tiempo es de actualidad y por lo tanto perecedero: consiste sobre todo en noticias y música del día. El lugar de la radio dentro del espectro político es variable, pero el uso que predomina en la mayoría de países no es muy político. Aun así tiene algunos usos políticos y suele estar sometida a regulaciones en las cuestiones que afecten a la política.

La televisión En cuanto al uso, sigue siendo un recurso más bien familiar que individual, y sigue estando muy obligada en el espacio y el tiempo.

También en este caso la situación cambia rápidamente debido a la difusión de los videos y al aumento del número de televisores por familia. Políticamente, la televisión es muy sensible, esta muy próxima a los centros de poder estatal y social, y es objeto de control y regulación. No existe virtualmente noticia de que la televisión se haya utilizado para la acción o resistencia política, de manera que debe ser el medio de comunicación menos revolucionario de la historia.



La estrecha supervisión ha dejado su huella en la definición de la televisión con respecto a los valores culturales y morales. Al igual que la radio, ocupa una posición intermedia, atraída en dos direcciones: hacia la real y lo serio por algunas de sus propiedades específicas y por el objetivo social asignado, pero también atraída en la dirección contraria por las distintas demandas de sus públicos y por buena parte de la cultura que ha entresacado el cine, el teatro, el espectáculo, las novelas, el mundo de la música popular y la industria del deporte.

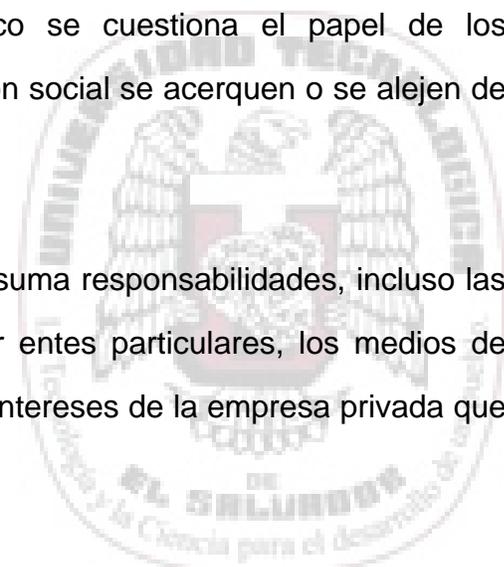
En general no se reconoce que cree lazos fuertes o profundos con su audiencia y bien se da una gran proyección e identificación con estrellas y personalidades concretas. En cuanto a su localización social, es menos localizada y más internacional que la radio, pero más nacional que el cine.

1.4.1 Historia de los Medios Masivos de Comunicación en El Salvador.

Los medios de comunicación en El Salvador, en general, han cambiado y han mejorado en relación a lo que se hacía y decía en la década pasada; en el aspecto informativo, noticioso y editorial, ya que los aspectos de publicidad y entretenimiento no parecen presentar mejorías favorables al proceso de transición hacia la democracia que se vive en el país a partir de 1992.

Cuando se habla de censura o de represión a los medios de comunicación social casi siempre se piensa en restricciones emanadas del gobierno; pero poco se cuestiona el papel de los empresarios privados en hacer que los medios de comunicación social se acerquen o se alejen de la verdad.

El gobierno está dando paso a la empresa privada para que asuma responsabilidades, incluso las que atañen al bien común, para que sean administradas por entes particulares, los medios de comunicación entran a ser vigilados y conducidos más por los intereses de la empresa privada que por los gobernantes.



Los controles del gobierno como ente defensor de los intereses de la ciudadanía, ceden paso al control de la empresa privada, cuyo objetivo fundamental, es hacer ganancias para un grupo privado, a la vez que convierte la otra misión de los medios, la de entretener, orientar, educar y formar opinión pública, en una misión que refuerza los intereses empresariales.

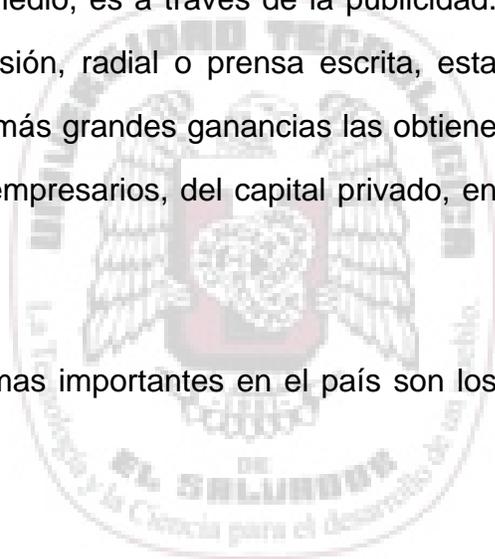
El interés por persuadir al perceptor y convertirlo en consumidor activo, hace que los medios, con tal de captar la atención, ofrezcan violencia, sexo, morbosidad, sensacionalismo, noticias montadas para el espectáculo, ritmo, elementos sumamente atractivos para luego unirlos con una publicidad dinámica y de mucho impacto.

Los grandes medios no solo tienen su propio capital, sino además, existe un contexto económico coherente para que ellos puedan subsistir y progresar. Son estos medios los que gozan de los adelantos tecnológicos.

Sin embargo los medios de comunicación social actuales quedan amarrados por la corriente económica dominante que ejerce sobre ellos una presión tal que los obliga, muchas veces, a perder profesionalismo en el ejercicio de la labor periodística o simplemente a desaparecer porque dos o tres empresarios fusionen sus capitales o porque el dueño de varios medios quiera suprimirlos por conveniencias meramente económicas.

Hasta hoy, la forma más fácil y más usada para financiar un medio, es a través de la publicidad. Más del 70 por ciento del espacio de cada medio sea televisión, radial o prensa escrita, está ocupado por anuncios comerciales ofreciendo productos. Las más grandes ganancias las obtiene el medio no de sus lectores, sino de sus anunciantes, de los empresarios, del capital privado, en otras palabras.

A través de la historia, los medios masivos de comunicación más importantes en el país son los siguientes.



1.4.1.1 Prensa Escrita

La historia de la prensa escrita se remonta a muchos siglos atrás, se asegura que en 1641, se publicó en la ciudad de San Salvador un folleto que llevaba el nombre de El Puntero Apuntado, el cual contenía apuntes breves. Este adelanto se le atribuye al predicador franciscano Fray Juan de Dios del Cid, quien construyó una pequeña prensa, fabricó tipos fijos de madera, logrando publicar su breve opúsculo.

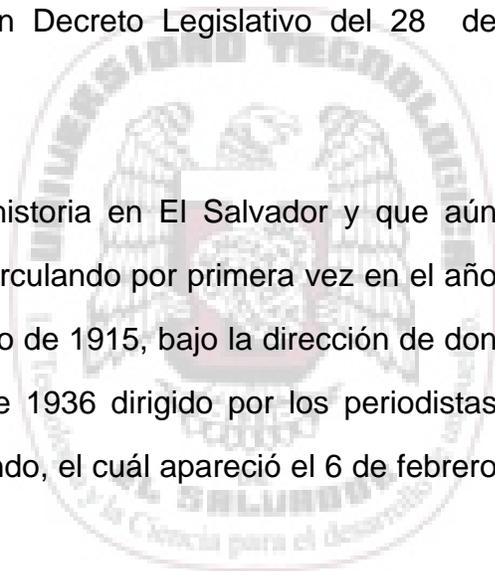
Dos siglos más tarde fue introducida la imprenta en El Salvador, en 1824, su establecimiento significó un avance en la vida cultural, política y social del país.

La primera prensa era muy rudimentaria, el equipo de impresión fue adquirido mediante una colecta popular realizada por el presbítero José Matías Delgado, quien, editó El Semanario Político Mercantil que apareció el 31 de julio de 1824.

En 1827, aparece en Sonsonate la primera imprenta provincia, propiedad de Don Felipe Vega; en 1841, don Basilio Porras adquiere una imprenta en Guatemala, que es trasladada a San Salvador.

La necesidad del gobierno de contar con un órgano de prensa, para divulgar su actividad, originó la publicación del primer periódico oficial que se conoció con el nombre de “La Gaceta del Gobierno del Salvador”, para esta época ya se hablaba de libertad de expresión, no obstante la calificación de buena o mala que recibiera esta libertad, para prevenir publicaciones injuriosas y mal intencionadas, se da la primera Ley de Imprenta según Decreto Legislativo del 28 de septiembre de 1830.

Luego aparecieron importantísimos periódicos, que hicieron historia en El Salvador y que aún circulan, como lo son el Diario Latino, que es el más antiguo, circulando por primera vez en el año de 1890; la Prensa Gráfica que salió a circulación el 10 de mayo de 1915, bajo la dirección de don José Dutríz; El Diario de Hoy, que apareció el 3 de mayo de 1936 dirigido por los periodistas Napoleón Viera Altamirano y Rubén Membreño; el diario El Mundo, el cuál apareció el 6 de febrero



de 1967 y el diario La Noticia que nace un 29 de octubre de 1986, el primer Director de este periódico fue el profesor y periodista Carlos Samayoa Martínez, seguidamente el Lic. Narciso Castillo, quien ocupó la dirección hasta el cierre del periódico, el 30 de marzo de 1996. ^[2]

1.4.1.2 La Radio

La era de la radiodifusión en el mundo se inició en 1920 y, posteriormente, se establecieron las primeras estaciones de radio en los Estados Unidos de Norte América.

En 1926 el Dr. Alfonso Quiñónez Molina, quien fungía como Presidente de este país inauguró la Radio Nacional de El Salvador y en su honor las siglas de A.Q.M., en 1936 estas siglas fueron sustituidas por Y.S.S. Radio Nacional de El Salvador, manteniéndose en la actualidad.

En 1946 surgió la nueva emisora privada Y.S.U. “La voz Suprema del Espacio”, luego en 1950 se inaugura YSEB, “La voz de Latinoamérica” y fue su fundador, don Boris Eserski, después fueron apareciendo las radios Y.S.C. Radio Internacional; Y.S.F. Radio Vanguardia; Y.S.A.X., Radio la Voz Panamericana; Y.S.M.A. Radio Chalatenango, y otras que hoy, después de un gran incremento radiofónico ascienden a más de 150 emisoras en el país. ^[3]

1.4.1.3 La televisión

A comienzos de los años 50's, aún no se disfrutaba de la televisión en El Salvador, por lo costoso que resultaba la compra de un equipo de transmisión. Fue hasta 1954 que un grupo de empresarios salvadoreños se enteraron de que se fundaba el primer canal de televisión en Guatemala, lo cuál apresuró los planes para lograr algo parecido en El Salvador.

