

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO 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: TELENOTICIARIO TELEDOS.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General:

Determinar cual es la incidencia de los medios de comunicación social y su ideología, en periodos electorales en la población salvadoreña.

Específicos:

- > Estudiar el rol de los medios de comunicación social y su ideología en los procesos electorales.
- > Determinar las incidencias del telenoticiario TELEDOS en la población votante en periodos electorales.
- > Identificar los factores que influyen en la ideología de la población a través del telenoticiario TELEDOS al momento de votar.



2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

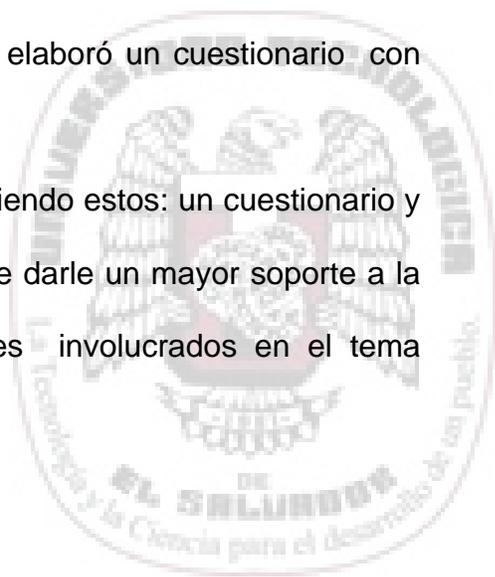
La metodología que se utilizó en el proceso de recolección de información se realizó a través de un cuestionario que fue distribuido a nivel nacional, el cual elaboró el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), de acuerdo a los indicadores establecidos dentro del tema objeto de estudio y dicho centro apoyó esta investigación, de la misma forma se procedió a realizar la tabulación, análisis e interpretación de los datos obtenidos y la presentación de los resultados, cada uno de ellos con su respectivo objetivo y el cuadro de frecuencia, incluyendo los gráficos de pastel.

Además, como grupo investigativo se elaboró un cuestionario y una guía de entrevista que se distribuyó en los diferentes telenoticiarios de los medios de comunicación televisivos.

2.1.1 Diseño de la Investigación

Para realizar de una manera eficaz y objetiva la investigación de campo, la metodología que se utilizó fue la siguiente:

- Para la investigación de campo, el CIOPS elaboró un cuestionario con preguntas afines al tema.
- Se distribuyeron dos tipos de formularios, siendo estos: un cuestionario y una guía de entrevistas, con el propósito de darle un mayor soporte a la investigación, consultando a profesionales involucrados en el tema como fuentes o guías de información.



2.1.2 Unidades de Análisis

La investigación estuvo enfocada en todo el país, específicamente los 14 departamentos y sus respectivas cabeceras, así como los municipios más representativos para poder obtener representatividad poblacional, es así que se consideraron hombres y mujeres mayores de 18 años aptos para emitir el sufragio, según lo establece la ley (Constitución de la República de El Salvador) y quienes deben contar con el carné electoral, todo con el fin de obtener los datos necesarios que permitieran analizar la incidencia de los medios de comunicación social en la población salvadoreña en periodos eleccionarios. De igual manera para el caso específico se enfocaron los telenoticiarios de San Salvador.

2.1.3 Sujetos de Estudio

Los sujetos de estudio en el caso específico para la investigación fueron: los Jefes de Prensa de los noticiarios televisivos más importantes y que se encuentran ubicados en San Salvador, las personas que se desempeñan como reporteros de TELEDOS, dos reporteros de cada telenoticiario, un profesional que pertenece a la Asociación de Periodistas de El Salvador y dos docentes universitarios conocedores de la materia.



2.1.4 Determinación del Universo

Para la investigación de campo, el universo estuvo representado por la población total de El Salvador, según el Censo Nacional de Población y Vivienda de 1994, el cual es de 5,118,599.

2.1.5 Cálculo de la Muestra

La investigación del caso específico no requería de un cálculo muestral ya que el número de sujetos a entrevistar fue reducido. Sin embargo, el CIOPS determinó un universo finito, en el cuál el estudio se realizó con una forma porcentual utilizando el tipo de muestreo al azar, lo que significa que todos los miembros de la población seleccionada tuvieron la probabilidad de ser abordados, considerando que este tipo de sondeo es conveniente para la investigación.

Tomando en cuenta que la población es finita se utilizó la fórmula

siguiente:
$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(N-1) E^2 + Z^2 PQ}$$

Simbología de la Muestra

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96 (en tabla)

P = Probabilidad de éxito 50% = 0.50

Q = Probabilidad de fracaso 50% = 0.50



E = Error muestral más o menos = 0.025

Calculando la muestra:

Sustituyendo valores.

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

$$n = \frac{(3.8416) (0.5) (0.5) (5,118,599)}{(5,118,599-1) (0.000625) + 3.8416 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{4,915,902.48}{(5,118,599 - 1) (0.000625) + 3.8416 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{4,915,902.48}{3,200.08415}$$

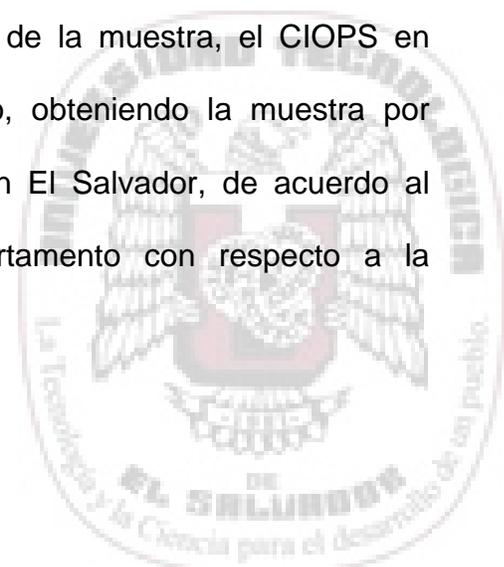
$$n = 1,536$$

El número de formularios que se distribuyó a nivel nacional fue 1,800; entonces

n = 1,800 habitantes.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA:

Existen diferentes métodos para la distribución de la muestra, el CIOPS en particular utilizó el muestreo por conglomerado, obteniendo la muestra por cuotas en los 14 departamentos que conforman El Salvador, de acuerdo al porcentaje que le corresponde a cada departamento con respecto a la población total.



2.1.6 Técnicas de Investigación

Para la investigación se utilizaron dos formularios: una guía la entrevista y un cuestionario con los que se obtuvieron datos y opiniones de las personas involucradas.

Con la colaboración del CIOPS se empleó la técnica de la encuesta a nivel nacional a todas las personas mayores de 18 años, con capacidad de ejercer el voto, tales opiniones fueron registradas a través de un cuestionario.

2.1.7 Descripción del Instrumento

Para el desarrollo de la presente investigación se elaboró una guía de entrevista la cuál consta de 15 (quince) preguntas abiertas y un cuestionario con 12 (doce) preguntas cerradas y semiabiertas dicotómicas, todas relacionadas directamente con el tema en estudio.

Además el CIOPS distribuyó un cuestionario conteniendo 25 preguntas dicotómicas y de opción múltiple dirigido a las personas mayores de 18 años en toda la República de El Salvador, el cuál se estructuró de tal forma que las personas encuestadas tuvieran una mayor facilidad de comprensión.

2.1.8 Recolección de Datos

Para la recolección de datos del caso específico se distribuyó una guía de entrevista y un cuestionario a los sujetos de estudio anteriormente mencionados.



La recolección de datos por parte del CIOPS, se hizo mediante un cuestionario, el cuál fue administrado en los 14 departamentos, divididos en 5 sectores de la siguiente manera:

Los sectores se dividieron así:

SECTOR 1 San Salvador

SECTOR 2 Santa Ana
Sonsonete
Ahuachapán

SECTOR 3 La Libertad
Chalatenango
Cuscatlán

SECTOR 4 Cabañas
San Vicente
Usulután
La Paz

SECTOR 5 Morazán
San Miguel
La Unión



2.1.9 Presentación de Resultados

- Se presentan los resultados obtenidos en las encuestas que el CIOPS distribuyó a la ciudadanía, en relación a la incidencia de los medios con su ideología política en el comportamiento de la población votante.
- Al mismo tiempo se presenta el desarrollo de la entrevista realizada a las personas involucradas en el tema en estudio.
- Se presentan los resultados obtenidos en las encuestas distribuidas a los reporteros de los diferentes telenoticiarios del área Metropolitana.

2.1.10 Análisis y Tabulación de la Encuesta

Se tomó en cuenta la distribución de la población de acuerdo al siguiente cuadro.

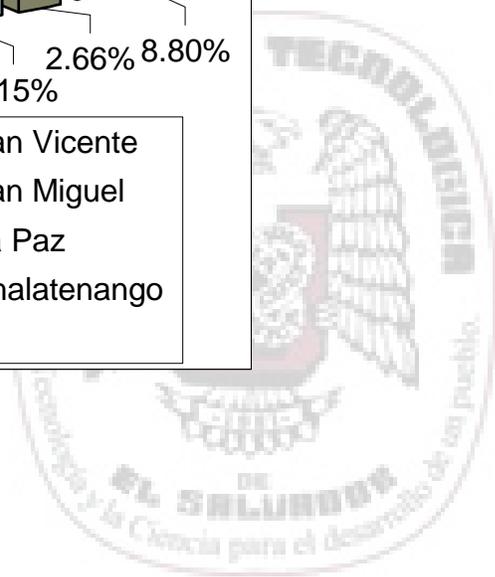
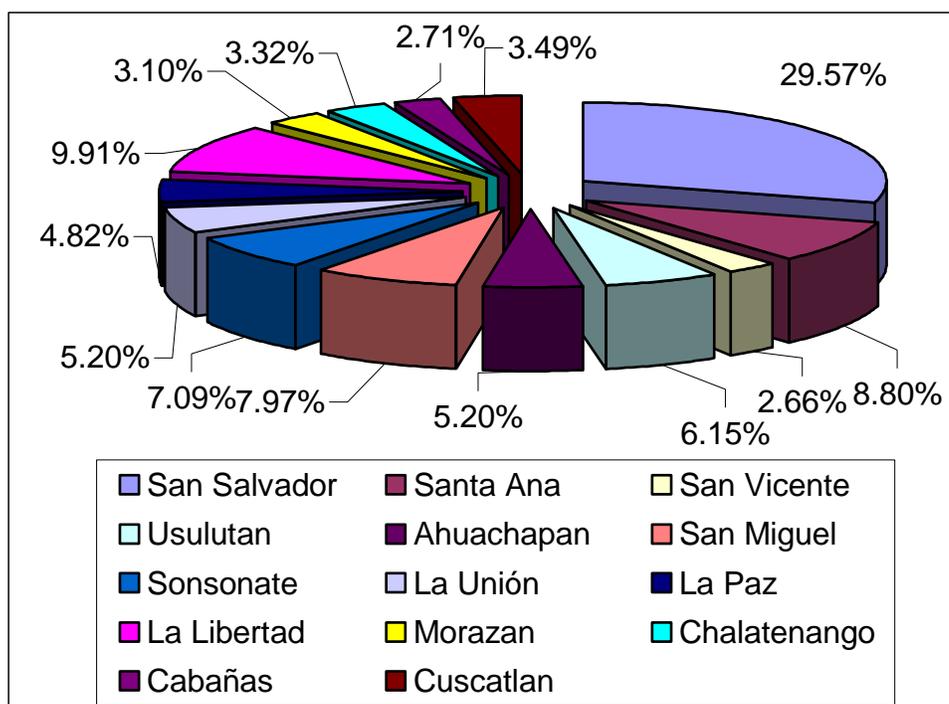
Objetivo:

Determinar qué departamento tiene mayor representatividad en relación a las encuestas realizadas.



DISTRIBUCION DE LA POBLACIÓN POR SECTORES

DEPARTAMENTO	MUESTRA	%	POBLACIÓN
San Salvador	534	29.57	1,512,125
Santa Ana	159	8.80	458,587
San Vicente	48	2.66	143,003
Usulután	111	6.15	310,362
Ahuachapán	94	5.20	261,188
San Miguel	144	7.97	403,411
Sonsonate	128	7.09	360,183
La Unión	94	5.20	255,565
La Paz	87	4.82	245,915
La Libertad	179	9.91	513,866
Morazán	56	3.10	160,146
Chalatenango	60	3.32	177,320
Cabañas	49	2.71	138,426
Cuscatlán	63	3.49	178,502
Totales	1806	100.00	5,118,599

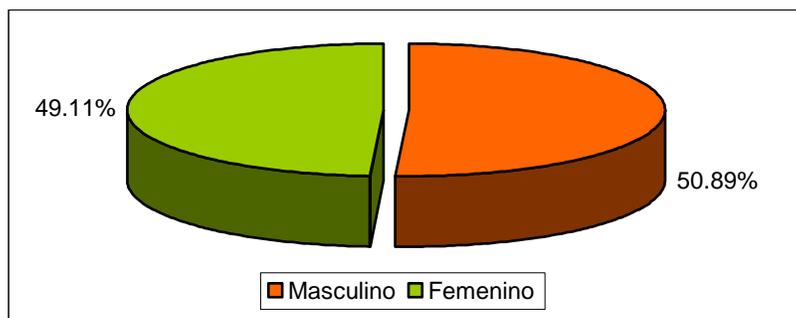


SEXO

Objetivo:

Definir el sexo preponderante de los ciudadanos encuestados

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	919	50.89
Femenino	887	49.11
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

Tanto el sexo masculino como el femenino equilibran la población encuestada, ya que el 50.89% correspondió al sexo masculino y el 49.11% al femenino.

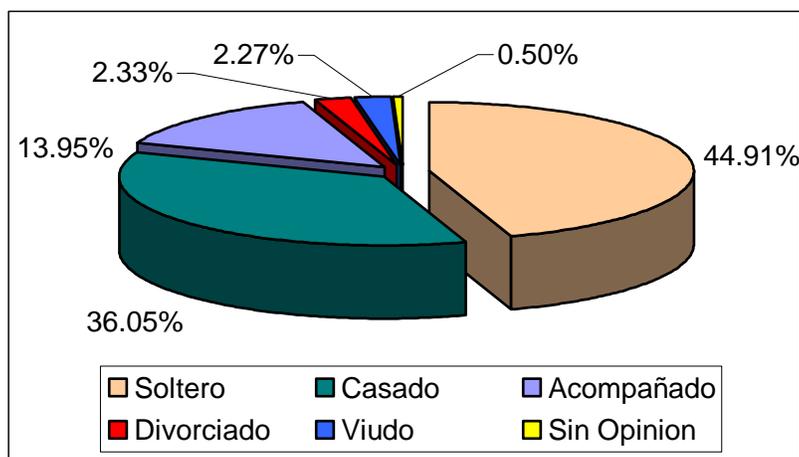


ESTADO CIVIL

Objetivo:

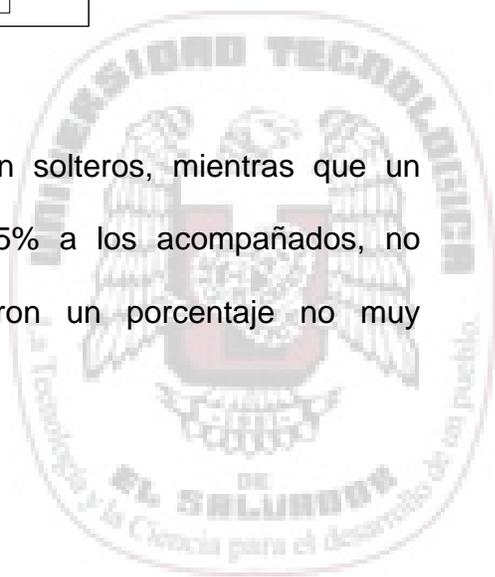
Determinar qué estado civil ocupó el porcentaje más elevado de la población encuestada.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero	811	44.91
Casado	651	36.05
Acompañado	252	13.95
Divorciado	42	2.33
Viudo	41	2.27
Sin Opinión	9	0.50
TOTAL	1806	100.00



Interpretación:

Un 44.91% de la población encuestados fueron solteros, mientras que un 36.05% correspondió a los casados y el 13.95% a los acompañados, no obstante los divorciados y los viudos ocuparon un porcentaje no muy representativo.

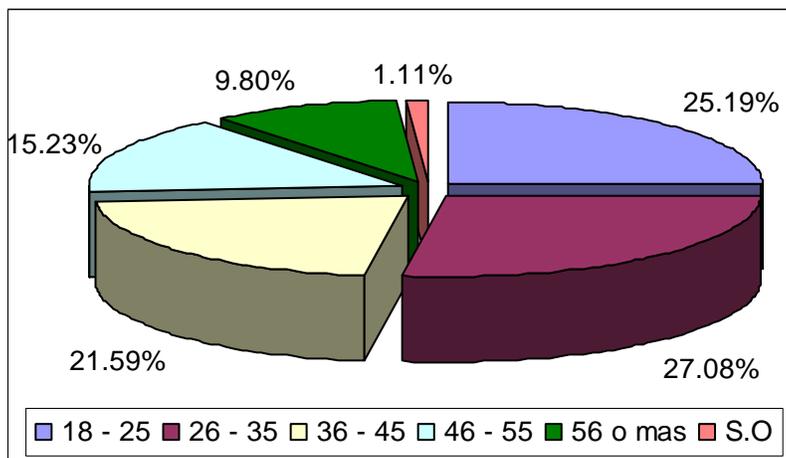


EDAD

Objetivo:

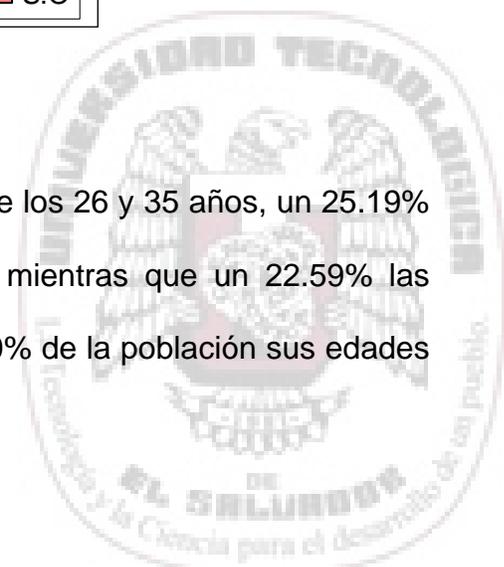
Establecer, de los rangos utilizados en la encuesta, cuáles de ellos son los más representativos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 25	455	25.19
26 – 35	489	27.08
36 – 45	390	21.59
46 – 55	275	15.23
56 o más	177	9.80
S.O	20	1.11
TOTAL	1806	100.00



Interpretación:

El 27.08% de la población encuestada oscila entre los 26 y 35 años, un 25.19% de la población su edad es de 18 a 25 años, mientras que un 22.59% las edades son entre 36 y 45 años, un 15.23% y 9.80% de la población sus edades son entre 46 y 56 años.

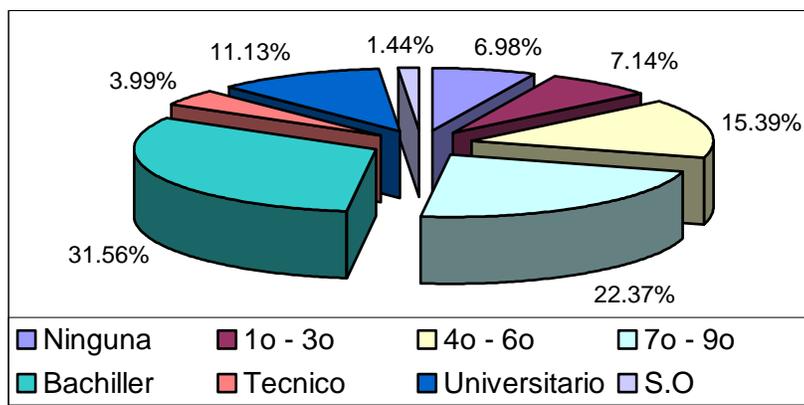


ESCOLARIDAD

Objetivo:

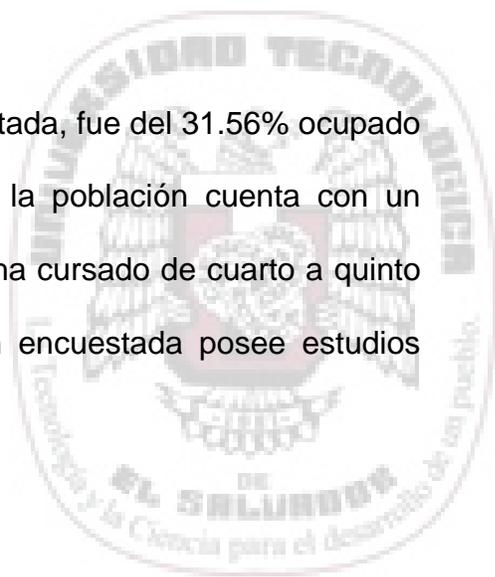
Medir la preparación escolar y académico de la población salvadoreña.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	126	6.98
1o - 3º	129	7.14
4o - 6º	278	15.39
7o - 9º	404	22.37
Bachiller	570	31.56
Técnico	72	3.99
Universitario	201	11.13
S.O	26	1.44
TOTAL	1806	100.00



Interpretación:

El porcentaje más elevado de la población encuestada, fue del 31.56% ocupado por los bachilleres, mientras que el 22.37% de la población cuenta con un séptimo a noveno grado, el 15.39% de la misma ha cursado de cuarto a quinto grado, no obstante un 11.13% de la población encuestada posee estudios universitarios.

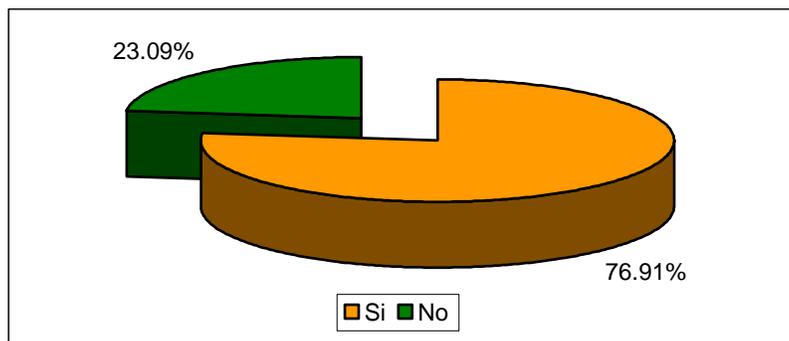


POSEE CARNÉ ELECTORAL:

Objetivo:

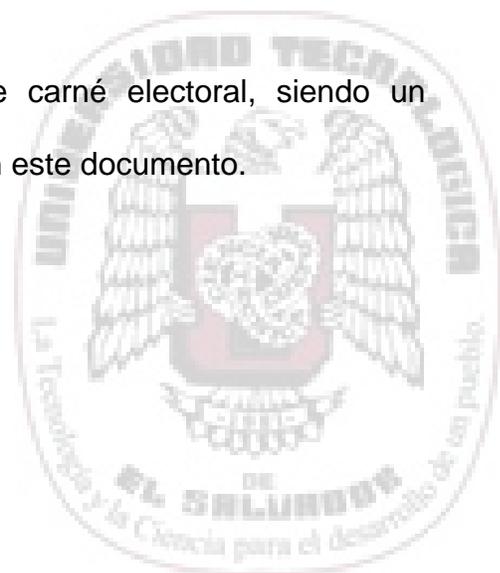
Conocer qué porcentaje de la población salvadoreña cuenta con este documento.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1389	76.91
No	417	23.09
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

De la población encuestada un 76.91% posee carné electoral, siendo un número reducido del 23.09% el que no cuenta con este documento.



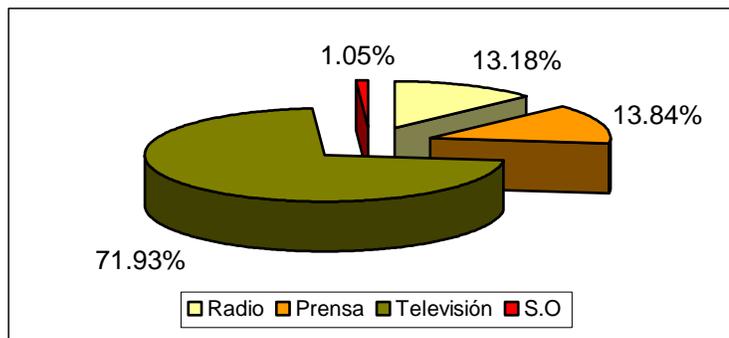
Pregunta No. 1

¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere?

Objetivo:

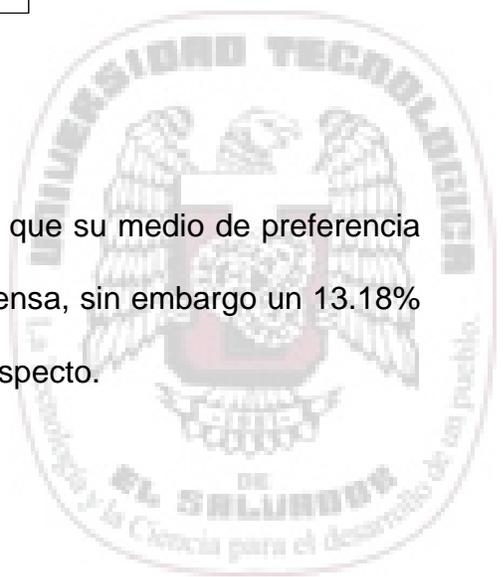
Determinar cuál es el medio de comunicación que la población salvadoreña prefiere.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	238	13.18
Prensa	250	13.84
Televisión	1299	71.93
S.O	19	1.05
TOTAL	1806	100



Interpretación:

Un 71.93% de la población encuestada manifestó que su medio de preferencia es la televisión, el 13.84% determino que es la prensa, sin embargo un 13.18% dijo que la radio y un 1.05% prefirió no opinar al respecto.



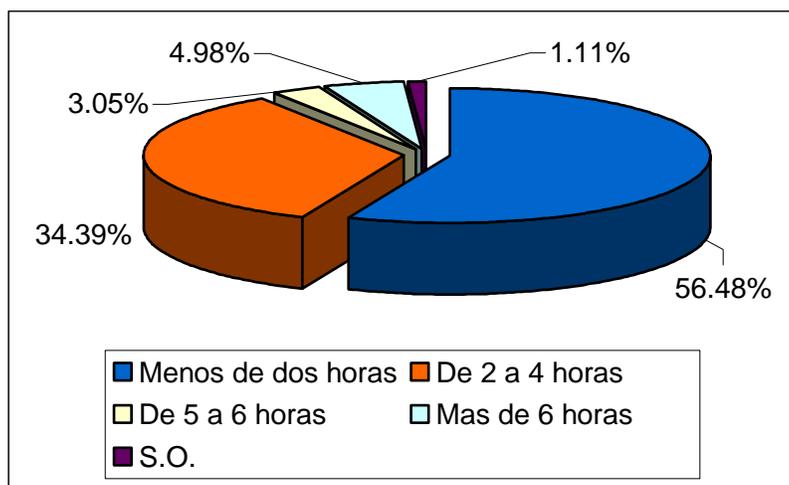
Pregunta No. 2

¿Con qué frecuencia ve televisión diariamente?

Objetivo:

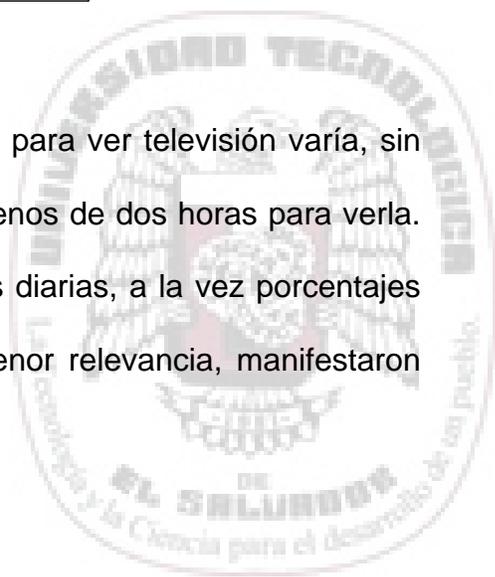
Determinar qué tiempo dedica la población salvadoreña para ver televisión.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 2 horas	1020	56.48
De 2 a 4 horas	621	34.39
De 5 a 6 horas	55	3.05
Mas de 6 horas	90	4.98
S.O.	20	1.11
TOTAL	1806	100.00



Interpretación:

La población manifestó que el tiempo que dedica para ver televisión varía, sin embargo se determinó que un 56.48% dedica menos de dos horas para verla. Asimismo un 34.39% ve entre dos a cuatro horas diarias, a la vez porcentajes menores de encuestados pero que no tienen menor relevancia, manifestaron que ven la televisión más de cinco horas al día.



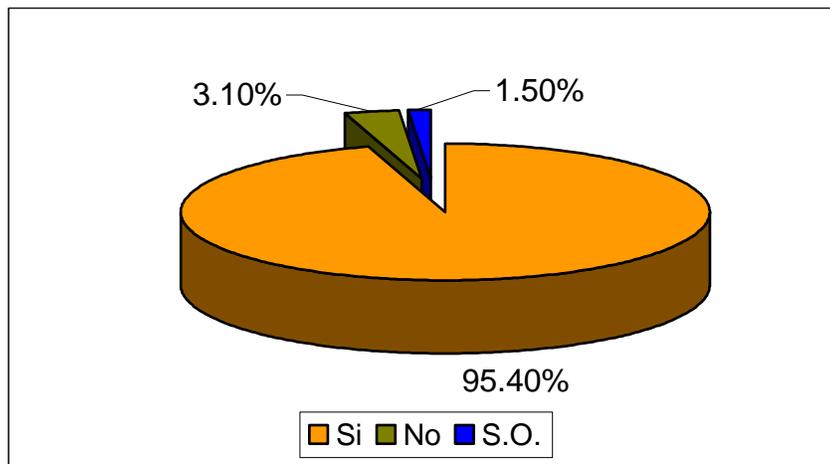
Pregunta No. 3

¿Conoce los noticieros televisivos?

Objetivo:

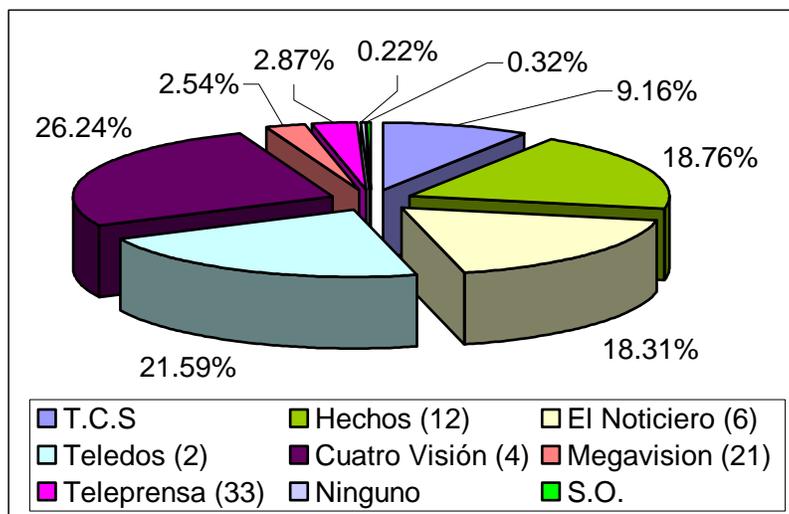
Verificar si la población salvadoreña conoce los diferentes noticieros televisivos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1723	95.40
No	56	3.10
S.O.	27	1.50
TOTAL	1806.00	100.00



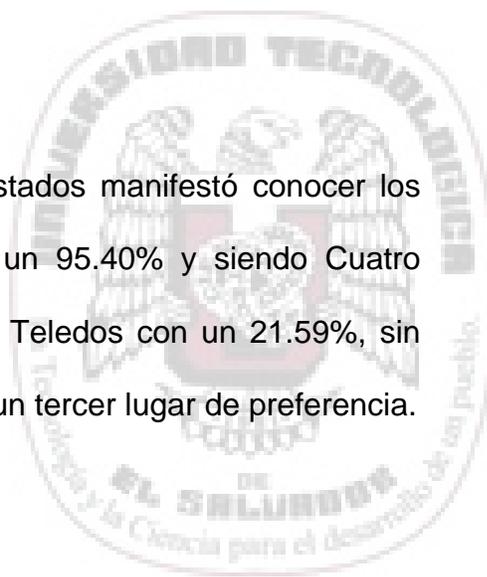
Si mencionó sí ¿Mencione los tres noticieros de su preferencia?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S	425	9.16
Hechos (12)	871	18.76
El Noticiero (6)	850	18.31
Teledos (2)	1002	21.59
Cuatro Visión (4)	1218	26.24
Megavisión (21)	118	2.54
Teleprensa (33)	133	2.87
Ninguno	10	0.22
S.O.	15	0.32
TOTAL	4642	100



Interpretación:

Un porcentaje bastante representativo de encuestados manifestó conocer los noticieros televisivos, determinándose éstos en un 95.40% y siendo Cuatro Visión el de mayor preferencia con un 26.24% y Teledos con un 21.59%, sin embargo Hechos se establece con un 18.76% en un tercer lugar de preferencia.



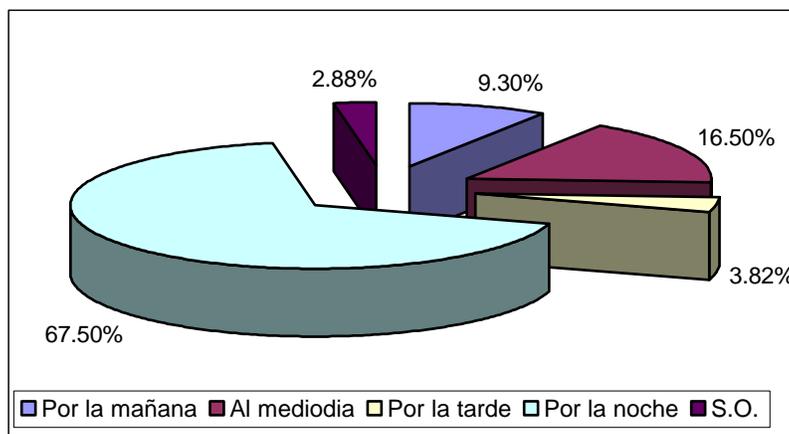
Pregunta No. 4

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

Objetivo:

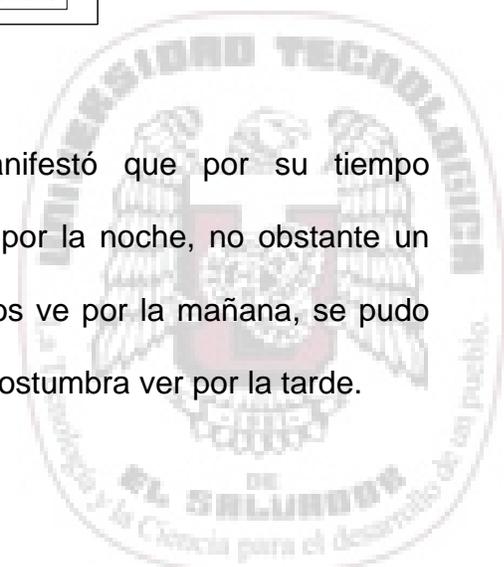
Identificar el horario que prefiere la población salvadoreña para ver los noticieros.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la mañana	168	9.30
Al mediodía	298	16.50
Por la tarde	69	3.82
Por la noche	1219	67.50
S.O.	52	2.88
TOTAL	1806	100



Interpretación:

Un 67.50% de la población encuestada manifestó que por su tiempo acostumbra ver la transmisión de los noticieros por la noche, no obstante un 16.50% los puede ver al mediodía y un 9.30% los ve por la mañana, se pudo constatar que un pequeño grupo del 3.82% los acostumbra ver por la tarde.