1.5 Ideología

La ideología es un conjunto específico de ideas o creencias, particularmente con respecto a los temas sociales, políticos y religiosos. Los mensajes de los medios de comunicación y de otros aspectos de cultura popular tienen contenido ideológico. A veces es fácil distinguir la ideología. Los



comerciales, por ejemplo, representan la creencia de que el consumismo es bueno para la gente y la sociedad. En otros casos la ideología es más sutil y difícil de descubrir.

Esta también separa la reflexión de los hombres de su vida real y hace pasar lo natural, legítimo o inevitable a lo que es un producto de la decisión humana. No solamente es el conjunto de ideas y creencias que caracterizan a un grupo, clase, religión, partido político, etc., sino que en ésta, las fuerzas sociales se traducen a formas de vivir, pensar y sentir de las personas.

La ideología, por su propia naturaleza posee la capacidad de conducir el accionar de las personas o grupos, a partir de los intereses y valores de determinados sectores sociales.

De igual manera las distintas ideologías pueden facilitar o dificultar el descubrimiento de la esencia de los procesos; puede ser una conciencia falsa, una representación deformada de la realidad o puede pretender buscar la verdad y transmitirla objetivamente.

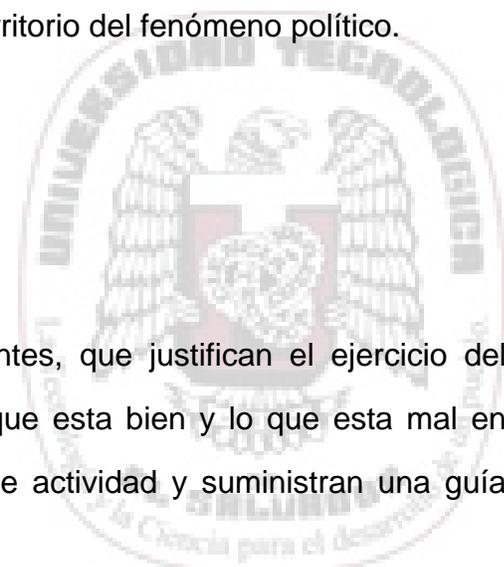
1.6 Política

La política es la ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el estado. Esta relación entre ambos no es posible sin el complemento de la comunicación, sea de forma directa o no; es decir, en la democracia moderna podemos entender la vida política como un gran sistema de diálogo.

De modo que gobernantes y gobernados, gobierno y oposición, mayorías y minorías incorporan en sus interacciones el elemento comunicativo en todos los contenidos y temas de la ciencia política. Por lo que la opinión pública constituye una parte del amplio territorio del fenómeno político.

1.7 Ideología Política

Es un sistema de creencias explícitas, integradas y coherentes, que justifican el ejercicio del poder, explican los acontecimientos históricos, identifican lo que esta bien y lo que esta mal en política, define las relaciones entre política y otros campos de actividad y suministran una guía



para la acción.

Al mismo tiempo la propaganda de tipo publicitario se limita a campañas más o menos espaciadas, de los cuales el caso típico es la campaña electoral. Se trata entonces de destacar ciertas ideas y ciertos hombres con procedimientos bien delimitados; expresión normal de la actividad política.

Sin embargo la fusión de la ideología con la política da otro tipo de propaganda, de tendencia totalitaria, ligada estrechamente con la progresión táctica que actúa en todos los planos de lo humano, no se trata ya de una actividad parcial y pasajera, sino de la expresión misma de la política en movimiento, como voluntad de conversión, de conquista y de explotación. Es decir, de crear la cohesión y entusiasmo en el bando propio, y el desorden y miedo en el enemigo.

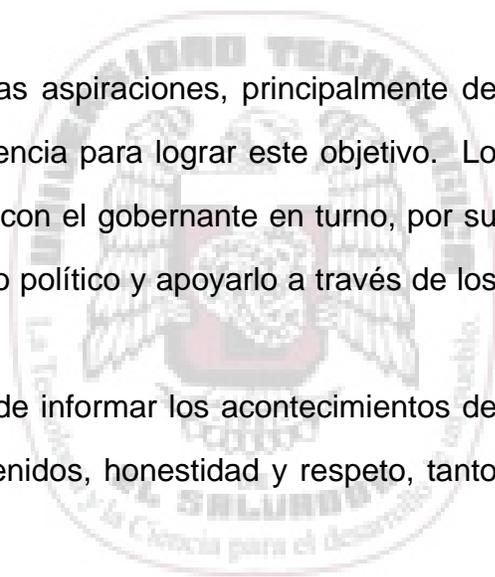
1.7.1 Medios de Comunicación y su Influencia en la Ideología

Política

Los medios de comunicación tienen un gran poder para influir en las conciencias de los ciudadanos y para estar más cerca de ellos que los gobernantes. Generalmente cuentan con una enorme credibilidad por parte de los ciudadanos, por lo que uno de sus papeles es mediar entre la sociedad y el gobierno.

Ocurre en ocasiones, que quienes dirigen el medio tienen otras aspiraciones, principalmente de formar parte del poder político, por lo que aprovechan su influencia para lograr este objetivo. Lo pueden hacer de muy diversas maneras: mediante su relación con el gobernante en turno, por su influencia en los círculos del poder, o por integrarse a un partido político y apoyarlo a través de los espacios de su medio.

Al mismo tiempo los medios de comunicación tienen el deber de informar los acontecimientos de interés público y la sociedad de exigir veracidad en los contenidos, honestidad y respeto, tanto



para si misma como para sus instituciones, con la finalidad de promover valores que favorezcan su desarrollo. En cuanto al sector político, éste con frecuencia busca la manera de difundir su información a través de otros canales más directos y democráticos hacia el ciudadano, además de los medios tradicionales.

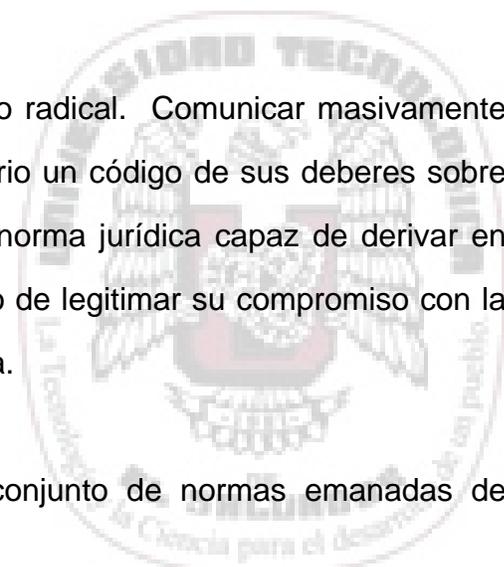
Por lo tanto, la información que se presente en los medios de comunicación se deberá equilibrar de tal manera que permita crear una comunidad informada sobre el acontecer, sin sobrepasar los límites de responsabilidad y los roles que le corresponden a ellos y al poder político.

De cualquier forma, los medios de comunicación 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, muestran el efecto de estos en la comunidad: además son voceros que [\[4\]](#) recogen el sentir popular hacia sus gobernantes.

En la actualidad no puede existir una sociedad sin medios de comunicación masiva, sus funciones están orientadas hacia la verdad y el bien común, más allá de intereses particulares. De hecho, toda la actualidad de la vida pública debe estar apoyada por los medios de comunicación. El gobernante difícilmente puede estar en contacto con ciudadanos sin el apoyo de los medios. La inmediatez con que algunos de éstos llegan a más personas debido a su cobertura, les otorga a la vez poder, y una gran responsabilidad.

La forma de comunicación, sin embargo, ha sufrido un cambio radical. Comunicar masivamente representa hoy un gran compromiso social. Ello hace necesario un código de sus deberes sobre esta actividad, que haga posible el traspaso de lo ético a la norma jurídica capaz de derivar en justicia. Por ello, los medios de comunicación se han ocupado de legitimar su compromiso con la sociedad, para lo cuál algunos han establecido códigos de ética.

Max Weber señala que un código ético consiste en: “un conjunto de normas 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 a sus propios intereses.”

Los medios de comunicación masivos no son necesariamente transmisores de verdades, sino referentes. El alto grado de confiabilidad que sus auditorios les otorgan les hace parecer como dueños absolutos de la verdad o, por lo menos, como que su función representa verdades incuestionables. Sin embargo, debe ser el perceptor 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.

1.7.2 El Poder Político en los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación suelen ser considerados como armas de control social a través de los cuales se sugiere al público que 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 restringe la libertad de expresión.

En ocasiones los medios consiguen tener mayor poder que el Estado, razón por la cuál 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 de comunicación 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 cuál puede suplantar al Poder Judicial.

Sin embargo, a veces los medios actúan a favor del ciudadano permitiéndole denunciar por su conducta, acciones reprobables que cometen los otros poderes. El ciudadano supone, por ejemplo, que si denuncia públicamente que el Poder Judicial esta corrompido o que recibe ordenes

y recomendaciones, influencias de otros poderes, la imagen de la institución quedará expuesta y, por lo tanto se verá obligada a actuar con justicia.

Además, los medios de comunicación 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 participes privilegiados del poder, con funciones distintas de aquellos de los poderes institucionales.

Sin embargo, para que los medios de comunicación multipliquen el poder del gobernante diariamente el sector gubernamental se manifiesta a los ciudadanos informándoles 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 la que proporcionan sobre lo que acontece mas allá de las fronteras, los acuerdos comerciales, las guerras, los sondeos de opinión, los reportajes y el análisis editorial del acontecer político.

1.7.3 La Manipulación de los Medios de Comunicación sobre las Masas

Mucho se ha acusado a los medios de comunicación de servir como instrumento al poder político instituido, de tal manera que hay quienes los han definido como “medios masivos de manipulación.”

Quienes están al frente de los medios requieren de alguna manera, del consenso del auditorio para que sus mensajes sean aceptados.

En una campaña política, el deseo de ganar la elección puede llevar a un político y a su equipo a difundir informaciones tendientes a manipular la opinión pública, como datos que desprestigien a su oponente, o a evitar que sus propios errores salgan a la luz, con la finalidad de cosechar simpatías.



En otros casos, las personas serán más susceptibles a creer al candidato con mayor carisma, aún cuando esté mintiendo o su oferta política no sea la más conveniente o la mejor. De igual forma, los medios de comunicación masiva podrán emitir mayor cantidad de mensajes del candidato o partido que genera más información, lo que hará suponer a los electores que es el que cuenta con el mayor número de simpatías.