Pregunta No. 5

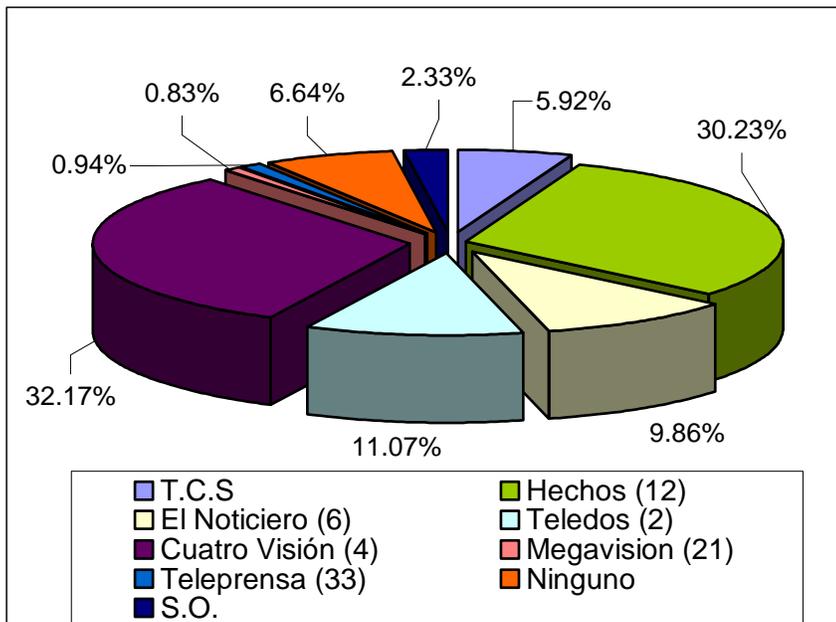
¿Cuál es según su criterio el Noticiero de mayor credibilidad y objetividad?

Objetivo:

Establecer cuál es el noticiero que la población salvadoreña le acredita mayor credibilidad y objetividad.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S	107	5.92
Hechos (12)	546	30.23
El Noticiero (6)	178	9.86
Teledos (2)	200	11.07
Cuatro Visión (4)	581	32.17
Megavisión (21)	15	0.83
Teleprensa (33)	17	0.94
Ninguno	120	6.64
S.O.	42	2.33
TOTAL	1806	100





Interpretación:

El noticiero que goza de mayor credibilidad y objetividad a nivel nacional y con un 32.17% es Cuatro Visión, seguido del noticiero Hechos que cuenta con un 30.23%, logrando establecerse en tercer lugar Teledos con un 11.07%.



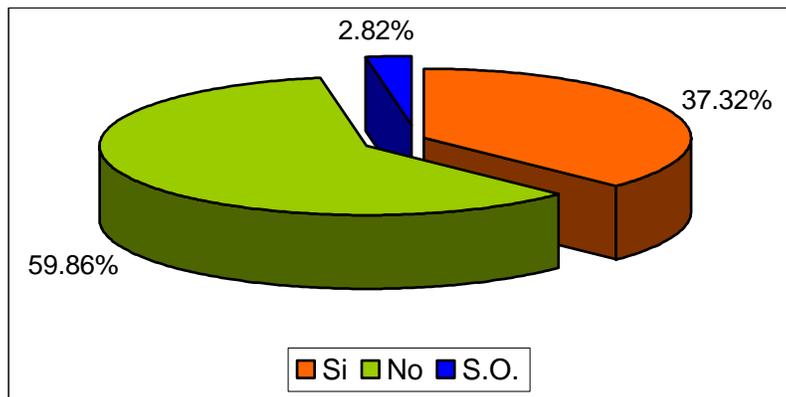
Pregunta No. 6

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

Objetivo:

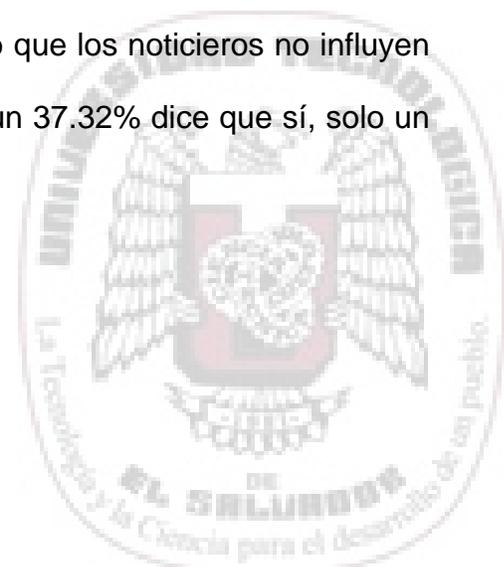
Determinar si los noticieros con su transmisión influyen en la población en su decisión para votar.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	674	37.32
No	1081	59.86
S.O.	51	2.82
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

De la población encuestada un 59.86% manifestó que los noticieros no influyen en su decisión para votar, contrario a lo anterior un 37.32% dice que sí, solo un 2.82% se abstiene a manifestar su opinión.



Pregunta No. 7

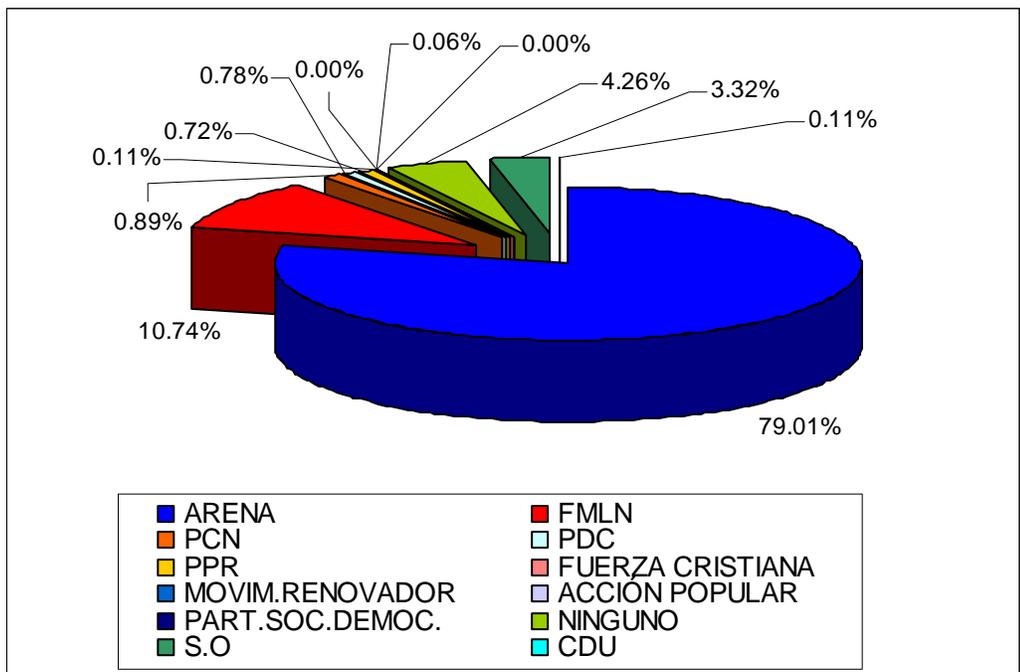
¿Mencione cuál es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos?

Objetivo:

Verificar el grado de percepción por parte de la población para establecer a qué partido político se le da mayor cobertura en los noticieros televisivos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	1427	79.01
FMLN	194	10.74
PCN	16	0.89
PDC	14	0.78
PPR	13	0.72
FUERZA CRISTIANA	1	0.06
MOVIM.RENOVADOR	0	0.00
ACCIÓN POPULAR	0	0.00
PART.SOC.DEMOC.	2	0.11
NINGUNO	77	4.26
S.O	60	3.32
CDU	2	0.11
TOTAL	1806	100





Interpretación:

Según la población encuestada un 79.01% opina que el partido político al que más se le da cobertura en los noticieros televisivos es ARENA, siendo el FMLN el partido que ocupa el segundo lugar con un 10.74%, el restante del 100% esta distribuido entre las fracciones políticas minoritario



Pregunta No. 8

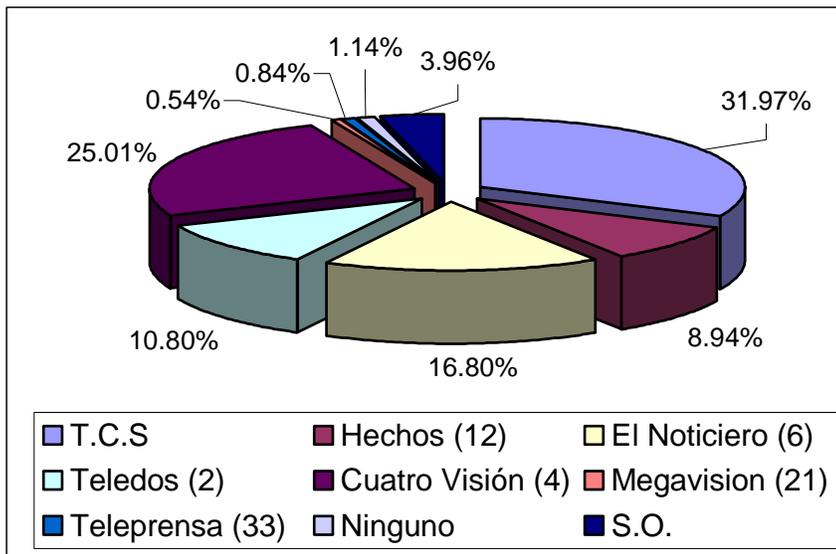
¿En cuál noticiero se da mayor cobertura a los partidos políticos?

Objetivo:

Determinar cual noticiero proporciona más cobertura a los partidos políticos de acuerdo a la percepción de la población encuestada.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S	533	31.97
Hechos (12)	149	8.94
El Noticiero (6)	280	16.80
Teledos (2)	180	10.80
Cuatro Visión (4)	417	25.01
Megavisión (21)	9	0.54
Teleprensa (33)	14	0.84
Ninguno	19	1.14
S.O.	66	3.96
TOTAL	1667	100





Interpretación:

Se determinó que el noticiero televisivo que más destaca por dar mayor cobertura a dicho partido político (ARENA) es TCS con 31.97%, seguidamente de CUATRO VISIÓN con un 25.01%, seguido por EL NOTICIERO del canal 6 con un 16.80%.



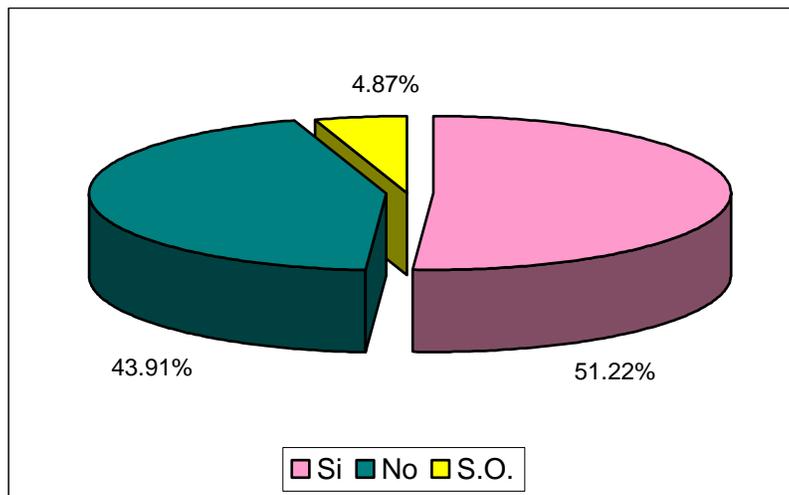
Pregunta No. 9

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

Objetivo:

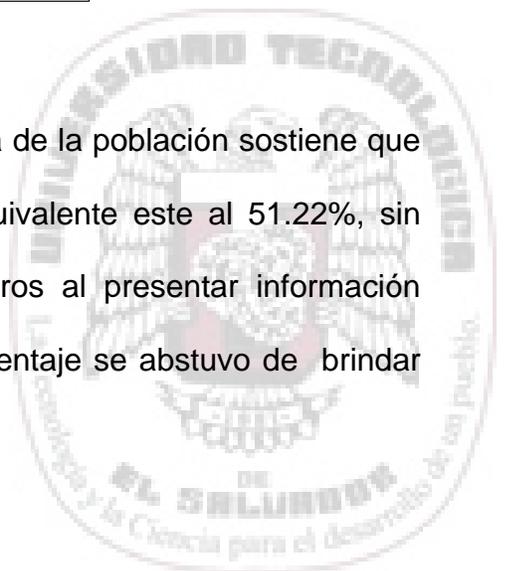
Identificar según el criterio de los encuestados, si la actitud de los reporteros es imparcial cuando presentan información política.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	925	51.22
No	793	43.91
S.O.	88	4.87
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de la población sostiene que los reporteros son regularmente imparciales, equivalente este al 51.22%, sin embargo un 43.91% manifiesta que los reporteros al presentar información política no es imparcial. Y no representativo porcentaje se abstuvo de brindar su opinión.



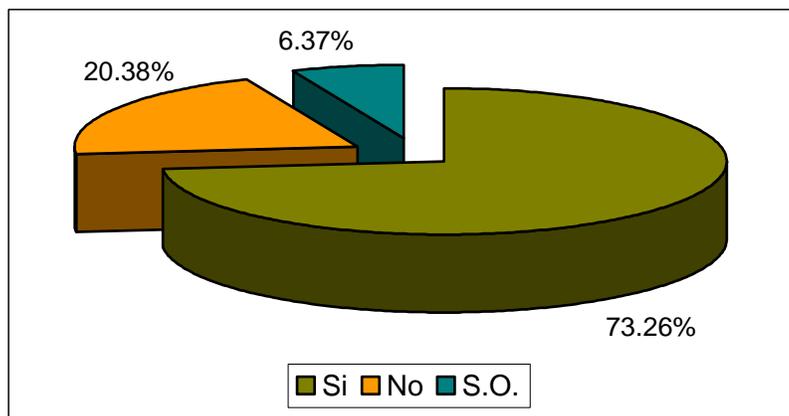
Pregunta No. 10

¿Considera que los canales de televisión privados proyectan el pensamiento del sector empresarial?

Objetivo:

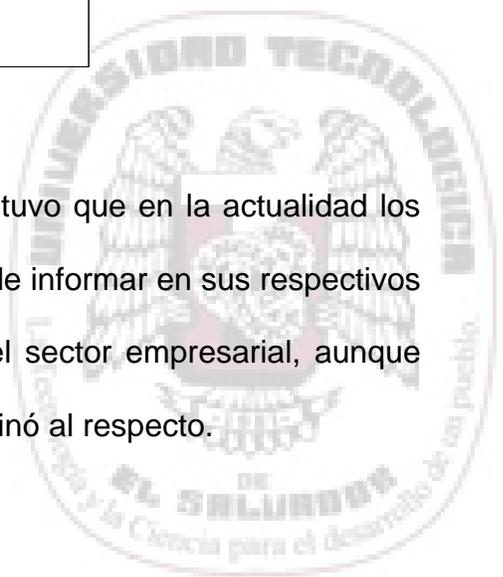
Establecer si la población percibe en los mensajes que se transmiten en televisión que a través de ellos se proyectan el pensamiento del sector empresarial.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1323	73.26
No	368	20.38
S.O.	115	6.37
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

Un 73.26% de la población objeto de estudio sostuvo que en la actualidad los medios de comunicación televisivos, al momento de informar en sus respectivos espacios noticiosos proyectan el pensamiento del sector empresarial, aunque un 20.38% opinan que no es así, y el 6.37% no opinó al respecto.



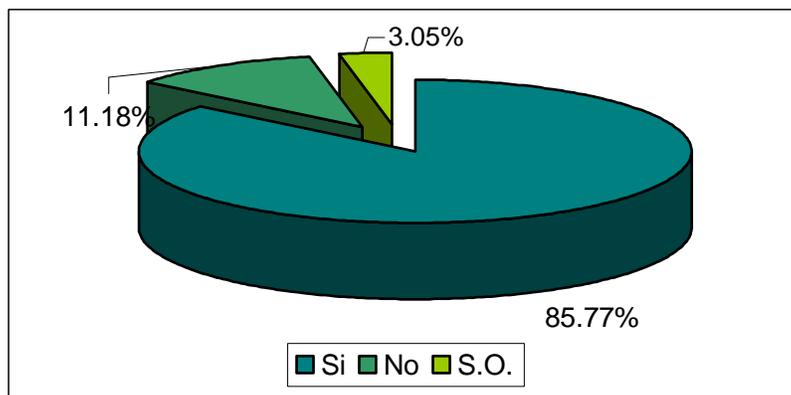
Pregunta No. 11

¿Considera que el Gobierno de la República utiliza las cadenas nacionales de televisión para enviar mensajes que favorecen al partido oficial?

Objetivo:

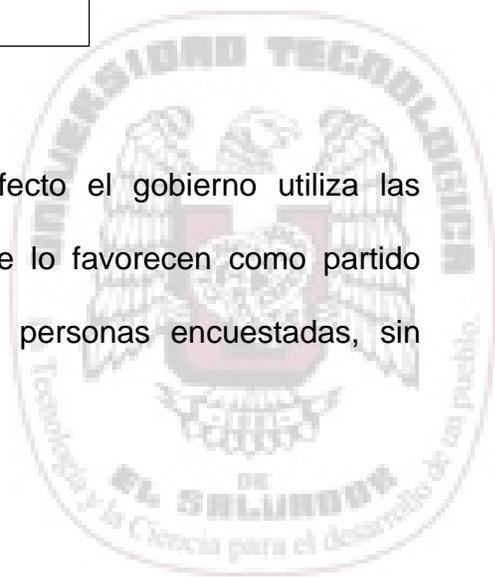
Conocer claramente qué opina la población y si considera que el gobierno utiliza las cadenas nacionales de televisión para enviar mensajes que los favorezcan como partido político.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1549	85.77
No	202	11.18
S.O.	55	3.05
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

La población encuestada manifiesta que en efecto el gobierno utiliza las cadenas de televisión para enviar mensajes que lo favorecen como partido político, determinándose en un 85.77% de las personas encuestadas, sin embargo un 11.18% opina que no es así.



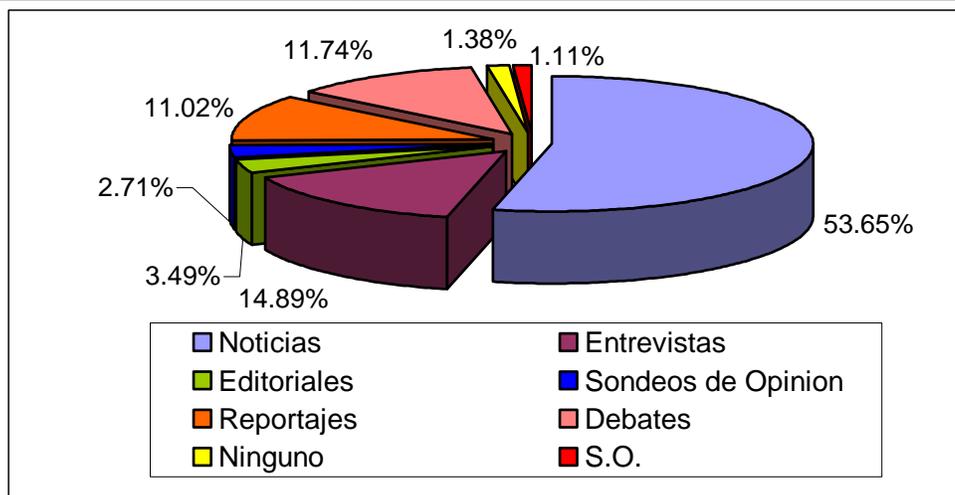
Pregunta No. 12

¿De los siguientes programas informativos televisivos, cual prefiere?

Objetivo:

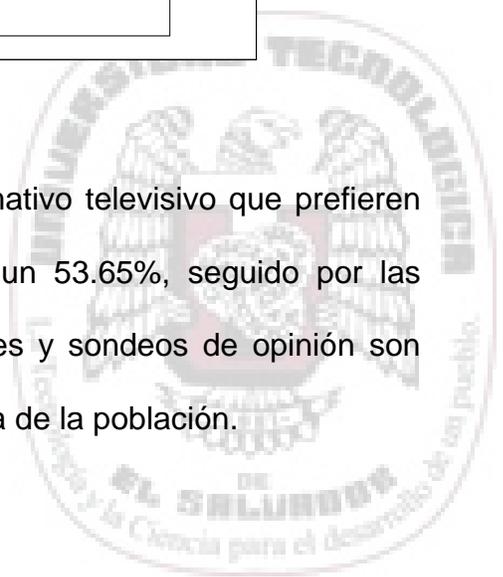
Determinar que programas informativos son de la preferencia de la población.

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



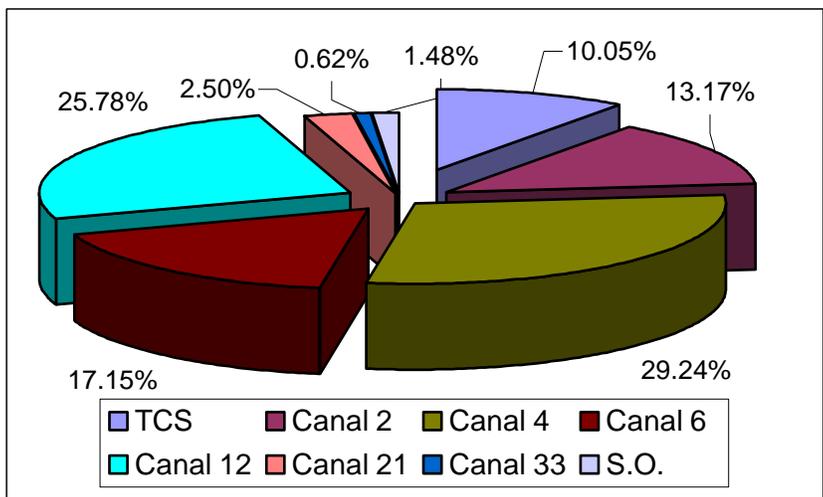
Interpretación:

Para la población encuestada el programa informativo televisivo que prefieren son las noticias ocupando el primer lugar con un 53.65%, seguido por las entrevistas con un 14.89%; además los reportajes y sondeos de opinión son programas que también destacan en la preferencia de la población.



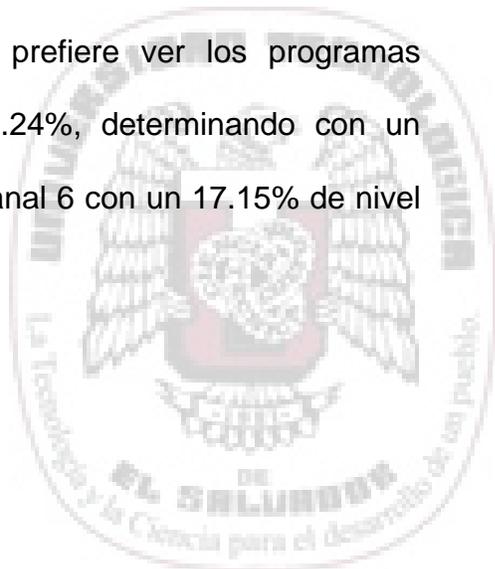
¿En qué canal de televisión los prefiere ver?

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



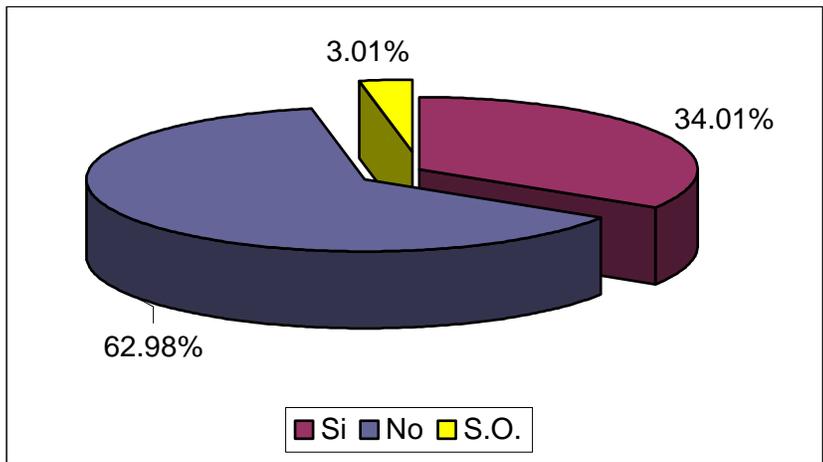
Interpretación:

Entre los canales en los cuales la población prefiere ver los programas informativos se encuentran canal 4 con un 29.24%, determinando con un 25.78% que prefieren verlos en el canal 12 y el canal 6 con un 17.15% de nivel de preferencia.



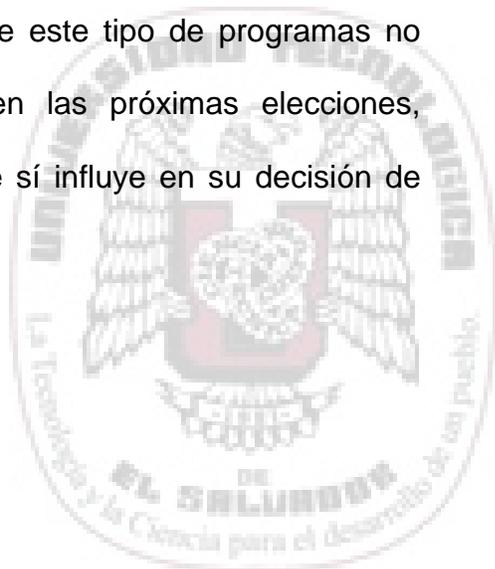
¿Este programa influye en su decisión de voto para las próximas elecciones?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	599	34.01
No	1109	62.98
S.O.	53	3.01
TOTAL	1761.00	100.00



Interpretación:

El 62.98% de la población encuestada opina que este tipo de programas no influye en su decisión para ejercer el voto en las próximas elecciones, determinando el 34.01% de los encuestados que sí influye en su decisión de voto y un 3.01% prefirió no opinar.



Pregunta No. 13

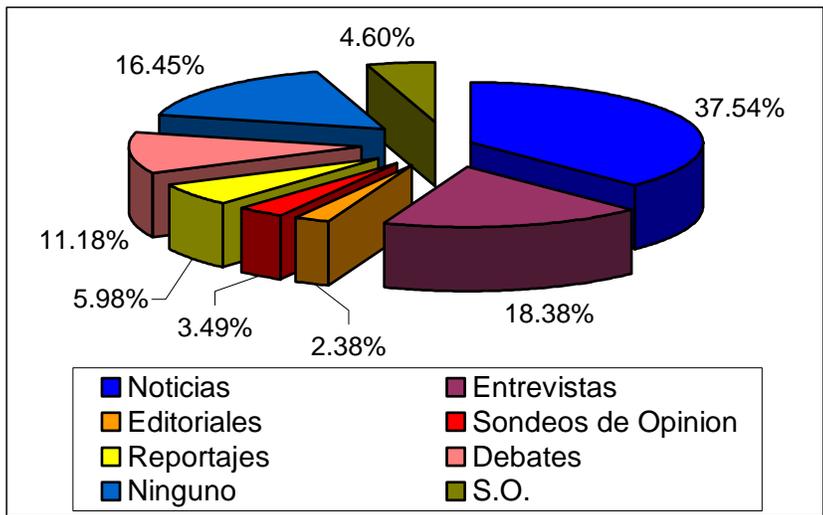
¿De los siguientes programas informativos televisivos cuál le orienta más en su decisión de voto?

Objetivo:

Establecer si los diferentes programas informativos televisivos orientan a la población en su decisión para votar.

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





Interpretación:

Según la población encuestada las noticias con un 37.54% son los programas informativos que más les orienta en su decisión para votar, sin embargo las entrevistas ocupan el segundo lugar con un 18.38% y los debates televisivos son el tercer programa televisivo que mas orienta a la población en su decisión de voto con un 16.45%.



Pregunta No. 14

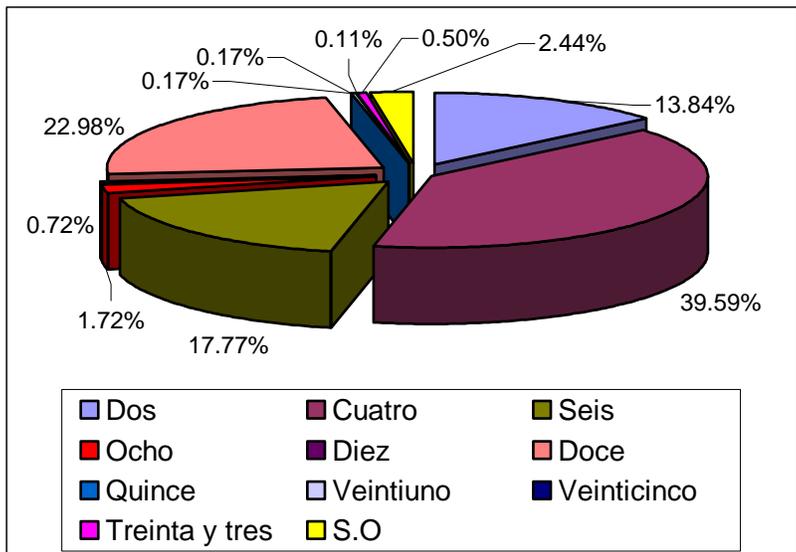
¿Cuál es el canal de televisión nacional de su preferencia?

Objetivo:

Determinar el canal televisivo que la población prefiere sintonizar a nivel nacional.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos	250	13.84
Cuatro	715	39.59
Seis	321	17.77
Ocho	31	1.72
Diez	13	0.72
Doce	415	22.98
Quince	3	0.17
Veintiuno	3	0.17
Veinticinco	2	0.11
Treinta y tres	9	0.50
S.O	44	2.44
TOTAL	1806	100





Interpretación:

El 39.59% de personas encuestadas manifestó que el canal de su preferencia es el 4, determinándose en segundo lugar con un 22.98% el canal 12; sin embargo el canal 6 logró establecerse en tercer lugar con un 17.77% y el canal 2 con un 13.84%.



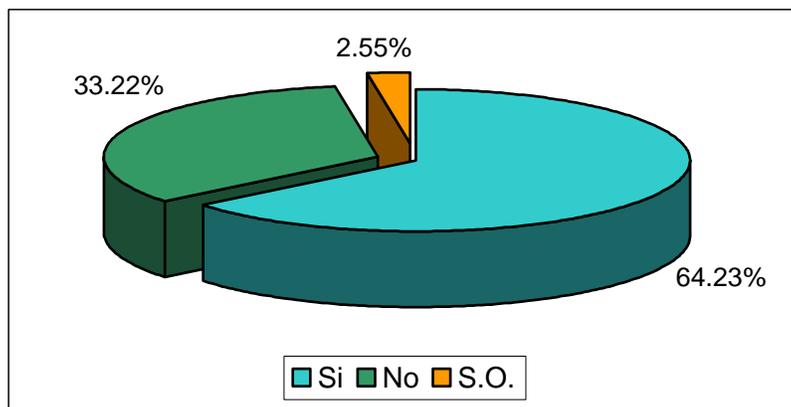
Pregunta No. 15

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

Objetivo:

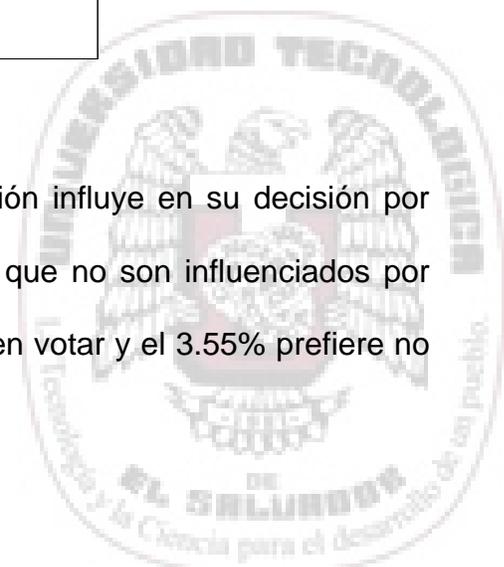
Constatar si la televisión tiene influencia en las decisiones de la población al momento de ejercer el voto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1160	64.23
No	600	33.22
S.O.	46	2.55
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

El 64.23% de personas manifestó que la televisión influye en su decisión por quien votar, mientras que un 33.22% determinó que no son influenciados por este medio de comunicación para decidir por quien votar y el 3.55% prefiere no opinar.