1.8 La Propaganda

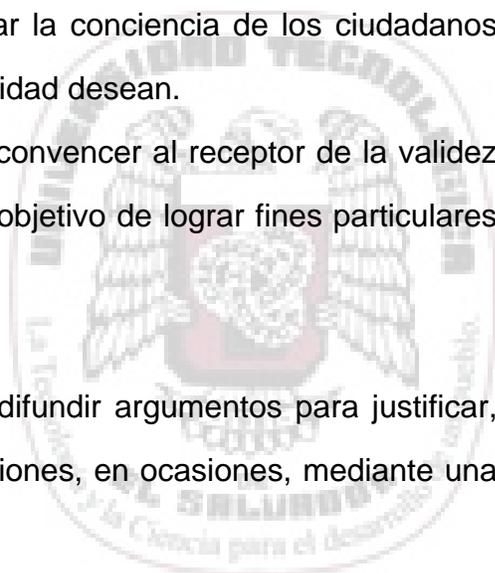
La propaganda consiste en toda acción organizada para difundir una idea, acción, doctrina o religión. Es un elemento necesario para la difusión de valores, el cambio de actitudes y la información en cuanto a las propuestas de los partidos políticos como cuerpos de doctrina social.

Además puede considerarse como un arte complejo y de naturaleza delicada, y su práctica, requiere de un exhaustivo trabajo para emplearla acertadamente, ya que persuadir y convencer en un mundo bombardeado y saturado de tantas ideas y preceptos, resulta cada vez más difícil influenciar a las personas a cambiar de ideología, de comportamiento y de acciones, así también es tarea permanente de estar realizando, ya que la psiquis humana cae en estancamiento y olvido cuando no se repite incesantemente los mensajes.

Así también por medio de la propaganda se enaltece o minimiza un cuerpo de ideas o un personaje. Con ella los manipuladores suelen proponer alternativas de solución a viejos o nuevos problemas y carencias sociales, tendientes a influir y manipular la conciencia de los ciudadanos aprovechando que muchas veces estos no saben lo que en realidad desean.

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.

Otro propósito al emplearla es la motivación que consiste en difundir argumentos para justificar, persuadir o estimular a que se lleven a cabo determinadas acciones, en ocasiones, mediante una



sugestión que repite determinadas ideas o mensajes tendientes a influir en la voluntad de otra persona hasta lograr el objetivo que por lo general es convencerlo a realizar determinadas acciones.

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 experiencia particular de cada individuo.

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

La propaganda puede clasificarse en tres tipos:

Ø **Propaganda Blanca.**

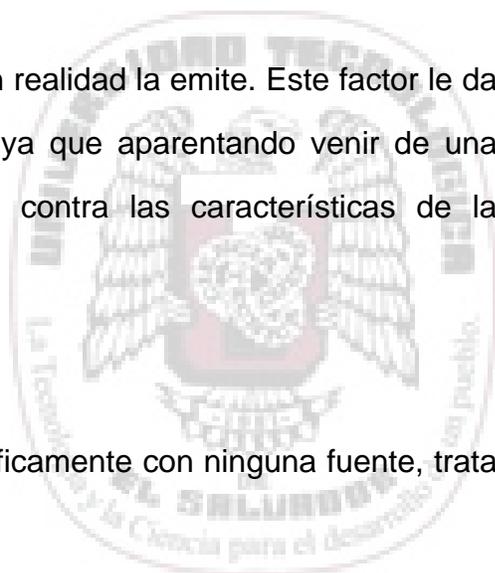
Puede definirse como aquella que es difundida y reconocida como un auspiciador o por un órgano acreditado por éste. Por consiguiente, en este caso, la fuente es conocida y reconocida oficialmente.

Ø **Propaganda Negra.**

Es la que pretende emanar de una fuente diferente de la que en realidad la emite. Este factor le da algunas ventajas con respecto a otros tipos de propaganda, ya que aparentando venir de una fuente falsa, elimina la barrera psicológica que se levanta contra las características de la propaganda “enemiga”, propia de la propaganda blanca.

Ø **Propaganda Gris.**

Esta es una propaganda que aunque no identificándose específicamente con ninguna fuente, trata



de ocultar su verdadero origen. Considerándose que la diferencia de ésta con la propaganda negra es solamente de grado.

1.8.1 La Propaganda Electoral

Propaganda electoral, son aquellas acciones tendientes a inducir a los electores a tomar opción con su voto.

Para los partidos políticos, el hacer propaganda se vuelve una actividad constante, cada acción que realizan es aprovechada al máximo con este propósito.

> Reglamento para la propaganda electoral

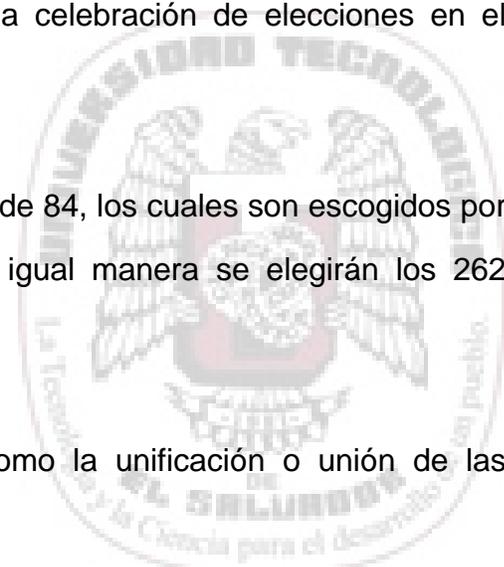
Existe un periodo que es exclusivamente para la realización de propaganda electoral el cuál es regulado por la Constitución Política, que en el Artículo 81 establece la norma para el inicio y finalización de la propaganda electoral, éste debe ser respetado por todos los institutos políticos por igual.

Para efecto de las próximas elecciones del 16 de marzo del 2003, la propaganda que se transmitirá en los diferentes medios de comunicación para diputados comenzará el 15 de enero y finalizará el 12 de marzo del mismo año; la cuál su periodo de duración es de dos meses, no obstante la propaganda para Concejos Municipales dará inicio el 14 de febrero concluyendo el 12 de marzo, siendo su periodo de duración de un mes.

De igual manera la propaganda electoral para Presidente y Vicepresidente, únicamente se permitirá cuatro meses antes de la fecha establecida para la celebración de elecciones en el decreto de convocatoria.

En el caso de las elecciones a diputados el número a elegir es de 84, los cuales son escogidos por elección popular y propuestos por cada partido político; de igual manera se elegirán los 262 alcaldes, correspondientes a igual número de municipios.

Con relación a los partidos políticos los podemos definir como la unificación o unión de las



personas que comparten una misma ideología, o manera de pensar y proponer, para buscar las soluciones que de acuerdo a sus intereses benefician a la colectividad.

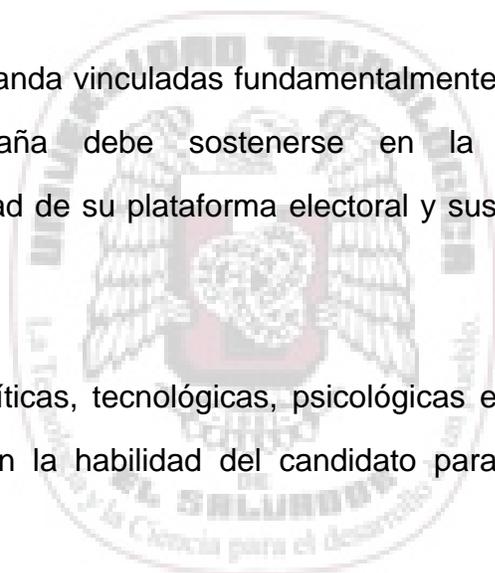
Asimismo el número de partidos políticos que están inscritos en el Tribunal Supremo Electoral para los comicios de marzo de 2003, son once.

- Ø Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA)
- Ø Partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN)
- Ø Partido Demócrata Cristiano (PDC)
- Ø Partido de Conciliación Nacional (PCN)
- Ø Partido Acción Nacional (PAN)
- Ø Acción Popular (AP)
- Ø Partido Fuerza Cristiana
- Ø Partido Social Demócrata (PSD)
- Ø Partido Centro Democrático Unido (CDU)
- Ø Partido Popular Republicano
- Ø Partido Movimiento Renovador

La propaganda por los puestos de elección popular se caracteriza por:

- Ø Sus lapsos cortos, lo que impone una gran actividad en todos los aspectos.
- Ø Por su globalidad, pues se dirige a los individuos de todos los sectores de la población, con el único requisito de que tengan capacidad de votar lo que precisa de una especial habilidad en virtud de las motivaciones, aficiones e intereses tan divergentes que es necesario satisfacer al elector.
- Ø La personalización, o sea la lucha electoral y la propaganda vinculadas fundamentalmente a la personalidad del candidato. Idealmente, una campaña debe sostenerse en la reputación del partido que lo patrocina, en la bondad de su plataforma electoral y sus proyectos políticos.

Actualmente, por un sin numero de razones económicas, políticas, tecnológicas, psicológicas e históricas, el éxito de una campaña electoral se mide según la habilidad del candidato para sintetizar en su imagen las esperanzas del electorado.



En base a lo anterior, se puede decir que un candidato se tiene que presentar como un objeto de consumo para que sea más llamativo dado que la mayoría de votantes emiten el sufragio por el candidato que les llame más la atención al igual que cuando van a comprar algún producto no razonan en los beneficios que les dará sino únicamente lo compran porque les gusta.

1.8.2 Propaganda Política

Dentro de esta propaganda los objetivos principales son los siguientes:

- Ø Formar creencias
- Ø Formar opiniones
- Ø Formar voluntad popular

En base a lo anterior podríamos definir la propaganda política, como la suma de todos los medios y medidas que son adecuados para inculcar opiniones dentro de la opinión pública.

La propaganda se dirige al individuo en particular como a las masas; el individuo será trabajado por la propaganda en lo que posee de común con los demás, o sea sus sentimientos, mitos y otras reacciones.

Esta deberá ser continua, es decir, debe hacerse de manera que pueda golpear de forma permanente a todos los hombres; debe ser durable, de largos periodos, que el electorado no quede mucho tiempo sin la influencia de la propaganda, ya que esta no se encuentra hecha de un estímulo porque desaparece rápido, sino de impactos sucesivos.

1.9 Opinión Pública

El término opinión pública está compuesto de dos voces; el sustantivo opinión y el adjetivo pública.

Etimológicamente, OPINIÓN, proviene del latín opino-onis, que significa concepto.

Según la Real Academia de la Lengua Española, la primera aceptación de opinión es: "concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable; fama o concepto en que se tiene a una persona o



cosa”.

La opinión pública constituye un campo de estudio interesante y complejo.

En este se aplican sondeos para conocer la opinión de los gobernados sobre ciertos temas en los que las consideraciones de la mayoría son determinantes para la buena marcha del gobierno y del ejercicio de los poderes públicos: asimismo, la detección de tendencias partidistas de los ciudadanos determina la estrategia a seguir por los grupos que buscan el poder.