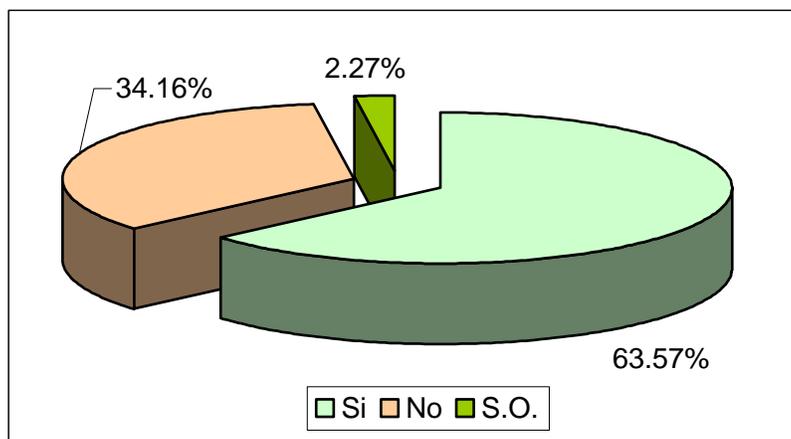
Pregunta No. 16

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

Objetivo:

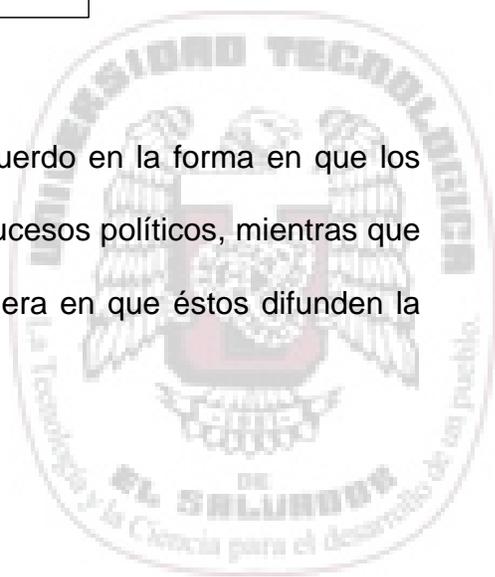
Comprobar si la población está de acuerdo en la manera en que los medios de comunicación televisivos dan cobertura a los sucesos políticos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1148	63.57
No	617	34.16
S.O.	41	2.27
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

El 63.57% de la población manifestó estar de acuerdo en la forma en que los canales de televisión transmiten los mensajes o sucesos políticos, mientras que un 34.16% indicó no estar de acuerdo en la manera en que éstos difunden la información política y el 2.27% prefiere no opinar.



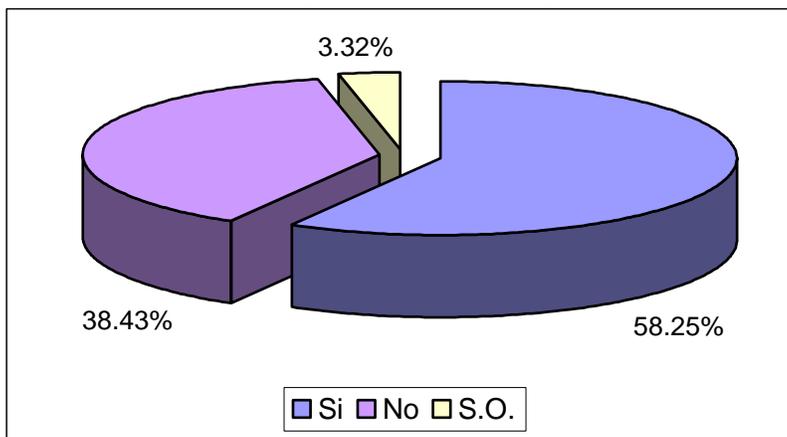
Pregunta No. 17

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

Objetivo:

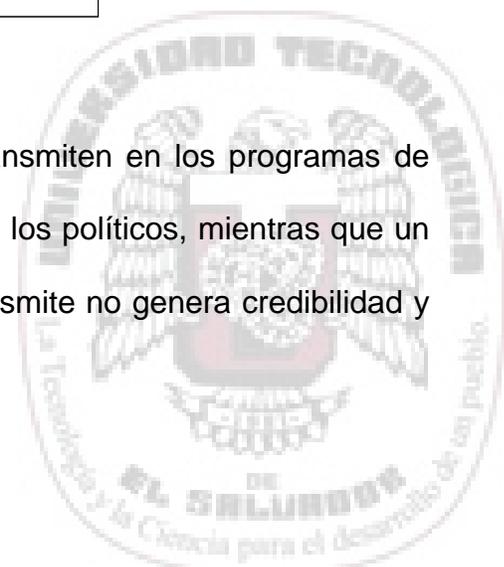
Determinar si la población considera que las noticias que se transmiten en los programas informativos logran generar credibilidad en la imagen de los políticos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1052	58.25
No	694	38.43
S.O.	60	3.32
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

El 58.25% considera que las noticias que se transmiten en los programas de información generan credibilidad en la imagen de los políticos, mientras que un 38.43% manifestó que la información que se transmite no genera credibilidad y el 3.32% prefiere no opinar.



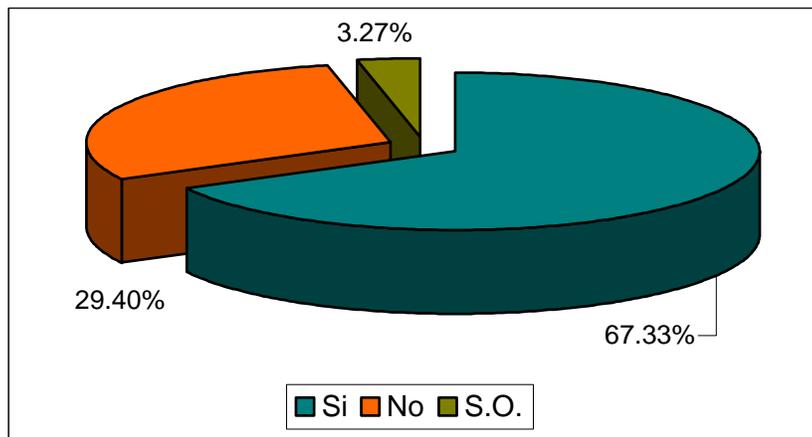
Pregunta No. 18

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

Objetivo:

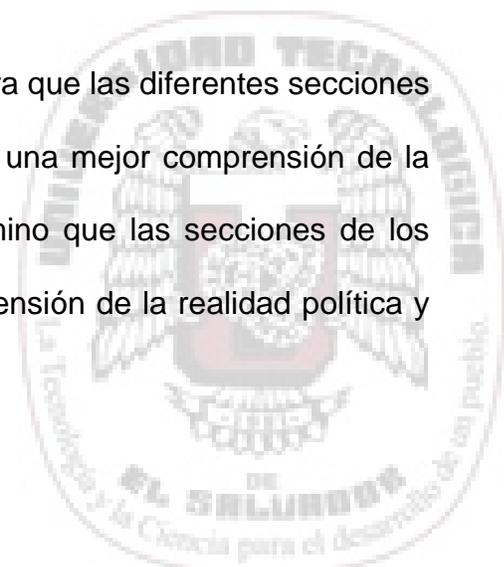
Determinar si las diferentes secciones transmitidas en los noticieros televisivos ayudan a la población a tener una mejor comprensión de la realidad política.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1216	67.33
No	531	29.40
S.O.	59	3.27
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

El 67.33% de la población manifestó que considera que las diferentes secciones en los noticieros de televisión le ayudan a tener una mejor comprensión de la realidad política, mientras que el 29.40% determino que las secciones de los noticieros no les ayuda a tener una mejor comprensión de la realidad política y el 3.27% prefiere no opinar.



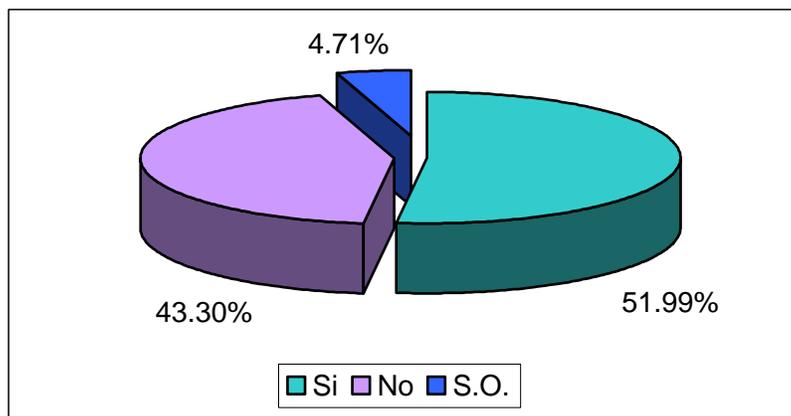
Pregunta No. 19

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

Objetivo:

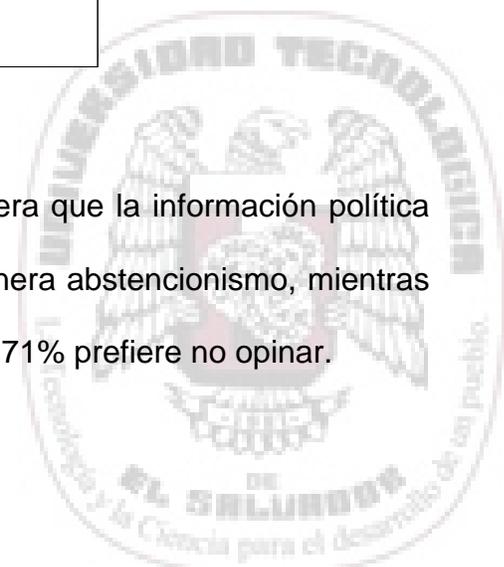
Comprobar si la información política que se transmite en los medios televisivos genera que la población se abstenga de ejercer el sufragio.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	939	51.99
No	782	43.30
S.O.	85	4.71
TOTAL	1806.00	100.00



Interpretación:

El 51.99% de la población manifestó que considera que la información política transmitida a través de los medios televisivos genera abstencionismo, mientras que un 43.30% determino que no lo genera y el 4.71% prefiere no opinar.



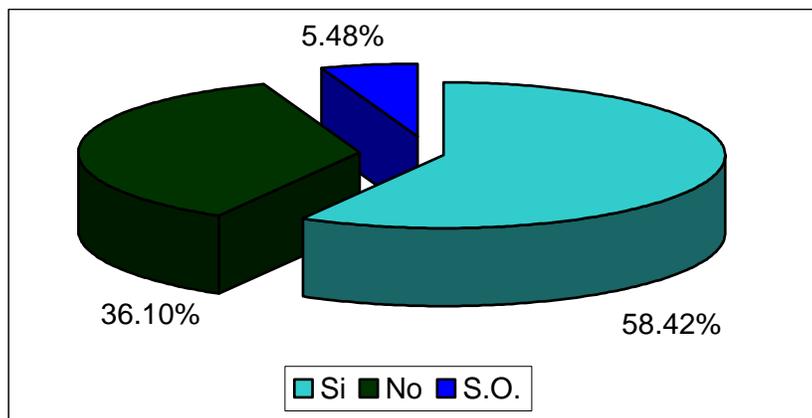
Pregunta No. 20

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

Objetivo:

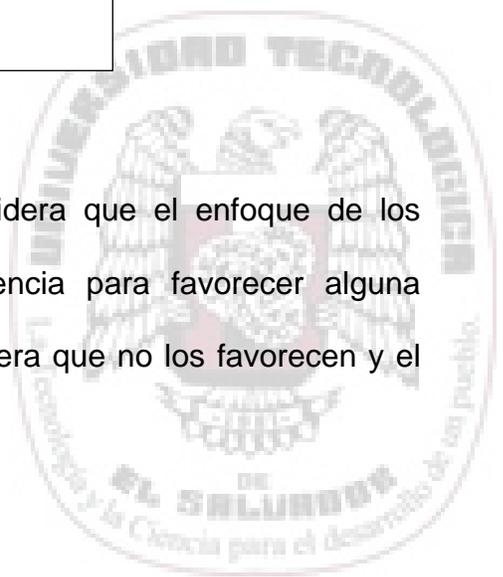
Determinar si la población considera que el enfoque de los programas informativos televisivos posee tendencia para favorecer una ideológica política.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1055	58.42
No	652	36.10
S.O.	99	5.48
TOTAL	1806.00	100.00



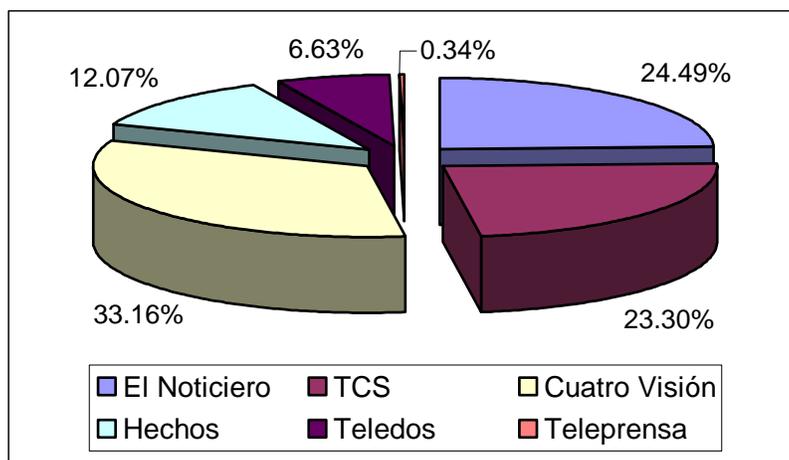
Interpretación:

El 58.42% de la población manifestó que considera que el enfoque de los programas informativos televisivos tienen tendencia para favorecer alguna ideología política, mientras que el 36.10% considera que no los favorecen y el 5.48% prefiere no opinar.



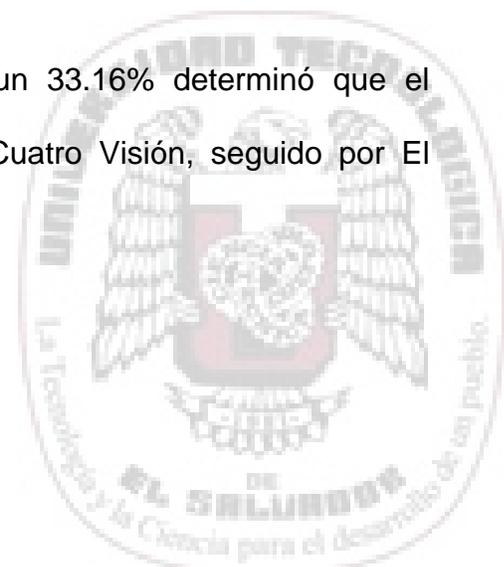
Si contestó sí, mencione el programa que considera más tendencioso.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El Noticiero	144	24.49
TCS	137	23.30
Cuatro Visión	195	33.16
Hechos	71	12.07
Teledos	39	6.63
Teleprensa	2	0.34
TOTAL	588	100



Interpretación:

De acuerdo a la población que se encuestó un 33.16% determinó que el programa que considera más tendencioso es Cuatro Visión, seguido por El Noticiero con un 24.49% y TCS con un 23.30%.



Pregunta No.21

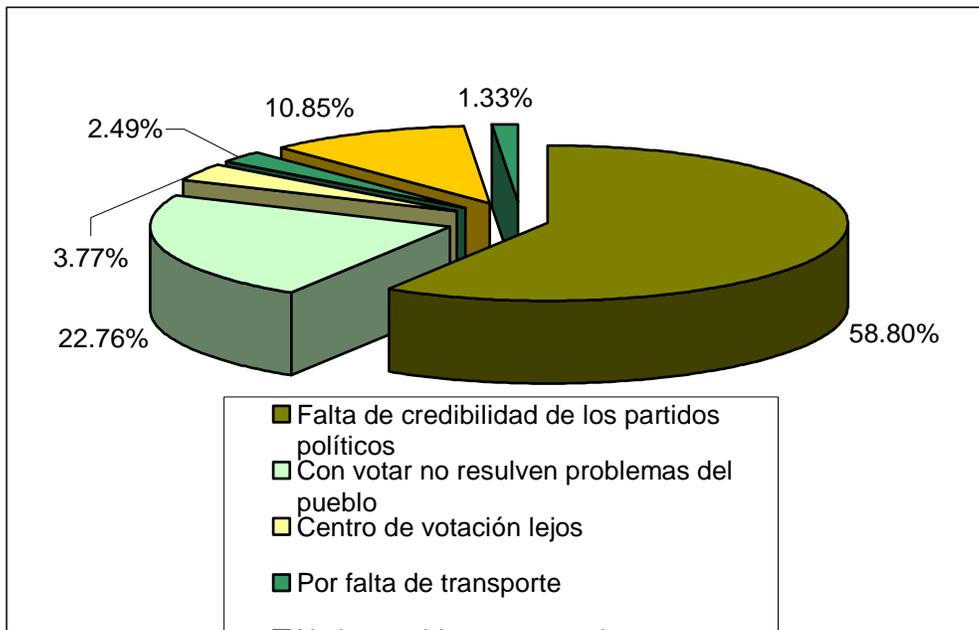
¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan?

Objetivo:

Determinar el motivo por el cual la población considera que algunos ciudadanos no votan.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de credibilidad de los partidos políticos	1062	58.80
Con votar no resuelven problemas del pueblo	411	22.76
Centro de votación lejos	68	3.77
Por falta de transporte	45	2.49
No lo consideran necesario	196	10.85
S.O.	24	1.33
TOTAL	1806	100





Interpretación:

De acuerdo a la población que se encuestó, ésta determinó en un 58.80% que algunos ciudadanos no votan por falta de credibilidad en los partidos políticos, mientras que un 22.76% determinó que con votar no se resuelven los problemas del pueblo y un 10.85% no lo considera necesario.



Pregunta No. 22

¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para Alcalde?

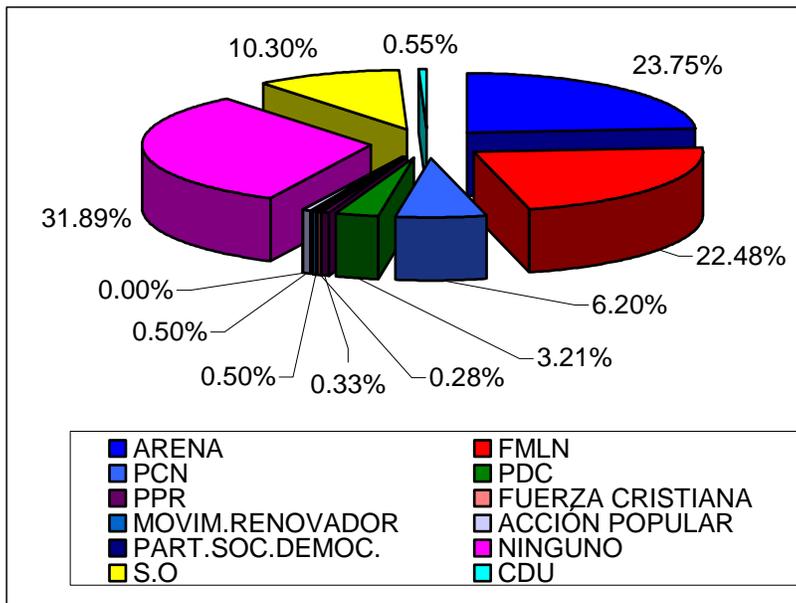
En los departamentos

Objetivo:

Determinar la preferencia de la población, sobre un determinado partido político al votar para Alcalde.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	429	23.75
FMLN	406	22.48
PCN	112	6.20
PDC	58	3.21
PPR	6	0.33
FUERZA CRISTIANA	5	0.28
MOVIM.RENOVADOR	9	0.50
ACCIÓN POPULAR	9	0.50
PART.SOC.DEMOC.	0	0.00
NINGUNO	576	31.89
S.O	186	10.30
CDU	10	0.55
TOTAL	1806	100





Interpretación:

De acuerdo a la población, ésta determinó en un 31.89% que no votaría por ningún candidato para alcalde en las próximas elecciones, mientras que el 23.75% votaría por ARENA y el 22.48% por el FMLN.



Pregunta No. 23

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

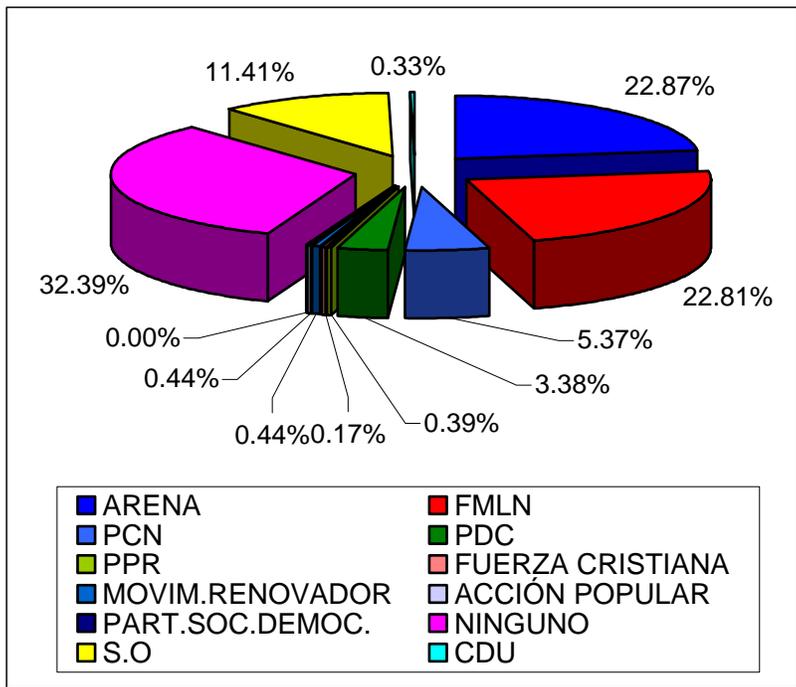
En los departamentos

Objetivo:

Determinar la preferencia de la población, sobre un determinado partido político al votar para diputado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	413	22.87
FMLN	412	22.81
PCN	97	5.37
PDC	61	3.38
PPR	7	0.39
FUERZA CRISTIANA	3	0.17
MOVIM.RENOVADOR	8	0.44
ACCIÓN POPULAR	8	0.44
PART.SOC.DEMOC.	0	0.00
NINGUNO	585	32.39
S.O	206	11.41
CDU	6	0.33
TOTAL	1806	100





Interpretación:

La población determinó en un 32.39% que no votaría por ningún candidato para diputado en las próximas elecciones, mientras que el 22.87% votaría por ARENA y el 22.81% por el FMLN, sin embargo el 11.41% de la población se abstuvo de opinar al respecto, no así el 5.37% votaría a favor del PCN.

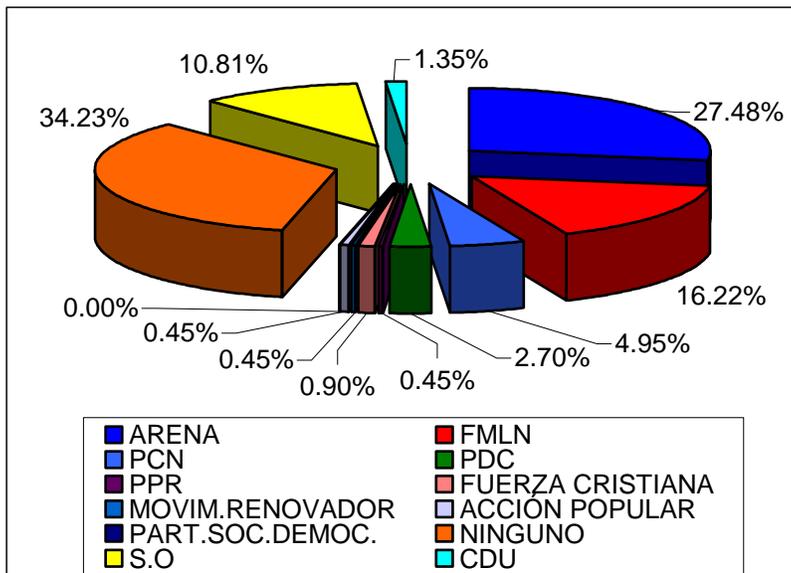


¿Si las elecciones fueran este día por cual partido político votaría para Alcalde?

San Salvador.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	61	27.48
FMLN	36	16.22
PCN	11	4.95
PDC	6	2.70
PPR	1	0.45
FUERZA CRISTIANA	2	0.90
MOVIM.RENOVADOR	1	0.45
ACCIÓN POPULAR	1	0.45
PART.SOC.DEMOC.	0	0.00
NINGUNO	76	34.23
S.O	24	10.81
CDU	3	1.35
TOTAL	222	100





Interpretación:

De acuerdo a la población encuestada en el Departamento de San Salvador, ésta manifestó en un 34.23% que no votaría por ningún candidato para alcalde en las elecciones del próximo mes de marzo, mientras que el 27.48% votaría por ARENA y el 16.22% por el FMLN, sin embargo el 10.81% de la población encuestada no emitió ninguna opinión y el 4.95% manifestó estar a favor el PCN.

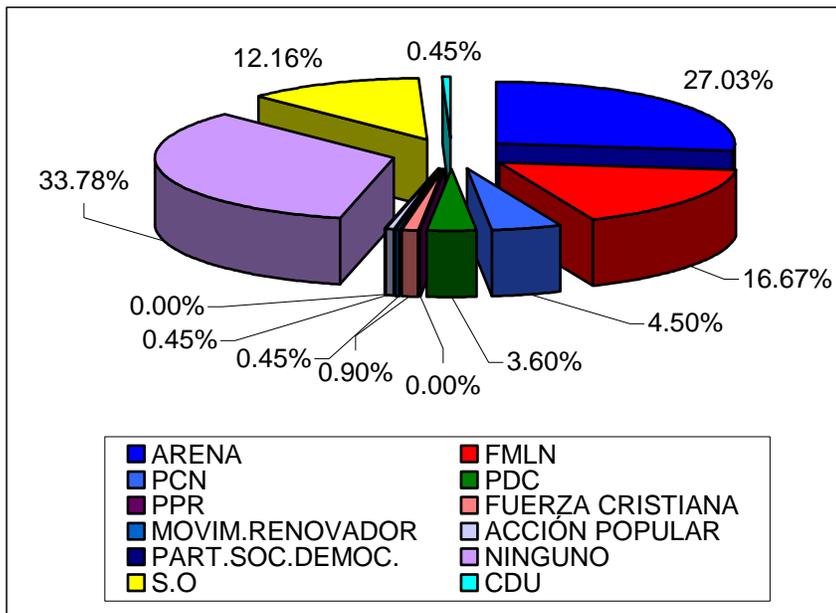


¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para diputado?

San Salvador.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	60	27.03
FMLN	37	16.67
PCN	10	4.50
PDC	8	3.60
PPR	0	0.00
FUERZA CRISTIANA	2	0.90
MOVIM.RENOVADOR	1	0.45
ACCIÓN POPULAR	1	0.45
PART.SOC.DEMOC.	0	0.00
NINGUNO	75	33.78
S.O	27	12.16
CDU	1	0.45
TOTAL	222	100





Interpretación:

De acuerdo a la población encuestada en el Departamento de San Salvador, ésta manifestó en un 33.78% que no votaría por ningún candidato para diputado en las elecciones del próximo mes de marzo, mientras que el 27.03% votaría por ARENA y el 16.67% por el FMLN, mientras que el 12.16% no expresó su opinión y el 4.50% dijo que votaría por el PCN.



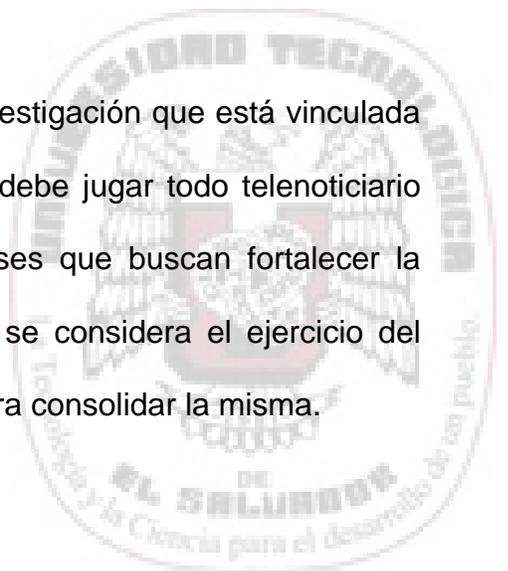
2.1.11 Alcances y Limitaciones

Durante la realización del trabajo de investigación sobre la incidencia que ejercen los medios de comunicación en la población en periodos electorales, se manifestaron diversas situaciones que de alguna manera influyeron en el desarrollo de ésta.

Ya que es importante recalcar que dentro de los alcances que se lograron al realizar la investigación, está el apoyo y colaboración que se recibió de los jefes de prensa de los noticiarios televisivos Hechos y Teleprensa de los canales 12 y 33 respectivamente, así como también el aporte de información proporcionada por el CIOPS, en relación a la última encuesta de opinión realizada los días 7, 8 y 9 de febrero del 2003, ya que ayudaron para reforzar la investigación.

De igual forma se manifestaron algunas limitaciones que influyeron en el desarrollo de ésta, como la falta de colaboración de algunos personeros de los medios de comunicación a encuestar, específicamente de CUATRO VISIÓN, y TCS.

Lo anterior se da, a pesar que se trata de una investigación que está vinculada al desempeño de los periodistas y al papel que debe jugar todo telenoticiario televisivo en los procesos de transición, de países que buscan fortalecer la democracia y principalmente en aquellos donde se considera el ejercicio del voto como uno de los principios fundamentales para consolidar la misma.



2.2 Presentación de Resultados y Guías de Entrevista

NOTICIARIO	NOMBRE	REFERENCIA	NIVEL EDUC.
TELEDOS	Alejandro Fonseca	A.F	Técnico
EL NOTICIERO	Gladis Rivera	G.R.	Superior
HECHOS	Mauricio Funes	M.F.	Superior
	Edwin Góngora	E.G.	Superior
TELEPRENSA	Maria Teresa Fajardo	M.T.F.	Superior
APES	Antonio Herrera Palacios	A.H.P	Superior
UTEC	Wilber Gómez	W.G.	Superior
UTEC	Domingo Alfaro	D.A.	Superior

NIVEL EDUCATIVO

TÉCNICO: 1

SUPERIOR : 7

EXPERIENCIA EN TV

1 – 6 AÑOS : 2

7 – 12 AÑOS : 4

SEXO

MASCULINO : 6

FEMENINO : 2

EXPERIENCIA EN DOCENCIA

1 – 6 AÑOS : 2

7 – 12 AÑOS : 2

EDAD

De 20 – 30 : 1

De 31 4 40 : 7



Pregunta No.1

¿Cree usted que los medios de comunicación social, de acuerdo a su ideología política manipulan la opinión pública?

A.F.

No, existen otras condiciones más fuertes como la educación en el hogar, la religión y el nivel social respecto a necesidades.

G.R

Existe una marcada tendencia en cada medio, lo que no es bueno, sin embargo es difícil hablar de manipulación sobre todo porque la gente tiene su propia forma de pensar y opinar, no se puede decir manipulación porque hoy en día la población habla y dice lo que piensa.

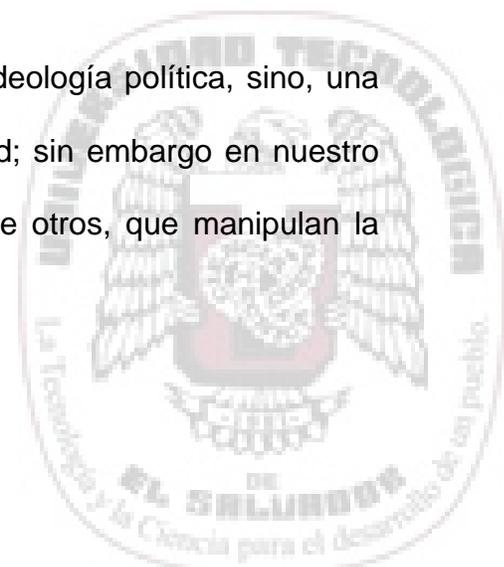
M.F.

Sí manipulan.

E.G.

Los medios no tienen, o al menos no deben tener, ideología política, sino, una línea editorial apegada a los intereses de la sociedad; sin embargo en nuestro medio, existen noticieros y periódicos, unos más que otros, que manipulan la información para proteger sus intereses.

M.T.F.



Sí, manipulan.

A.E.P.

Al ser empresas privadas los medios responden a una ideología, ésta puede verse más o menos a partir de intereses específicos, esto puede incidir para que los medios manipulen la opinión pública.

W.G.

Sí manipulan, ya que buscan fortalecer intereses políticos y económicos.

D.A.

Sí manipulan.

Pregunta No. 2

¿A su juicio existe ideología política en los medios de comunicación televisivos?

A.F.

No. Los medios en todo lugar de trabajo y centro educativo, el hombre es un ser político desde organizaciones simples como la tribu hasta la democracia o socialismo.

G.R.

Sí existe y eso sucede en todas partes.



M.F.

Sí existe.

E.G.

Sí existe.

M.T.F.

Sí existe.

A.H.P.

Claro, que sí existe.

W.G.

Sí existe, debido a que protegen a partidos de gobierno

D.A.

Todos los medios de comunicación social en El Salvador tienen ideología política.

Pregunta No. 3

¿Si existe que tipo de ideología se maneja?



A.F.

La ideología de los periodistas (si en eso se enfoca la pregunta) es informar al pueblo para que tome sus decisiones, cada quien es responsable de sus acciones.

G.R.

Depende de la ideología del dueño del medio

M.F.

Los medios del TCS, no ocultan su ideología derechista

E.G.

La mayoría de los medios se apega a la pauta publicitaria; y se dejan sobornar, cuando el estado los condiciona optan por tener ideología de derecha, pero también hay medios que toman diferentes ideologías dependiendo la ideología de los dueños del medio.

M.T.F.

Diversas, de acuerdo a los intereses de los empresarios

A.H.P.

Eso depende del canal televisivo del que hablemos, algunos tienen una marcada inclinación hacia la derecha, otros hacia la izquierda.



W.G.

Ideología derechista, o a favor del sector empresarial, es decir capitalista.

D.A.

De derecha y de izquierda

Pregunta No. 4

¿Considera que la ideología política de los medios de comunicación social, influyen en el comportamiento de la población al momento de votar?

A.F.

No influye, nuestro deber es informar.

G.R.

No, cada persona es dueña de sus actos

M.F.

Sí influye.

E.G.

Si, claro que si, es necesario recordar la credibilidad que tienen los medios de comunicación.

M.T.F.



Sí influyen.

A.H.P

Pueden influir a partir del manejo intencionado de ciertos mensajes, sin embargo la mayor o menor incidencia también depende del grado de preparación (intelectual) de la gente que recibe los mensajes.

W.G.

Hoy día creo que ya no tiene mayor influencia en la población.

D.A.

Los medios de comunicación son los que orienta a la población por quien votar.

Pregunta No. 5

¿A su criterio, son los medios la herramienta perfecta para que los partidos políticos influyan en la población en periodos eleccionarios?

A.F.

No, totalmente, el contacto con los votantes es mucha más importante.

G.R.

No influyen



M.F.

En el caso particular de nuestro país, aunque en otras sociedades no necesariamente, todo depende del nivel educativo de la ciudadanía.

E.G.

Sí, pero deben hacerlo con la pauta publicitaria, los medios son el canal más adecuado para llegar a las masas de población.

M.T.F.

Creo que es una de las herramientas a que acuden los partidos.

A.H.P.