La opinión editorial en los medios de comunicación masiva puede orientar e influir los criterios de sectores de población mas interesados en tener una visión razonada de los acontecimientos y las declaraciones de los lideres. Los debates públicos de los intelectuales sobre el gobierno y el poder. son capaces igualmente de orientar la cultura política de los ciudadanos.

1.9.1 Criterios para la Formación de Opinión Pública

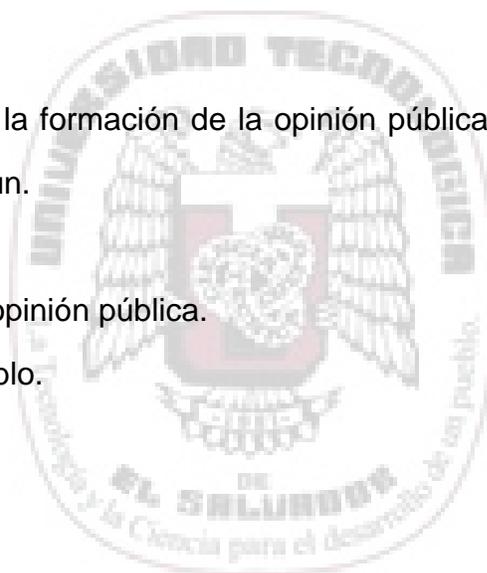
“La asociación de contenidos, el intercambio de datos, la libre discusión entre dos o más personas, el arribo a una decisión acerca del tema de interés colectivo en que se basó el debate; la expresión del acuerdo más o menos compartido, son entre otros, requisitos inexcusables para la formación del fenómeno de la Opinión Pública”.

[5]

El libro Realidad y Medios de Comunicación, enumera los siguientes criterios básicos para la formación de la opinión pública:

- Ø La libertad de expresión
- Ø La obligación de todos los ciudadanos de cooperar en la formación de la opinión pública, coherente con la dignidad de las personas y el bien común.
- Ø El discernimiento auténtico del público frente a la noticia.
- Ø Estar prevenidos contra el riesgo de manipulación de la opinión pública.
- Ø La consideración de la opinión pública como voz del pueblo.

1.10 La Persuasión



Es una forma de comunicación en la que debe participar toda persona que se arriesga a entrar en relación con los demás. La persuasión es necesaria por el solo hecho de que todos difieren en los objetivos y en los medios con los que se consiguen.

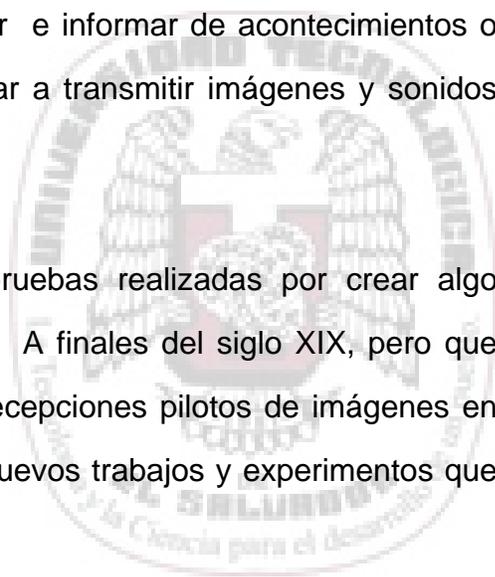
El resultado inevitable es que con frecuencia un individuo se interpone en el camino de otro. A menudo, la conducta de una persona en busca de su objetivo entra en conflicto con la de otra. Cuando el logro de los objetivos de una persona resulta bloqueado por las conductas de otra en busca de su objetivo, la persuasión se emplea para convencer al ofensor para que redefina su objetivo o modifique los medios para lograrlo.

Nuestros estilos de vida señalan que los seres sociales están necesitados de la compañía y la aprobación de los otros. Estas necesidades no encontrarían satisfacción si las conductas entraran siempre en conflicto. Mediante la persuasión, una actividad por la cuál se intenta cambiar la conducta de aquellos cuyos objetivos se convierten en impedimentos de los nuestros, reducimos las condiciones naturales de extrañamiento que separan y por consiguiente se estimula el desarrollo de lo que se conoce como sociedad.

1.11 Antecedentes de la Televisión

En el siglo XX, la televisión fue una de las áreas de grandes avances tecnológicos en cuanto a la comunicación y divulgación de la misma, el surgimiento de los medios de comunicación masivos que hoy en día se conocen, fueron uno de los más grandes acontecimientos de la historia (Radio, Televisión, Prensa Escrita y hasta Cine). El poder escuchar e informar de acontecimientos o sucesos era algo fenomenal lo cual fue mejorando hasta llegar a transmitir imágenes y sonidos simultáneamente.

La llegada de la televisión revoluciona luego de muchas pruebas realizadas por crear algo diferente a los demás medios de información que ya existían. A finales del siglo XIX, pero que hasta el siguiente siglo (XX) se realizan las transmisiones y recepciones pilotos de imágenes en movimiento, esto emocionó a muchos científicos, para iniciar nuevos trabajos y experimentos que



fueron mejorando los esfuerzos por estar simultáneamente en dos lugares al mismo tiempo; la evolución de la televisión llevó a muchos personajes acaudalados a volverse visionarios y a invertir su capital, para formar grandes empresas televisoras; cuando aún la televisión era en blanco y negro, pero que ya se utilizaba mucho para anunciar productos o servicios de consumo común.

Surge la televisión a colores y marca un exitoso trayecto de investigación y aumenta los servicios de publicidad y producciones televisivas.

1.11.1 La Televisión

La palabra televisión quiere decir “ver de lejos”, “tele” prefijo latín que significa lejos y “visión” que significa ver.

Por medio de la televisión no sólo se ve, sino que también se escucha, ya que la televisión utiliza el principio de las radios. Por eso los técnicos, al referirse a la televisión, utilizan las palabras latinas: audio y video.

La televisión es el proceso para transmitir imágenes a distancia sirviéndose de ondas hertzianas de alta frecuencia.

La cámara de la televisión recibe las ondas de la luz reflejadas desde la escena que se esta tomando y la transforma en una corriente eléctrica que es enviada a una torre emisora. De allí el impulso viaja a través del espacio con la velocidad de la luz, mediante ondas electromagnéticas hasta alcanzar la antena de un receptor.

En éste, el impulso se vuelve corriente eléctrica, que se transforma de nuevo en ondas de luz, las cuales proyectan una imagen en la pantalla.

Al mismo tiempo que se transmite la imagen, el receptor recibe ondas electromagnéticas y las convierte en sonido.

La televisión responde a la urgencia que tiene el hombre de hallar imágenes verbales que le sirvan de soporte a la comunicación con los demás.



La televisión contribuye a:

- Ø Evadir la lucha cotidiana por la vida.
- Ø Sentir impotencia ante situaciones anómalas totalmente alejadas del mundo real.
- Ø Mostrar un mundo irreal en el que nada se puede hacer para cambiarlo.
- Ø Sumirse en la pasividad e impotencia.
- Ø Generar mecanismos de fuga, que le permitan al ser humano sentirse bien o superar aparentemente sus angustias e insatisfacciones.
- Ø Canalizar equivocadamente las energías emocionales.

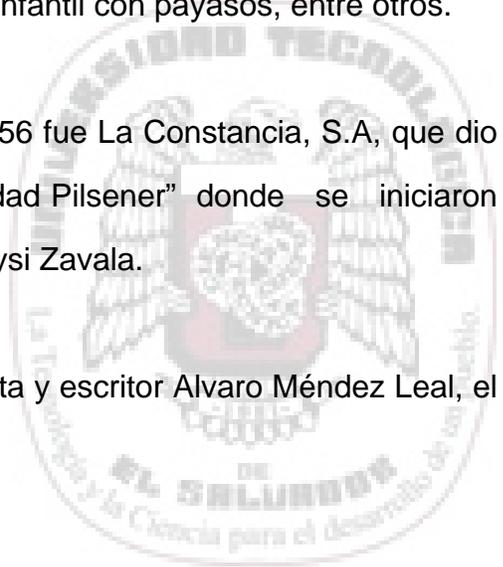
A la televisión se le atribuye ser el primer medio socializador entre los demás medios de comunicación, ya que posee un amplio radio de acción; es decir, llega a todos los rincones del mundo con los hechos; constantemente esta difundiendo mensajes y toca los niveles del individuo (sentimientos e intelectos). Es el medio idóneo para promover las ideologías.

1.11.2 Historia de la Televisión en El Salvador

La televisión nace en septiembre de 1956 con el primer canal de televisión YSEB, llamado canal 6, ubicado en el edificio central; siendo su propietario y gerente el señor Boris Esersky, iniciando con una señal experimental donde se daba a conocer a los artistas nacionales, películas mexicanas y cubanas, fue uno de los canales que produjeron más programas en vivo que los que actualmente se producen; algunos de éstos fueron producidos por Eugenio Martínez Orantes, poeta y productor de televisión, “Puertas al Ensueño”, “Ballet Clásico”, programa infantil con payasos, entre otros.

Uno de los patrocinadores de programas importantes desde 1956 fue La Constancia, S.A, que dio inicio junto con este canal, dicho programa se llamo “Televariedad Pilsener” donde se iniciaron varios artistas entre ellos Eduardo Fuentes, René Velasco y Daysi Zavala.

“Teleperiódicos” fue el primer telenoticiario producido por el poeta y escritor Alvaro Méndez Leal, el cuál se consideró programa de alta calidad.



El 13 de diciembre de 1958, apareció una nueva sociedad llamada YSU, S.A., que fundó lo que en ese tiempo se llamó uno de los tele sistemas, por lo completo y técnicamente avanzados en Latinoamérica.

El 19 de enero 1959, esta sociedad compró canal cuatro, siendo su promotor el señor Raúl Trabanino quien reestructura la sociedad para iniciar la segunda etapa de la televisión salvadoreña, iniciando con los programas “El Café de Don Pedro”, “Fin de Semana”, entre otros, estos programas tuvieron un estudio previo para lanzarse al aire, realizando encuestas a los televidentes para saber qué tipo de programas les gustaba ver y cuáles les gustaría ver.

En este mismo año surge el programa conducido por el comediante, Carlos Álvarez Pineda “El show de Aniceto”.