Sí siempre y cuando se sepan manejar los mensajes

W.G.

Sí se constituyen en el medio idóneo para informar, orientar o condicionar a sus simpatizantes, no así al voto duro de la oposición

D.A.

Como medio de comunicación son la mejor herramienta



Pregunta No.6

¿Considera usted que existe afinidad política en el telenoticiario TELEDOS hacia un partido determinado?

A.F.

No existe

G.R.

No, somos apolíticos

M.F.

Sí, al partido ARENA

E.G.

Sí, pruebas las hay, el dueño de TCS es de derecha y existen compromisos con el partido ARENA, hay reuniones con frecuencia con directivos de éste medio con personas de Casa Presidencial.

M.T.F.

Sí, ARENA

A.H.P

Sí, como es el caso de otros espacios televisivos de esta índole



W.G.

Totalmente, hacia el partido ARENA

D.A.

Sí, hacia el partido ARENA y muchas veces al PCN.

Pregunta No.7

¿En su opinión el nivel de educación de la población es determinante para que el telenoticiario TELEDOS con su ideología política, influya sobre éstos al momento de votar?

A.F.

No influyen, los informativos ninguno pide que voten por algún partido. Los institutos políticos son los que trabajan para obtener el voto.

G.R.

No, cada persona tiene la capacidad de elección por determinado partido político.

M.F.

Claro, porque una persona educada toma conciencia de la necesidad y no se deja influenciar o manipular por los medios.



E.G.

Lamentablemente gran parte de la población no logra todavía identificar cuándo y cómo la información o las imágenes se manipulan, en ese sentido la capacidad o nivel académico sí es determinante.

M.T.F.

Sí es determinante.

A.H.P.

Sí es determinante.

W.G.

Definitivamente, en el sentido que al tener menor nivel educativo es más susceptible a ser influenciado.

D.A.

No, el nivel educativo no tiene nada que ver en la manipulación de las corrientes políticas.

Pregunta No. 8

¿Considera usted que los periodistas del telenoticiario TELEDOS, deben tener un nivel de educación política para informar en periodos preelectorales y electorales?



A.F.

No necesariamente, ya que los ciudadanos tenemos la cultura para saber lo que conviene o no políticamente.

G.R.

Sí, deben poseerlo.

M.F.

Sí, aunque por lo que se puede observar no lo tienen y todos los reporteros manejan el mismo discurso, como que tienen línea definida

E.G.

No cabe duda que tienen el nivel educativo suficiente, lo que sucede es que son absorbidos por el sistema y terminan siendo absorbidos por él, olvidándose del fin primordial de la función periodística, claro no todos.

También es necesario señalar que no tienen la independencia para escribir o difundir la información tal como ellos lo quisieran.

M.T.F.

No, ya lo hacen sin tener formación política o ideológica.



A.H.P

La formación siempre es importante para que el periodista cubra profesionalmente los hechos, tanto en periodos electorales como en otro momento.

W.G.

No, lo que deben tener es un alto nivel de ética profesional y periodística.

D.A.

Tienen el nivel de educación política, lo que sucede es que responden una corriente ideológica del noticiero.

Pregunta No.9

¿En su opinión, según la tendencia ideológica del telenoticiario TELEDOS, éste concederá mayor cantidad de espacio al partido político de su preferencia?

A.F.

No.

G.R.

No, es un medio apolítico.



M.F.

Sí, y cuando dan espacios a otras corrientes que no sean de derecha lo que hacen es tergiversar lo que dicen.

E.G.

Es correcto.

M.T.F.

Así es.

A.H.P.

Posiblemente, dependerá del grado de profesionalismo con que se dé cobertura

W.G.

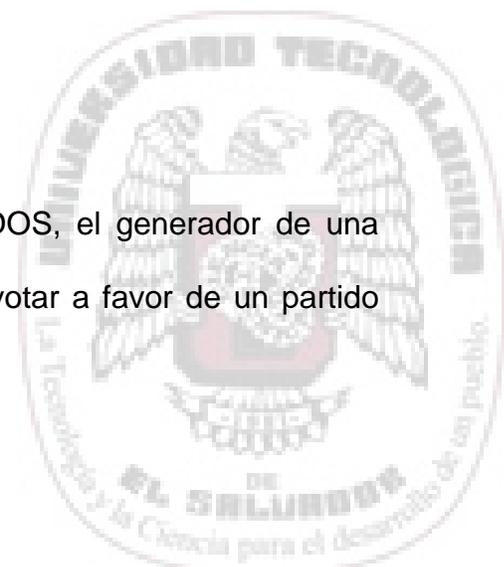
Claro, que lo harán principalmente cuando se acerque el día de las elecciones

D.A.

Si, así promueve su ideología.

Pregunta No. 10

¿Es la televisión por medio del telenoticiario TELEDOS, el generador de una mayor opinión pública para orientar al electorado a votar a favor de un partido político?



A.F.

No.

G.R.

No.

M.F.

Sí, lo que no significa que sea el más creíble, porque comparado con los otros noticieros de TCS (4 Y 6) es el más politizado.

E.G.

No, especialmente hoy que los partidos políticos se han quedado con el voto duro únicamente.

M.T.F.

No, porque existen otras opciones

A.H.P.

Depende de la forma en que se dé cobertura al proceso

W.G.

Más que orientar puede incidir en la decisión del voto.



D.A.

No necesariamente el noticiero, hay otros programas que orientan al electorado.

Pregunta No. 11

¿A qué se debe que un partido político tenga mayor cobertura?

A.F.

A que genere noticia, al igual que cualquier sector social.

G.R.

Paga más espacios dentro del medio

M.F.

Al poder económico del propietario y su ideología política que no permite espacio a la oposición.

E.G.

Por la afinidad o compadrazgo que puedan haber con un determinado medio.

M.T.F.

A las situaciones coyunturales que presenta, y su incidencia en el quehacer político.



A.H.P.

Puede hacer por la afinidad política o por el espacio contratado para difundir los mensajes electorales.

W.G.

A su afinidad con el medio de comunicación.

D.A.

A que el partido gobierna para los intereses del medio.

Pregunta No.12

¿Es importante la afinidad ideológica del telenoticiario TELEDOS al momento de transmitir el contenido de sus noticias en periodos electorarios?

A.F.

No

G.R.

No.

M.F.

No, la gente la identifica con la derecha y por lo tanto no es creíble la información porque esta sesgada.



E.G.

Es importante para el partido al que este medio es afín.

M.T.F.

Sí.

A.H.P.

Sí.

W.G.

Sí es importante, principalmente para disminuir los índices de abstencionismo.

D.A.

No, porque no es imparcial.

Pregunta No. 13.

¿Si un partido político tiene mayor presencia en el telenoticiario TELEDOS, éste influirá en el contenido de las noticias?

A.F.

El generador de noticias es la base de cada nota como por ejemplo en un asesinato quien será más importante el muerto o el criminal?



G.R.

No.

M.F.

No necesariamente, aunque sí influyen en la población menos educada, que por su misma educación no es capaz de discernir.

E.G.

No necesariamente.

M.T.F.

No necesariamente.

A.H.P.

No necesariamente, dependerá de qué partido sea, de las plataformas políticas o en todo caso de la afinidad con el medio.

W.G.

Claro, porque no debe dejar de cuidar los intereses para quienes sirve el medio, desde la perspectiva de su ideología.

D.A.

Por supuesto que sí.



Pregunta No.14

¿De acuerdo a la presencia que un partido político tenga en el telenoticiario TELEDOS, logrará mayor influencia a que el electorado vote a su favor?

A.F.

No, Teledos, dura 30 minutos, la pregunta ha sido elaborada de forma tendenciosa o sin conocimiento, que no todos miran un programa determinado.

G.R.

No, cada persona es libre de tomar sus propias decisiones y de votar por el partido de su preferencia.

M.F.

En el caso de nuestro país, si influye bastante, pero en las personas con baja educación o por su ideología definida.

E.G.

No necesariamente.

M.T.F.

Sí.



A.H.P.

No necesariamente, las plataformas políticas, el grado de preparación del candidato, su afinidad con la gente etc, pueden incidir.

W.G.

La presencia en los medios y la transmisión de las ideas a través de los noticieros, si pueden generar influencia en el electorado.

D.A.

Sí.

Pregunta No. 15

¿Considera que el Gobierno actual regula la información del telenoticiario TELEDOS, para transmitir sus propios intereses?

A.F

No existen regulaciones ni en noticieros, ni en programas radiales y televisivos.

G.R.

No, porque los noticieros son imparciales y apolíticos.



M.F.

Si, de todos los medios es sabido que existen reuniones entre los propietarios o jefes de TCS con funcionarios de gobierno para definir agendas y pautas publicitarias.

E.G.

Es correcto

M.T.F.

No lo regula, pero si inciden en su política informativa.

A.H.P.

Es muy difícil asegurarlo, no creo que la regule, pero si puede incidir en el manejo de ciertas informaciones.

W.G.

No existe una regulación directa, sin embargo puede existir autocensura por parte del medio.

D.A.

No, el mismo noticiero lo regula.



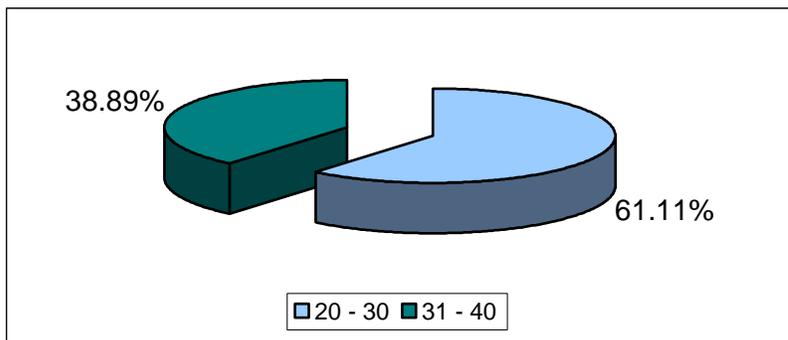
2.2 Tabulación e interpretación de resultados de cuestionario elaborado por el grupo investigativo.

EDAD

Objetivo:

Determinar los rangos de edades de los profesionales encuestados.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 – 30	11	61.11
31 – 40	7	38.89
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

En la investigación se determinó que el 61.1% de los profesionales abordados sus edades oscilan entre los 20 a 30 años; mientras que un 39.89% se encuentran dentro del rango de 31 a 40 años.

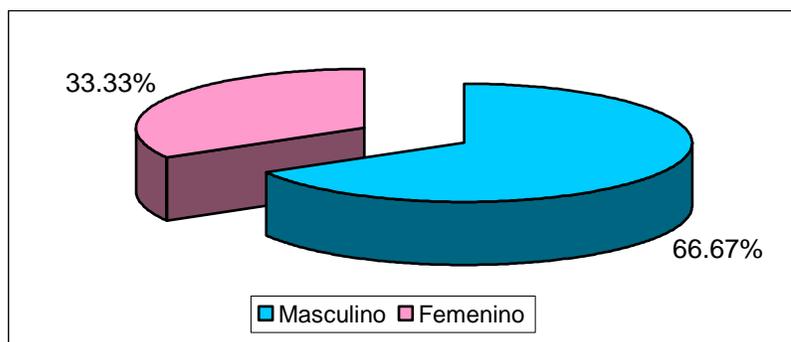


SEXO

Objetivo:

Definir el sexo preponderante de las personas encuestadas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	12	66.67
Femenino	6	33.33
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

En su mayoría los encuestados fueron del sexo masculino, con un 66.67%, mientras que un 33.33% representan el femenino.

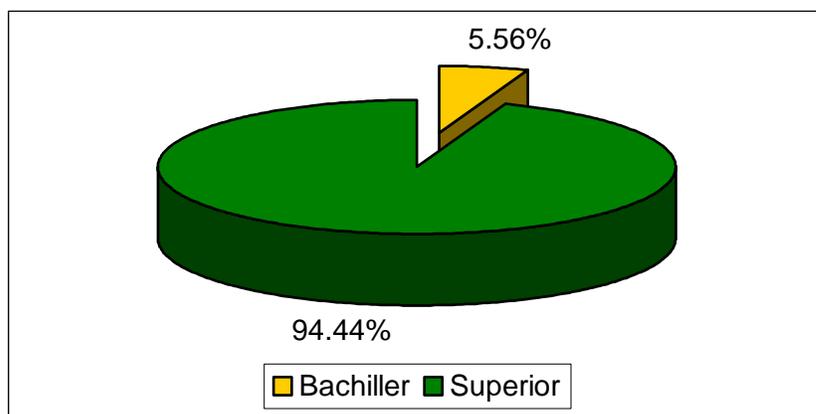


NIVEL EDUCATIVO

Objetivo:

Determinar el nivel académico que poseen los encuestados.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bachiller	1	5.56
Superior	17	94.44
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

Para efectos de obtener óptimos resultados se distribuyó la encuesta a personas que laboran en los medios de comunicación televisivos (reporteros), determinándose que la mayoría de estos cuentan con estudios superiores; sin embargo uno de ellos dijo poseer solamente el bachillerato.

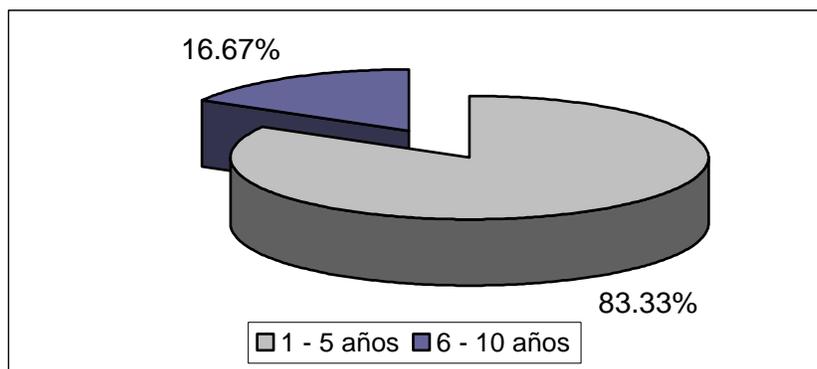


EXPERIENCIA EN PERIODISMO TELEVISIVO

Objetivo:

Conocer los años de experiencia periodística televisiva con que cuentan los encuestados.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 5 años	15	83.33
6 - 10 años	3	16.67
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

Según los datos obtenido, se estableció que el 83.33% de los encuestados cuentan con una experiencia en periodismo televisivo de 1 a 5 años, mientras que el 17.67% tiene de 6 a 10 años de experiencia.



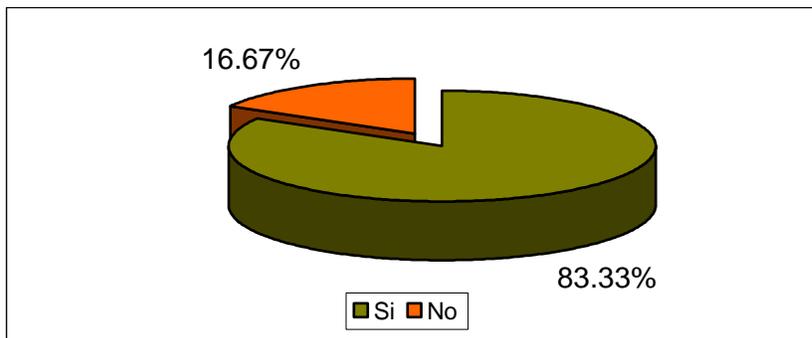
Pregunta No. 1

¿Cree usted que los mensajes emitidos por los medios televisivos inciden en el comportamiento o pensamiento de la población?

Objetivo:

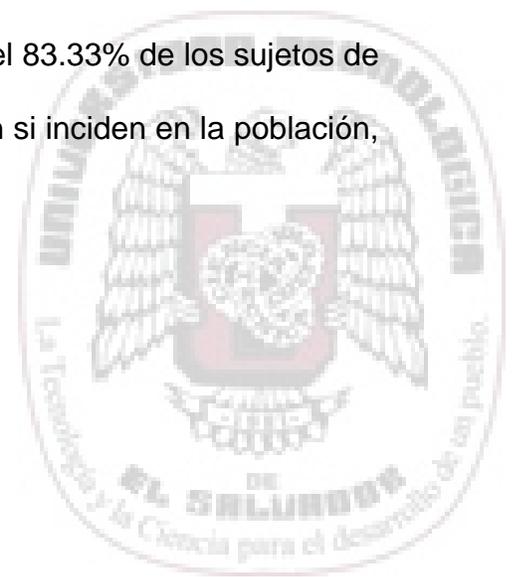
Determinar de qué manera los mensajes que emiten los medios de comunicación televisivos inciden en el comportamiento de la población.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	83.33
No	3	16.67
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación el 83.33% de los sujetos de estudio opina que los mensajes emitidos por televisión si inciden en la población, no así el 17.67% opinan lo contrario.



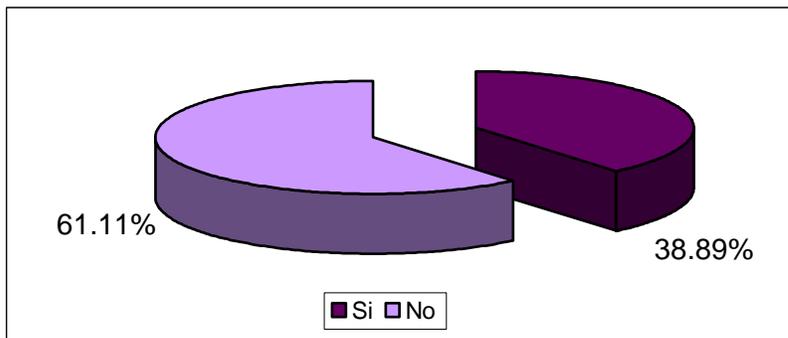
Pregunta No. 2

¿Cree usted que los medios de comunicación social, de acuerdo a su ideología política manipulan la opinión pública?