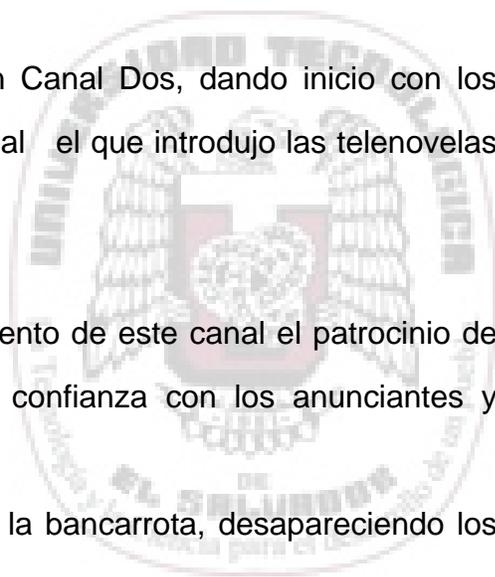
Luego da inicio un programa Cultural llamado “X-O da dinero”, estos programas fueron los que tuvieron mayor permanencia en el aire en canal 4.

En 1962, meses después de que Raúl Trabanino dejara la gerencia de YSU, ésta entró en declive publicitario, surgiendo problemas económicos por el poco patrocinio generando resultados negativos, pero también YSER, tiene problemas por la retirada del señor Boris Eserski, es por ello que para 1963 deciden fusionarse y formaron una nueva empresa llamada TELECENTRO, que se mantiene al aire durante unos años. Entre las personas que estuvieron al frente de telecentro fueron Alberto Vilar, Armando Herrera, Jorge Gómez Guzmán entre otros.

El 30 de noviembre de 1965, salió al aire la YSR televisión Canal Dos, dando inicio con los programas “El Minuto de Dios” “Jardín Infantil”, siendo este canal el que introdujo las telenovelas extranjeras.

Siendo el señor Boris Eserski, quien mantiene desde el nacimiento de este canal el patrocinio de todos los programas, creando de esta manera una enorme confianza con los anunciantes y publicistas.

En 1967, por problemas financieros, Telecentro, S.A., llega a la bancarrota, desapareciendo los



canales 6 y 8, no así el Canal Cuatro, ya que era arrendado, siendo devuelto a sus dueños originales. Por todos estos problemas Canal 8 fue revendido al Estado para formar la Televisión Educativa.

El 6 de Abril de 1973, salió nuevamente al aire Canal Seis, con la novedad de transmitir programas a color, caracterizándose por programación estadounidense, siendo la más popular la serie “Rintintín”.

En 1976, se recibieron las primeras transmisiones vía satélite para la televisión salvadoreña.

El 15 de diciembre de 1984, nace canal 12 siendo el presidente de este canal el señor Julio Rank Romero, conociendo la experiencia de telenoticiarios gubernamentales, bajo un concepto de periodismo profesional nace en 1985 el noticiero “Al Día”, el cual rompe con todos los esquemas de noticieros producidos por otros canales, y permite que sectores marginados por el proceso político puedan expresar sus puntos de vista y lineamientos políticos estratégicos.

El 1 de noviembre de 1988 se fusionaron canales 2,4 y 6 surgiendo la Telecorporación Salvadoreña (TCS Noticias, que lo integran los canales 2,4 y 6), orientando sus objetivos y metas, en la noticia por televisión y al mismo tiempo considerarse como fuente de ingresos.

Para enero de 1992, nace Canal 25 YSZX con el único objetivo de transmitir el mensaje de la palabra de Dios. Pertenece a la corporación TVN, dirigido por el señor Jorge Mira, éste canal transmite las 24 horas del día y se sostiene económicamente por las ofrendas de los televidentes, dado que no transmite comerciales.

El 1 de marzo de 1994, nace Canal 21, perteneciente al grupo “Megavisión”, su fundador y director fue Narciso Castillo, sus primeros programas fueron: “Notimegavisión”, “En vivo”, conducido por Salvador Castellanos, Diana Verónica Ramos y Antonio Mineros. Desde su nacimiento Canal 21 busca llegar a todos los estratos sociales.



El 1 de junio de 1994, nace Canal 23 con un esquema diferente a todos los canales, tratando de complacer los gustos musicales e introduciendo programadores mexicanos y técnicos españoles que instalaban los transmisores.

El 24 de marzo de 1995, nace Canal 33 bajo la sociedad “De León Foto, S.A. de C.V” con el director, Ingeniero Guillermo De León, siendo la finalidad de este canal las noticias. De igual manera surgen los telenoticiarios “Cuatro Visión” y “Teledos”.

El 16 de noviembre de 1995 fue inaugurado el canal 19, perteneciendo también al grupo Megavisión, el cuál esta conformado por Canal 21 y por 2 radios; La Buenísima y Corazón FM estereo; Canal 19 se dio a conocer con videos musicales.

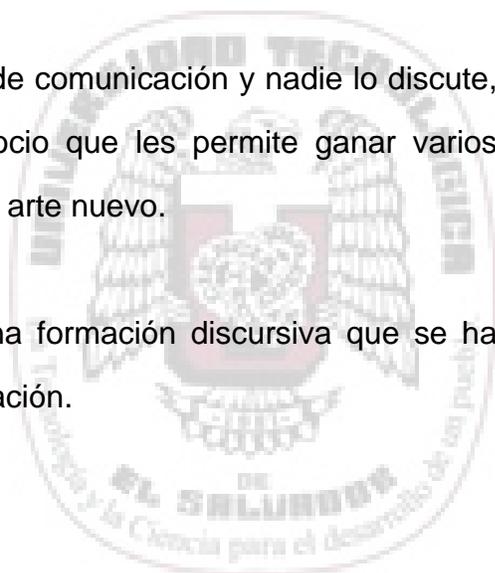
La televisión en El Salvador desde su inicio fue calificada como comercial y educativa; en ambos casos no se puede determinar la existencia de teoría y metodología que mostraría originalidad, todo estaba enfocado a una clase social inmersa dentro del sistema político económico del país. Es allí donde el tipo de programación que se empezó a transmitir era un medio de alineación y virtual desorientación.

La programación inicial constaba en su mayoría de películas y programas en vivo de la compañía Televisión Centroamericana y la incursión Norteamericana era mínima.

De todos es conocido que la televisión es un excelente medio de comunicación y nadie lo discute, sin embargo hay algunos que ven en él un estupendo negocio que les permite ganar varios millones. Otros hablan apasionadamente calificándolo como un arte nuevo.

El panorama general de la televisión salvadoreña muestra una formación discursiva que se ha venido generando hasta la época en el contexto de su programación.

1.12 La Noticia



La noticia es un género periodístico que trata sobre la divulgación o publicación de un hecho actual, desconocido, inédito, de interés general y con determinado valor político - ideológico.

La cabeza o titular, la entrada o lead, el cuerpo y remate son las cuatro partes que forman la estructura de la noticia.

1.12.1 Elementos que integran la Noticia

Los elementos que deben integrarse en una noticia son: ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Por qué? y ¿Cuándo?. Las respuestas a estas interrogantes determina la amplitud del hecho. No necesariamente se tiene que responder a las seis preguntas, en algunos casos dependerá de las características de cada hecho noticioso, en otros, bastará con responder a cuatro de ellas para identificar rápidamente la noticia.

La pirámide invertida en la exposición de las noticias, se ha impuesto por las diversas ventajas que ofrece, tanto para el periodista como para el perceptor, conformada por dos relatos: Uno altamente condensado y otro desglosado.

El relato condensado se presenta en la entrada de la noticia, y sirve al lector como primera aproximación al hecho noticioso, debiendo cumplir con el objetivo fundamental de informar en general y como “gancho” o atractivo para conservar el interés público, en cambio el relato desglosado se refiere a la presentación de la noticia en forma más detallada.

1.12.2 Estructura de la Noticia Televisiva

Se plantea a continuación la estructura de las noticias televisivas, debido a que ésta es el parámetro para medir y evaluar el comportamiento de las variables con respecto a las hipótesis establecidas en el presente trabajo de investigación.

> **Cabeza o titular:**

Es la llamada de atención, con la cuál los medios informativos anuncian la noticia.

> **Entrada (Lead):**



Es el primer párrafo, por lo general consta de 4 a 6 líneas en donde idealmente se da a conocer lo más sobresaliente del hecho. De este modo, el receptor que no pueda o no quiera asimilar la noticia completa, con leer la entrada, queda enterado de lo que ocurrió.

> **Cuerpo:**

Es el desarrollo de la noticia dada a conocer por el titular y la entrada. Ese desarrollo se realiza por lo general en orden decreciente de importancia.

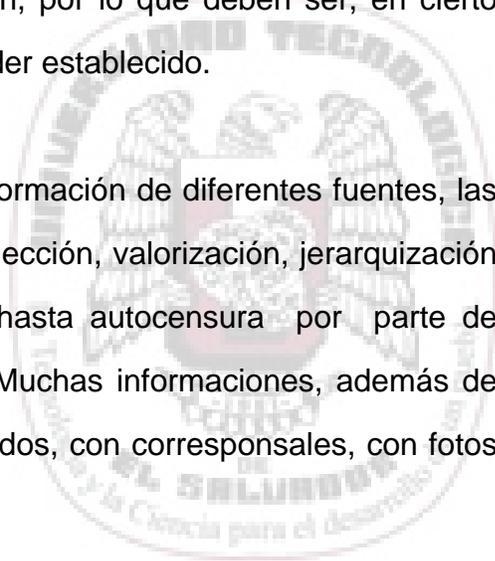
> **Remate:**

Es el último párrafo de la noticia, y su característica aunque parece paradójico, es que debe contener un dato secundario pero concluyente, de tal suerte que al lector le parezca natural que allí termina la noticia. De acuerdo a lo anterior la noticia televisiva debe tener un titular impactante, que capte de inmediato la atención del público y que, además, relate qué es lo que está aconteciendo, respondiendo principalmente el qué. Por otra parte, dependiendo de la relevancia de los hechos, se contestará quién o quiénes fueron los involucrados.

1.12.3 Los Telenoticiarios

A través de ellos se pretende informar de manera veraz, oportuna y objetiva debido a que en los mensajes los presentadores se abstienen de toda tendencia política, pues su ética y compromiso social, como instituciones de interés público, les compromete a ello. Sin embargo, no podemos pasar por alto que se trata de empresas que venden servicios de información a la comunidad, que dicha información representa muchas veces una mercancía, además de un valor moral, y que los medios también están comprometidos con orientar a la opinión, por lo que deben ser, en cierto modo, críticos del sistema, y no solo canales de difusión del poder establecido.

Además de lo anterior, los medios reciben gran cantidad de información de diferentes fuentes, las cuales a veces pueden variar en su contenido, por lo que la selección, valorización, jerarquización y extensión pudiera implicar ciertos matices tendenciosos y hasta autocensura por parte de quienes deciden qué difundir y cómo presentar el contenido. Muchas informaciones, además de ser leídas por el locutor, se complementan con reportajes filmados, con corresponsales, con fotos



y hasta gráficas, lo cuál puede denotar cierto interés por matizar un tema. Las noticias que se presentan al inicio de la emisión suelen ser las que el director del noticiero valora como las más importantes.

También pueden influir ciertos condicionantes sobre el medio que produce el noticiero, como podrían ser sus compromisos políticos y económicos establecidos o acordados de antemano, el papel que como mediador con las autoridades haya ejercido en el pasado y hasta los mecanismos que cualquier gobierno posea como forma de coacción hacia los medios (permisos y concesiones, compra de publicidad, apoyos económicos, venta de papel o su importación en el caso de la prensa, acceso a ciertas informaciones, etcétera).

Por todo lo anterior es de suponer que las noticias no pueden ser objetivas.

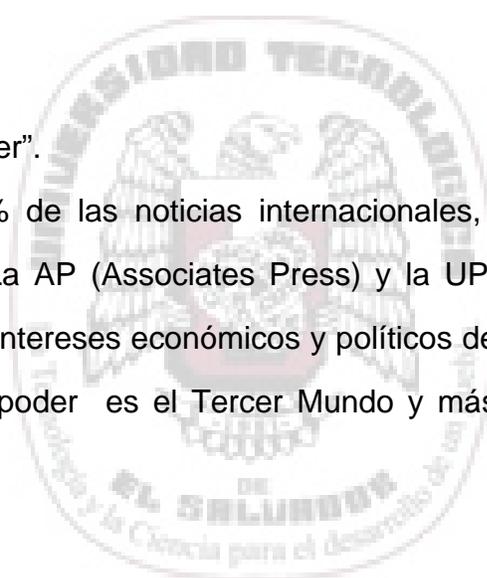
Es necesario estar consciente de que tales influencias existen y de que la objetividad por si misma no existe de manera absoluta, pues no puede suponerse que existe la información por si misma, sin autor, y que éste impone sus propias valoraciones. Por ello los autores suponen que dos redacciones distintas tratarán la misma información de manera diferente.

Otro aspecto para considerar es que la valoración de las noticias es determinada también por el perceptor y sus propias ideas acerca de lo que es válido, creíble y cierto, además del prestigio que le otorgue al medio como parte de su experiencia en el pasado, así como de sus suposiciones en cuanto al objeto de la noticia y del origen de la misma.

1.12.4 El Arte de Desinformar

“La historia siempre ha sido desfigurada por los dueños del poder”.

Actualmente lo es por los dueños de la información. El 80% de las noticias internacionales, circulan en el mundo a través de dos grandes canales: La AP (Associates Press) y la UPI (United Press Internacional) que representan la ideología y los intereses económicos y políticos de los más poderosos multinacionales. La víctima de ese gran poder es el Tercer Mundo y más concretamente América Latina.



Las transnacionales de la comunicación no sólo ejercen de una manera consciente y planificada la información, sino que manejan a la perfección todo un código o gramática normativa para que el público masa caiga en sus redes”^[6].

Se mencionan algunos de los métodos más usados para desinformar:

- Ø Informar lo contrario de lo acontecido
- Ø Informar solo parte de lo acaecido
- Ø Distorsionar los hechos, cambiando a los responsables
- Ø Suprimir parte importante en una cita, de un discurso a tal grado que el mensaje sea tergiversado.
- Ø Simulación de estilo objetivo para dar falsa apariencia de veracidad a las informaciones más engañosas.
- Ø Encabezar las noticias con títulos tendenciosos. Mucha gente sólo lee los títulos de los periódicos o escucha solo el adelanto de la noticia en la T.V. sin analizar su desarrollo total.

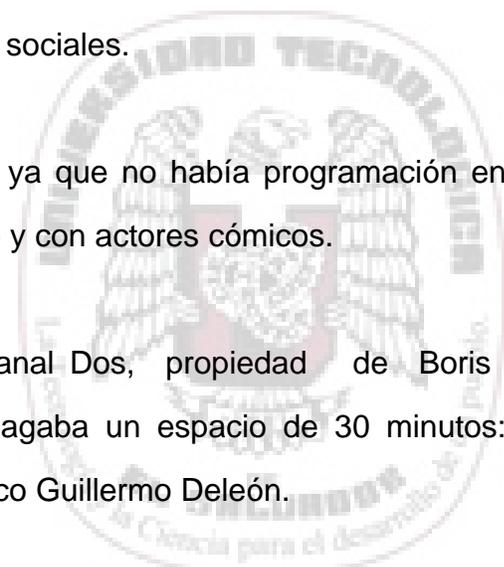
1.12.5 Telenoticiarios en El Salvador

Al llegar la industria televisiva a El Salvador en 1956, una serie de cambios se dieron en la sociedad salvadoreña que de una u otra forma han contribuido al desarrollo, tanto material como psicológico, especialmente con el surgimiento de los telenoticiarios.

El mismo año en que la televisión llegó a El Salvador, se transmitió el primer telenoticiario que llevó como nombre TELEPERIODICO; este espacio era dirigido por el escritor Álvaro Menéndez Leal y se daban a conocer noticias de interés, notas y servicios sociales.

Teleperiodico era transmitido en vivo, después del mediodía, ya que no había programación en horas matutinas. Los comerciales también se lanzaban en vivo y con actores cómicos.

Aproximadamente una década después, en 1965 nace el Canal Dos, propiedad de Boris Esersky. En éste canal nace otro noticiario que pagaba un espacio de 30 minutos: Teleprensa de El Salvador, dirigido entonces por el guatemalteco Guillermo Deleón.



En sus inicios, Teleprensa sólo transmitía notas del Gobierno y servicios sociales con una simple estructura en la que no se presentaban muchas imágenes, ya que el presentador se limitaba a leer las noticias frente a cámaras.

A principios de la década de los 70's, en el Canal 4 de televisión se introduce Telediario con su director Carlos Rosa Gaytán, también de origen guatemalteco.

Este telenoticiario seguía el mismo formato de los telenoticiarios de la época, sin reporteros. Sin embargo, en éste, ya empieza a tocarse temas sobre los grupos sindicalistas y huelgas, pues surge en una época mas complicada.

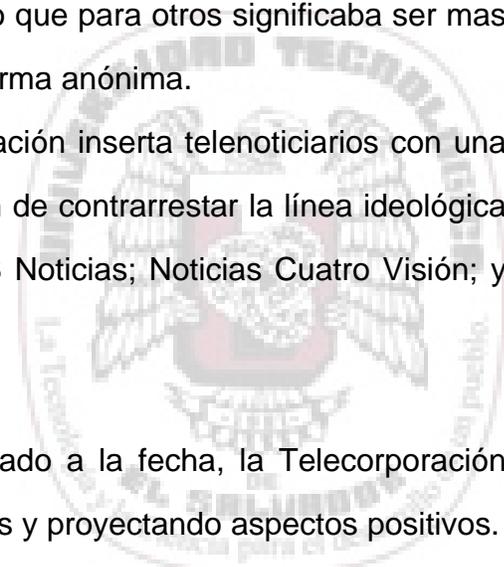
Para el año de 1978, Teleprensa de El Salvador y su primer reportero, René Hurtado dan inicio a la frase "Y ahora desde el lugar de los hechos" informando sobre enfrentamientos entre la guerrilla y fuerzas armadas en el municipio de Soyapango. Posteriormente los incidentes en Catedral Metropolitana que forman parte de la historia salvadoreña y que hicieron que la prensa internacional centrara su atención y se hiciera presente en el país.

A medida que el conflicto se intensificaba, los telenoticiarios tomaban más protagonismo, en 1986 se funda el telenoticiario Al Día, de Canal 12, con periodistas jóvenes que provenían de un programa transmitido en Canal 10: Tele 10.

Para esta época el periodismo comenzó a ser más profesional, con notas estructuradas debidamente. Este telenoticiario fue tachado de izquierdista, lo que para otros significaba ser mas objetivo. Algunos reporteros eran amenazados de muerte en forma anónima.

Pocos años después, a inicio de los años 80's, la Telecorporación inserta telenoticiarios con una fuerte inherencia política de los sectores de derecha, con el fin de contrarrestar la línea ideológica de Canal 12. Así surgió El Noticiero de Canal 6; luego TCS Noticias; Noticias Cuatro Visión; y finalmente el espacio informativo TELE 2.

Según algunos periodistas, desde la época del conflicto armado a la fecha, la Telecorporación Salvadoreña trató de salvar al gobierno, cubriendo los errores y proyectando aspectos positivos.



El espectro televisión también dio cabida a telenoticiarios como Megavisión, de Canal 21 y Teleprensa que al abandonar el Canal 2, toma otra frecuencia en UHF, como Canal 33.

1.12.6 Noticiarios Televisivos en El Salvador

En la actualidad, existen 13 canales locales de televisión, 7 de los cuales en su programación diaria transmiten espacios noticiosos.

Los programas de noticias más importantes son:

- TCS Noticias, que se transmite por los canales 2, 4 y 6.
- Noticiero HECHOS, de canal 12
- Noticias Cuatro Visión, de canal 4
- El Noticiero, de canal 6
- Teledos, de canal 2
- Mundo 21, de canal 21
- Teleprensa, de canal 33

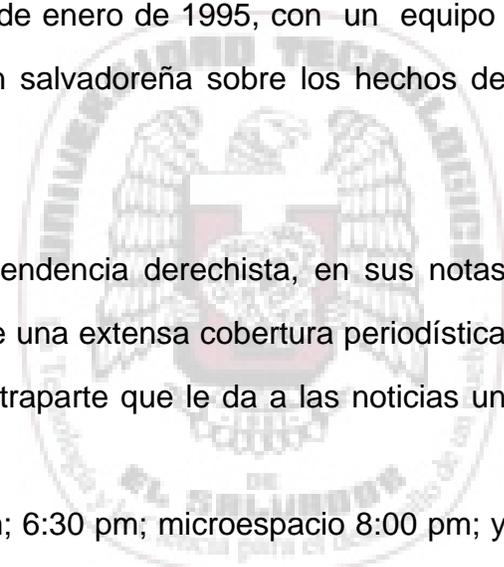
La mayoría de estos telenoticiarios son transmitidos en tres horarios; por la mañana, al medio día y por la noche.

1.12.7 Telenoticiario TELEDOS

Este espacio informativo salió por primera vez al aire el día 2 de enero de 1995, con un equipo de nueve jóvenes reporteros, que informarían a la población salvadoreña sobre los hechos de actualidad.

Desde el inicio, TELEDOS mantuvo una línea editorial con tendencia derechista, en sus notas emitía las acciones positivas del gobierno, además de brindarle una extensa cobertura periodística a los partidos de derecha, pero sin dejar de presentar la contraparte que le da a las noticias un perfil mas objetivo.

Sus emisiones son en la actualidad en los horarios de 1:00 pm; 6:30 pm; microespacio 8:00 pm; y



la retransmisión de Teledos a las 10:30 de la noche, contando con un equipo de 7 reporteros y 5 presentadores.

Su director ha sido hasta la fecha, Alejandro Fonseca Eserski; en un primer momento el jefe de prensa fue Aníbal Cuellar y como presentadores fungían: César Bayona y Mónica Iannuzzelli, en la emisión de la 1:00 pm; así mismo, Jaime García y Raquel Ávila presentaban la emisión de las 6:25 pm.

Teledos se ha caracterizado por hacer un periodismo en pro del medio ambiente, lo que lo ha hecho merecedor de una amplia gama de premios nacionales e internacionales.

La escenografía del set ha sido la misma desde el principio, el logo, así como su slogan inicial: Servimos al mundo en media hora, han sufrido cambios; su actual slogan es: Teledos, información en serio.

Sus niveles de audiencia han sido cada vez mayores, y para 1998 alcanzó uno de los más altos rating promedio (segundo lugar en su género) según estudio realizado en ese mismo año por la firma Multivex.

Hasta el momento el nivel de audiencia sigue en incremento, ocupando un promedio elevado de rating; constatando esta información por estudios realizados cada mes. Además su cobertura es a nivel nacional.

1.13 Antecedentes de la Realidad Política en El Salvador.

En nuestro país existen antecedentes que fueron de gran trascendencia tanto en lo social, económico y político; de los cuales solamente se hace mención de los años más recientes en cuanto a la actividad política.

En 1977, se realizan elecciones para un nuevo periodo 1977-1982, resultando electo el General Carlos Humberto Romero, postulado por el PCN.



En 1979, un golpe de Estado, expulsa del gobierno al General Romero.

Se formó la Junta Revolucionaria de Gobierno, que no alcanzó estabilidad. Se produjo retiro masivo de sus miembros, quedando los Coroneles Adolfo Majano y Jaime Gutiérrez.

En 1980. Se realiza una reestructuración de la Junta de Gobierno, quedando constituida por: Jaime Gutiérrez, Adolfo Majano, Antonio Morales Ehrlich, Ramón Avalos y Héctor Dada Hirezi.

El mismo año, la Junta Revolucionaria de Gobierno es objeto de una nueva reestructuración, El nuevo gobierno quedó formado por el Ingeniero José Napoleón Duarte, en calidad de Presidente y como Vice-presidente Jaime Gutiérrez.

Su mandato terminó en 1982, fecha en que entregaron el mando al Dr. Alvaro Magaña, como Presidente Provisional.

Con el afán de lograr mayor estabilidad en el gobierno, se acordó dejar la Presidencia en manos de una sola persona, seleccionando al Ingeniero Napoleón Duarte.

En 1982, Se llevó a cabo elecciones para la Asamblea Legislativa, que a su vez tendría la calidad de Constituyente; pues se elaboraría una nueva Constitución de la República. Obtuvieron mayor número de diputados en su orden: PDC, ARENA Y PCN.

Se llevó a cabo el “Pacto de Apaneca”, para lograr un acuerdo Gobierno-sectores políticos.

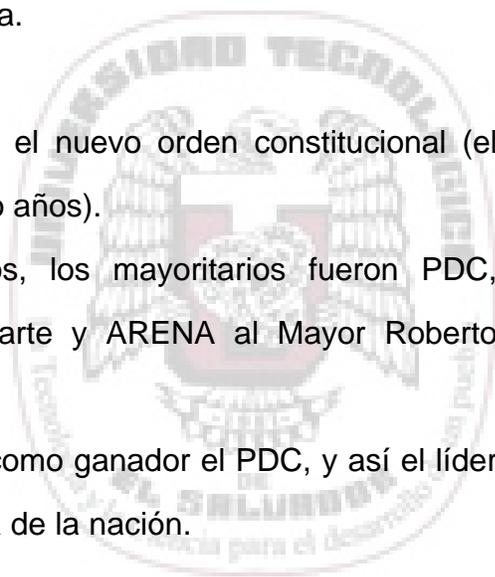
Resultó presidente de la Asamblea Constituyente el Mayor Roberto D’Aubuisson, miembro fundador del partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA).

En 1983. Fue promulgada la nueva Constitución de la República.

En 1984. Se dan las primeras elecciones presidenciales en el nuevo orden constitucional (el período en que un Jefe de Estado puede estar en el poder cinco años).

Se inscribieron para los comicios, varios institutos políticos, los mayoritarios fueron PDC, postulando como candidato al Ingeniero José Napoleón Duarte y ARENA al Mayor Roberto D’Aubuisson.

Se tuvo que ir a dos rondas electorales, resultando en ambas como ganador el PDC, y así el líder Demócrata Cristiano ocupó nuevamente la primera magistratura de la nación.



En 1985. (Elecciones Legislativas y Municipales), resultando triunfante nuevamente el PDC, con 33 diputados en el Órgano Legislativo.

En 1988. Se efectúa elección de Alcaldes y Diputados. Esta vez los salvadoreños hicieron variar su elección. El partido ARENA obtuvo 32 curules, lo cuál era la mayoría.

En 1989. Se celebran los comicios para elegir Presidente y Vice-Presidente, en un clima de amenazas por parte de grupos de izquierda, quienes acudieron a su estrategia más efectiva para obstaculizar el centro electoral: El paro compulsivo del transporte público; medida que impidió a miles de personas a trasladarse a los sitios donde les tocaba votar.

ARENA triunfó con sus candidatos Alfredo Cristiani (Presidente) y Francisco Merino (Vice-presidente).

1989-1994. Con la llegada al poder político de ARENA, la represión, las persecuciones y los atentados criminales contra los miembros y dirigentes de las organizaciones populares, aumentaron considerablemente. ARENA, declaró la guerra a la oposición política y la fuerza armada trataba de mantener la atmósfera de terror en el seno de la población salvadoreña.

A pesar del contexto de violencia, ARENA y el FMLN celebraron dos reuniones de diálogo en 1989, en México y en San José. Las dos partes se presentaron con propuestas que tenían puntos en común. Algunos acuerdos mínimos, por primera vez en diez años de guerra, fueron firmados.

Sin embargo ARENA jugó dos tácticas: por un lado manifestó querer resolver el conflicto armado por el diálogo – negociación, y por el otro demostró querer eliminar físicamente a la oposición política y militar. En otro orden el FMLN lanzó el 11 de noviembre de 1989, la segunda gran ofensiva militar desde la del 10 de enero de 1981, con el mismo objetivo de desencadenar una insurrección popular. Pero, por segunda vez en diez años de guerra, los cálculos militares de la comandancia del FMLN, fueron inexactos puesto que la insurrección popular no se produjo.

Uno de los puntos más importantes fue el de entenderse sobre las implicaciones de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), y de la Organización de los Estados Americanos (OEA), en calidad de testigos en el proceso de dialogo – negociación.

En el año de 1994, inicia la gestión presidencial del Doctor Armando Calderón Sol, iniciando también el primer gobierno después de la firma de los Acuerdos de Paz, que requería un costo de ¢21,500 millones, siendo el doble del presupuesto de la Nación de 1994.

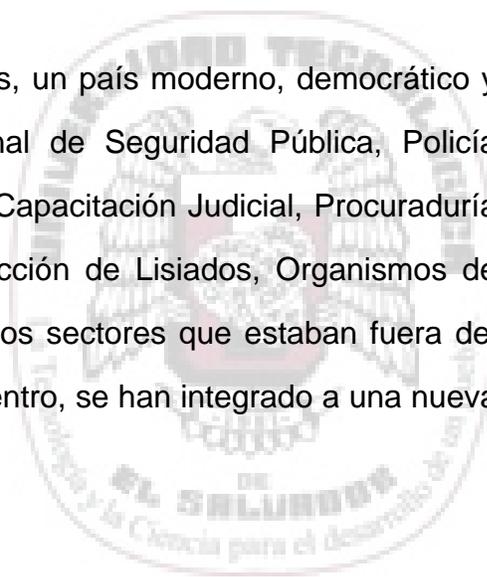
Al recibir donaciones externas y el ingreso obtenido por el pago de los impuestos de todos los salvadoreños, el gobierno pudo invertir en las áreas sociales, políticas y económicas.

Para 1995-1997 nace el programa Escuela Saludable, comenzando con 14 escuelas, quienes proporcionaron a los niños y niñas un refrigerio diario, exámenes de la vista, oído, control de talla y peso, atención odontológica, reparto de vitaminas, anteojos, prótesis auditivas, sillas de ruedas y zapatos ortopédicos a quienes lo necesitaban.

De esa manera se obtuvo logros en las áreas de salud, educación, familia, vivienda, entre otras.

En 1997 el Doctor Armando Calderón Sol nombró una comisión llamada Nacional de Desarrollo, conformada por intelectuales de diferentes líneas de pensamiento ideológico con el objetivo de ofrecer un Plan de Nación, plan que sustentara una visión de nación, que fuera común a todos, plasmando compromisos y acuerdos que llevaran al país hacia objetivos y metas, más allá de gobiernos e ideas partidistas.

En 1998, al cumplir con los Acuerdos de Paz, se hace del país, un país moderno, democrático y participativo, mediante instituciones como: Academia Nacional de Seguridad Pública, Policía Nacional Civil, Consejo Nacional de la Judicatura, Escuela de Capacitación Judicial, Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos, Fondo de Protección de Lisiados, Organismos de Inteligencia del Estado, Tribunal Supremo Electoral; además, los sectores que estaban fuera del esquema democrático, se han incorporado y los que estaban dentro, se han integrado a una nueva dinámica del país.



En 1999 asume el poder presidencial el Licenciado Francisco Flores, quien fue señalado como el representante de una nueva generación de políticos con muy poca experiencia por el lado de la Política Partidaria Tradicional; pero con mucho potencial en términos de su preparación académica y técnica.

El enfrentamiento interno del FMLN, contribuyó en cierta medida a llevar al Licenciado Francisco Flores y a su partido al Ejecutivo por tercera vez consecutiva, a pesar del desgaste sufrido por las administraciones anteriores.

1.14 Tribunal Supremo Electoral (TSE)

El Concejo Central de Elecciones fue una institución en materia electoral, el cuál funcionó desde 1950 hasta 1993, era elegido por la Asamblea Legislativa, el Poder Ejecutivo y la Corte Suprema de Justicia, presentaban una terna a la asamblea, donde escogían un propietario y un suplente de cada una de las ternas y se elegía directamente el otro propietario y el otro suplente, quedando formado por tres miembros propietarios y tres suplentes.

Este, con las proyecciones y limitantes establecidas por la ley primaria, llego hasta el 15 de diciembre de 1993, fecha en que se dio vida al “Tribunal Supremo Electoral”. El cuál tiene sus antecedentes en el proceso de negociación entre el Gobierno de El Salvador, y el FMLN, ya que el documento firmado en México el 27 de abril de 1991, dice que el TSE, será la más alta autoridad administrativa y jurisdiccional en lo electoral. Se ha convenido que su composición será definida por la legislación secundaria, de modo que no predomine en él, ningún partido o coalición de partidos.

Dentro del acuerdo, también se estipula que los partidos políticos legalmente inscritos tendrán derecho de vigilancia sobre la elaboración, organización, publicación y actualización del registro electoral.

1.14.1 Funciones del Tribunal Supremo Electoral



- > Pronunciará resoluciones que serán tomadas con obediencia para las autoridades militares, partidos políticos, civiles y ciudadanos.
- > Garantizar el desarrollo de proyectos especiales que cubrirán sus finalidades.
- > Realizará sesiones que estarán obligados a asistir los magistrados propietarios y suplentes, representantes de partidos políticos y funcionarios del Tribunal que deban hacerlo.

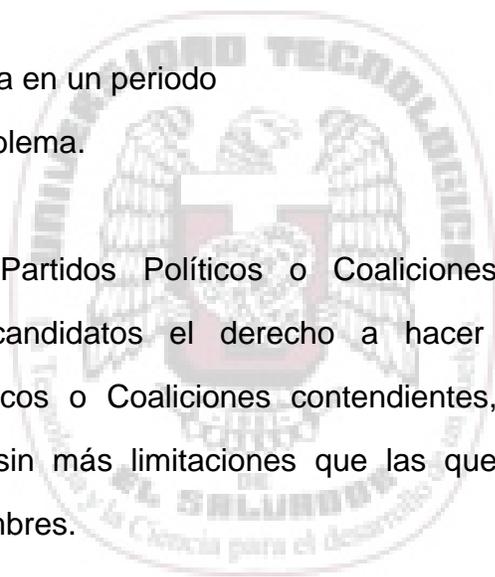
1.14.2 Obligaciones del Tribunal Supremo Electoral

Estas están elaboradas con el propósito de velar por el buen funcionamiento y manejo dentro de un evento electoral en un periodo eleccionario.

- > Velar por el buen funcionamiento de la Constitución
- > Garantizar el Derecho de Organización y participación política de la población y partidos políticos.
- > Vigilar los procesos electorales
- > Presente en el momento final del escrutinio del Presidente, Diputados y Concejo Municipal.
- > Firma de credenciales a funcionarios de elección popular
- > Divulgar los procedimientos que el tribunal realiza en un proceso electoral a los medios de comunicación y medios oficiales.
- > Elaborar presupuestos de gastos para los movimientos planteados dentro del Tribunal.
- > Llevar registro de partidos, ya sea Coaliciones, Candidatos, Diputados y Concejos Municipales.
- > Publicar sobre las labores que el tribunal hace o logra en un periodo
- > Sancionar a funcionarios y personal sobre algún problema.

1.14.3 De la Propaganda Electoral

La propaganda electoral constituye un derecho de los Partidos Políticos o Coaliciones debidamente inscritos. Cerrado el periodo de inscripción de candidatos el derecho a hacer propaganda corresponderá únicamente a los Partidos Políticos o Coaliciones contendientes, pudiendo hacerse por todos los medios lícitos de difusión sin más limitaciones que las que establecen las leyes de la materia, la moral y las buenas costumbres.



Los que con ocasión a la propaganda electoral, injurien, difamen o calumnien, dirijan, promuevan o participen en desordenes públicos u ocasionen daños a la propiedad serán castigados de conformidad a las leyes comunes.

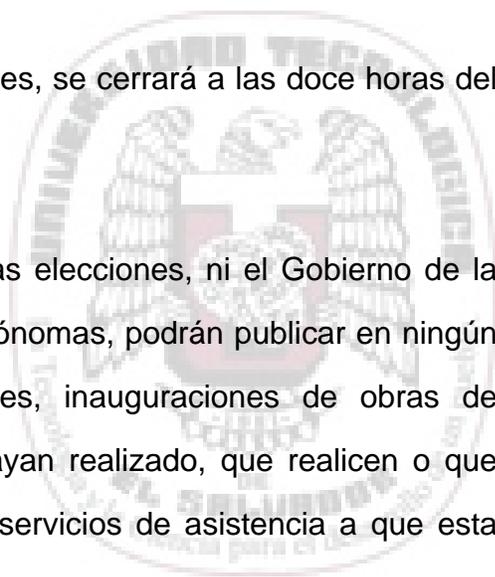
Queda prohibido a través de la propaganda electoral lesionar la moral, el honor o la vida privada de candidatos o lideres vivos o muertos.

Se prohíbe a los Partidos Políticos o Coaliciones y a todos los medios de comunicación, personas naturales o jurídicas, hacer propaganda por medio de la prensa, la radio, la televisión, mítines, manifestaciones, concentraciones, hojas volantes, vallas, aparatos parlantes, así como la pinta y pega de la misma en lugares públicos, antes de la iniciación del periodo de propaganda que regula el Artículo 81 de la Constitución de la República, durante los tres días anteriores a la elección y en el propio día de la misma. Tampoco se permitirá la propaganda partidarista en los centros de votación.

Quince días antes de la fecha de las elecciones y hasta que se declaren firmes los resultados de la misma, no se permitirá a los Partidos Políticos o Coaliciones, Personas Naturales o Jurídicas, Asociaciones u Organizaciones de cualquier naturaleza, publicar o difundir a través de cualquier medio de comunicación social resultados de encuestas o proyecciones sobre Candidatos, Partidos Políticos o Coaliciones contendientes, que indique la tendencia sobre posibles resultados de la elección que se trate. El incumplimiento a lo anterior será sancionado de acuerdo a lo establecido en el Art. 290 del Código Electoral.

En las áreas urbanas de los municipios la pinta y pega de afiches, se cerrará a las doce horas del último día hábil de la propaganda.

Durante los treinta días anteriores a la fecha señalada para las elecciones, ni el Gobierno de la República, ni los Concejos Municipales y demás entidades Autónomas, podrán publicar en ningún medio de comunicación privado o estatal las contrataciones, inauguraciones de obras de infraestructura nacional o de cualquier otra naturaleza que hayan realizado, que realicen o que proyecten realizar en cumplimiento de la prestación o de los servicios de asistencia a esta



obligado el Estado.

No se podrá colocar ni pintar propaganda política en los edificios, ni en los monumentos públicos, árboles, obras de arte o señales de tránsito de las calles o carreteras, ni en las paredes de las casas particulares sin la autorización del propietario. El Tribunal ordenará que se quite o borre cualquier propaganda que contravenga lo dispuesto anteriormente, para lo cual requerirá primero del concurso de los Partidos Políticos o Coaliciones y en su defecto, de las autoridades correspondientes.

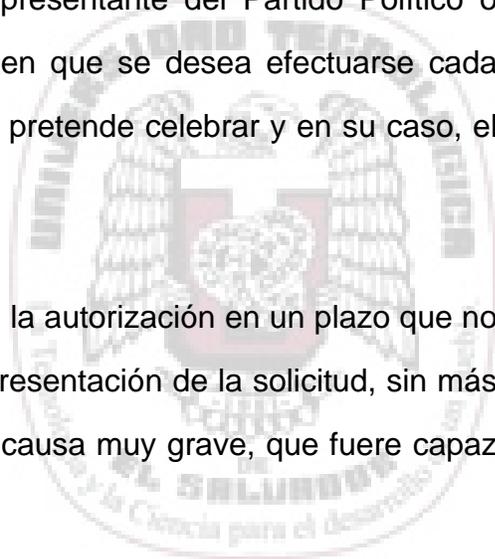
Los Partidos Políticos o Coaliciones, no podrán en ningún caso utilizar para su propaganda electoral la simbología, colores, lemas marchas, y las imágenes o fotografías de los candidatos de otros Partidos Políticos o Coaliciones.

Para celebrar reuniones, manifestaciones y concentraciones, en lugares públicos con fines de propaganda electoral será necesario obtener previamente la autorización de los Alcaldes Municipales.

Las autorizaciones concedidas, los Alcaldes Municipales las harán del conocimiento de la Policía Nacional Civil y de los Partidos Políticos o Coaliciones contendientes, para que se tome nota o razón de ella con el objeto de dictar las medidas de seguridad y disposiciones necesarias.

La solicitud para celebrar tales reuniones, manifestaciones y concentraciones, se hará por escrito ante el Alcalde Municipal o el Secretario Municipal por el representante del Partido Político o Coalición interesada, por lo menos un día antes de la fecha en que se desea efectuarse cada evento, indicando la hora, día, lugar y duración del acto que se pretende celebrar y en su caso, el itinerario o recorrido que se va a seguir.

El Alcalde Municipal ante quien se presente la solicitud otorgará la autorización en un plazo que no exceda de veinticuatro horas contando a partir de la fecha de presentación de la solicitud, sin más trámite ni diligencia; y no podrá denegarla o revocarla sino por causa muy grave, que fuere capaz de perturbar el orden público.



La autorización solicitada podrá ser denegada por la autoridad correspondiente solo en el caso de que con anterioridad haya sido solicitada una similar por otro Partido Político o Coalición para el mismo día. En este caso la autoridad respectiva estará obligada a exhibir al solicitante la petición presentada con anterioridad.

Con el objeto de evitar alteraciones al orden público, se prohíbe reuniones, manifestaciones o concentraciones públicas dentro de una misma población y en el mismo día, hora y lugar, a diferentes Partidos Políticos o Coaliciones contendientes.

De acuerdo al Código Electoral, los militares en servicio activo, los miembros de la Policía Nacional Civil, y los de cualquier cuerpo armado no podrán hacer propaganda electoral partidista.

Ningún funcionario o empleado público podrá prevalerse de su cargo para hacer política partidista.

También prohíbe a los Ministros, Pastores, Dirigentes o Conductores de cualquier culto religioso, de la categoría que fuere, pertenecer a Partidos Políticos y optar a cargos de elección popular, tampoco podrán realizar propaganda política de ninguna forma; al igual que el uso de vehículos oficiales y nacionales para realizar actividades partidistas.

[1] Readon, Kathleen K., La Persuasión en la Comunicación. Teoría y Contexto. Ediciones Paidós, España.

[2] López Vallecillos, Italo. El periodismo en El Salvador, editores 1997

[3] Folleto del Ministerio de Interior "Historia de la Radiodifusión en El Salvador, 1995"



Bracamonte Ricardo: Roggenbuck, Stefan, Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador.UCA Editores, El Salvador 1996.

[5] Ibid. Pág.40

[6] Orsini, Iriarte, Marta, Gregorio; Realidad y Medios de Comunicación, Técnicas e Instrumentos; Ediciones Dabar, Cochabamba, 1992.