Objetivo:

Determinar de acuerdo a la percepción de los encuestados, si los medios de comunicación social manipulan la opinión pública.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	7	38.89
No	11	61.11
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

De los noticiarios televisivos encuestados un porcentaje elevado del 61.11% opina que si existe manipulación publica por parte de los medios, caso contrario un 39.89% no opina lo mismo.



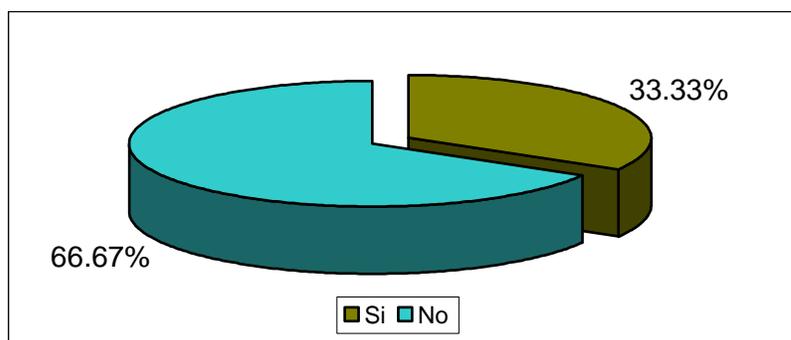
Pregunta No. 3

¿A su criterio, son los medios la herramienta perfecta para que los partidos políticos influyan en la población en periodos eleccionarios?

Objetivo:

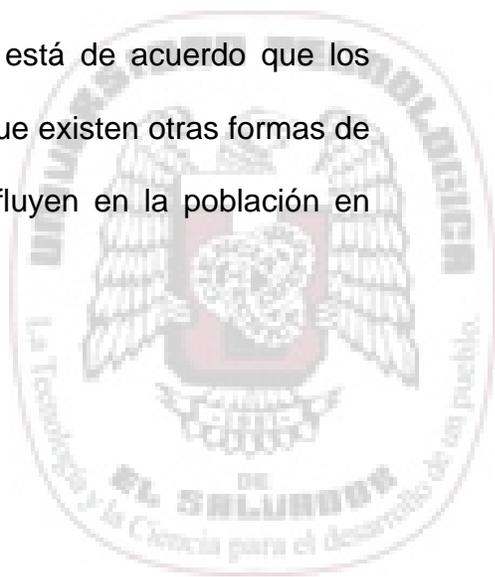
Establecer si los medios de comunicación son la herramienta adecuada para que los partidos políticos influyan en la población durante los periodos electorales.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	6	33.33
No	12	66.67
TOTAL	18	100



Interpretación:

La grafica muestra que la población encuestada no está de acuerdo que los medios son el vehículo influyente con un 66.67%, ya que existen otras formas de hacerlo, no obstante un 33.33% manifestó que si influyen en la población en periodos eleccionarios.



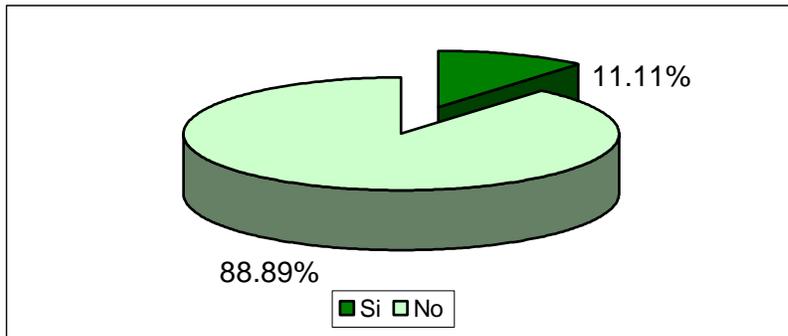
Pregunta No. 4

¿Influye la ideología del noticiario que usted representa en su decisión para ejercer el voto?

Objetivo:

Conocer si la ideología del medio en el cual se desenvuelve el encuestado influye en su decisión de voto.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	2	11.11
No	16	88.89
TOTAL	18	100



Interpretación:

Según los resultados un 88.89% sostiene no ser influenciados por la ideología del medio que representa para ejercer su voto, no así un 11.11% admite que si.



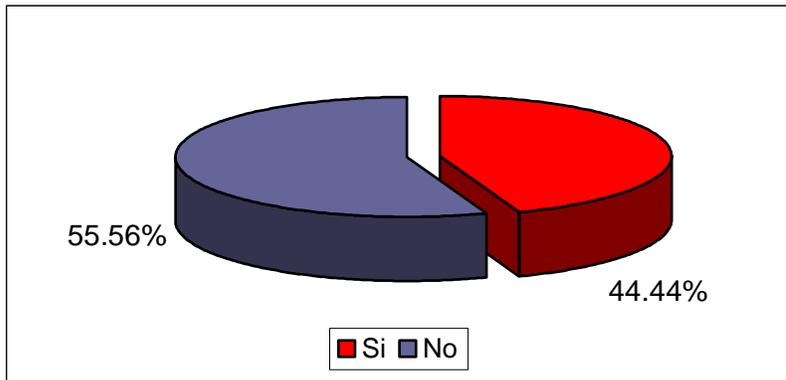
Pregunta No. 5

¿Cree usted que la ideología del telenoticiero TELEDOS, tiene relación con la ideología de algún partido político?

Objetivo:

Determinar de acuerdo a la opinión de los encuestados, si la ideología de TELEDOS tiene vínculos con la ideología de algún partido político.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	44.44
No	10	55.56
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

La gráfica refleja una respuesta compartida ya que el 55.56% de las personas encuestadas opinan que la ideología de TELEDOS, no tiene relación con la de algún partido político, mientras que el 44.44% manifiesta que si hay relación.



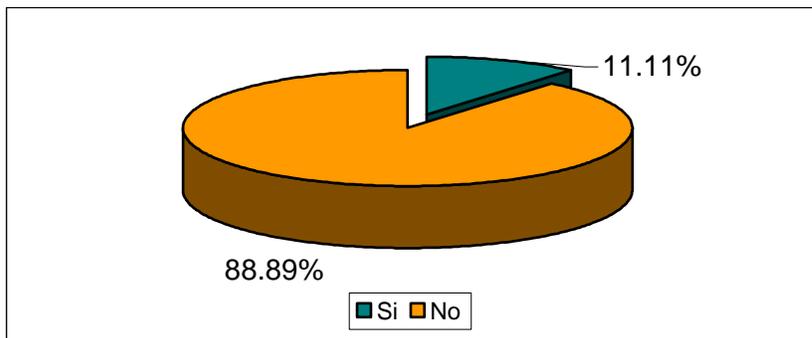
Pregunta No. 6

¿Es la televisión por medio del telenoticiario TELEDOS, el generador de una mayor opinión publica para orientar al electorado a votar a favor de un partido político determinado?

Objetivo:

Establecer si la televisión a través de TELEDOS genera mayor opinión pública para orientar al electorado a votar por un partido político determinado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	2	11.11
No	16	88.89
TOTAL	18	100



Interpretación:

Un 88.89% de las personas encuestadas consideran que la televisión por medio de TELEDOS, genera opinión y orienta a la población a que vote por un partido determinado, mientras un 11.11% no comparte este planteamiento.



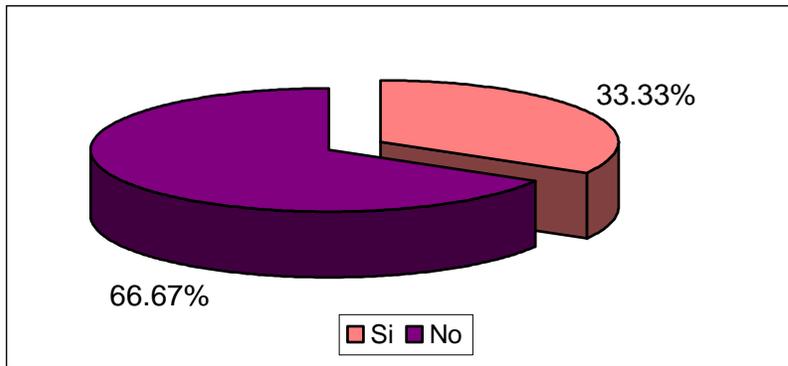
Pregunta No. 7

¿Considera imparcial la actitud de los telenoticiarios salvadoreños al presentar información política?

Objetivo:

Determinar si la actitud de los telenoticiarios salvadoreños es imparcial al presentar información política.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	6	33.33
No	12	66.67
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

La opinión de las personas abordadas refleja un 66.67% en desacuerdo en relación a la actitud de los telenoticiarios al presentar información política, no así un 33.33% si está de acuerdo.



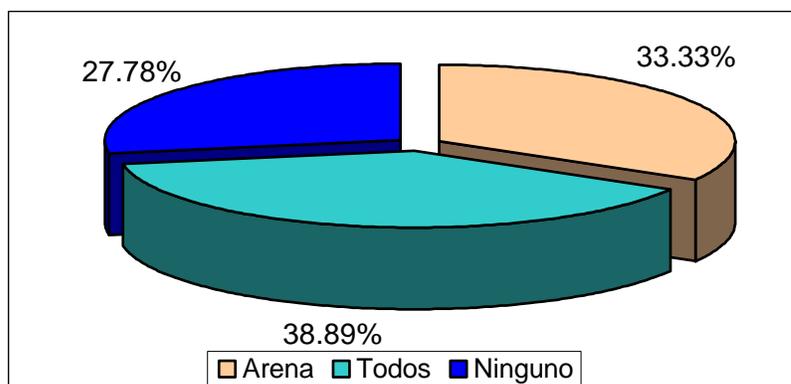
Pregunta No. 8

Señale cuál es el partido político que recibe más cobertura por parte de los noticieros televisivos

Objetivo:

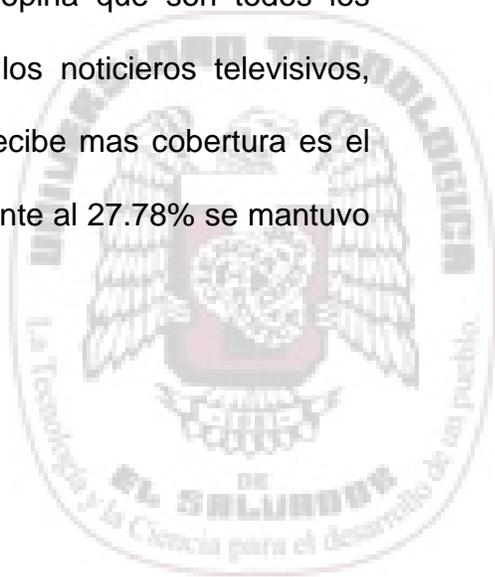
Conocer cual es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los telenoticiarios televisivos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Arena	6	33.33
Todos	7	38.89
Ninguno	5	27.78
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

Según datos obtenidos en la encuesta un 38.89% opina que son todos los partidos que reciben mas cobertura por parte de los noticieros televisivos, similar fue la opinión de los que a su criterio quien recibe mas cobertura es el partido Arena con un 33.33%, el restante correspondiente al 27.78% se mantuvo en señalar que ninguno.



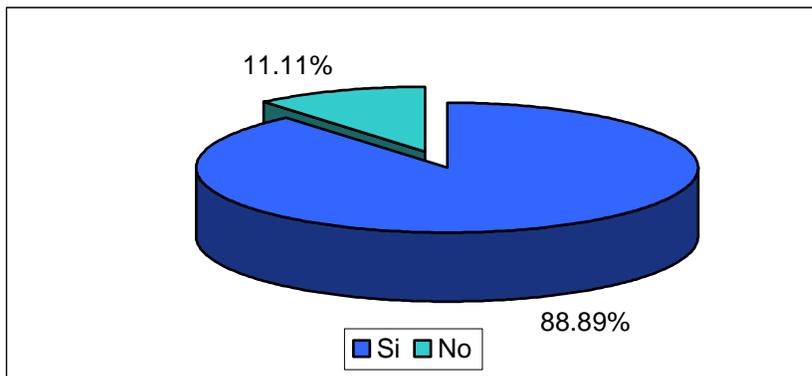
Pregunta No. 9

¿Considera que los telenoticiarios cumplen con la función de informar y orientar a la población en periodos eleccionarios?

Objetivo:

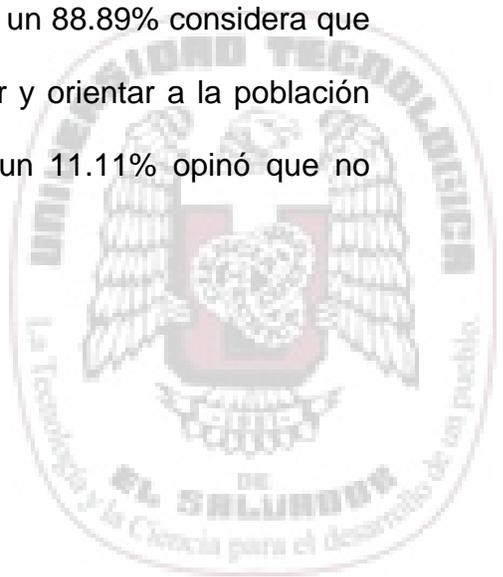
Determinar si los telenoticiarios cumplen con su función de informar y orientar a la población en periodos electorales.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	16	88.89
No	2	11.11
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

Es importante destacar que las personas encuestadas un 88.89% considera que los telenoticiarios cumplen con la función de informar y orientar a la población en cuanto a periodos electorales se refiere, no así un 11.11% opinó que no cumplen.



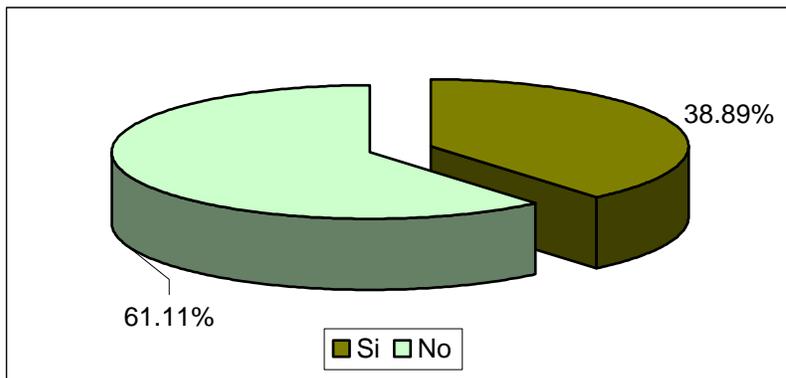
Pregunta No. 10

¿Considera que los telenoticiarios demuestran favoritismo en las noticias políticas de ARENA y FMLN?

Objetivo:

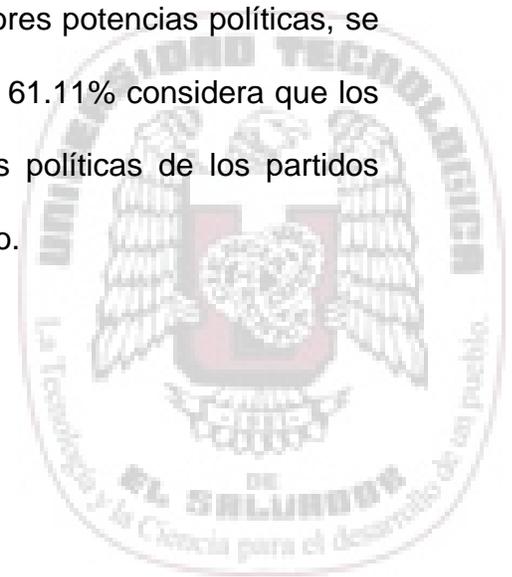
Conocer si los telenoticiarios demuestran favoritismo en las noticias políticas de ARENA y FMLN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	7	38.89
No	11	61.11
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

Considerando que ARENA Y FMLN son las dos mayores potencias políticas, se determinó de acuerdo a la encuesta realizada que un 61.11% considera que los noticiarios no demuestran favoritismo en las noticias políticas de los partidos mencionados, mientras un 39.89% expresó lo contrario.



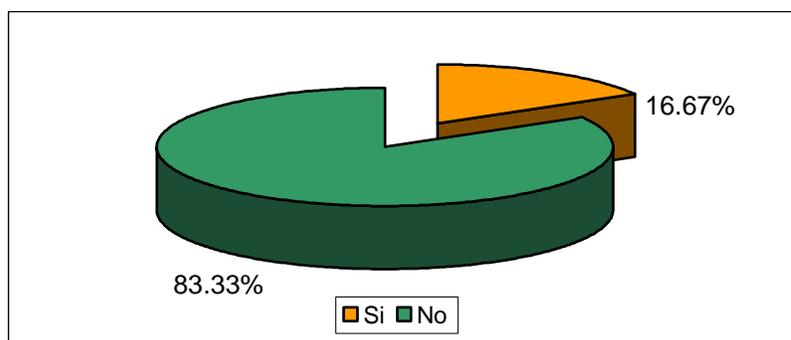
Pregunta No. 11

¿Es importante la afinidad ideológica política de los telenoticiarios al momento de transmitir el contenido de sus noticias en periodos eleccionarios?

Objetivo:

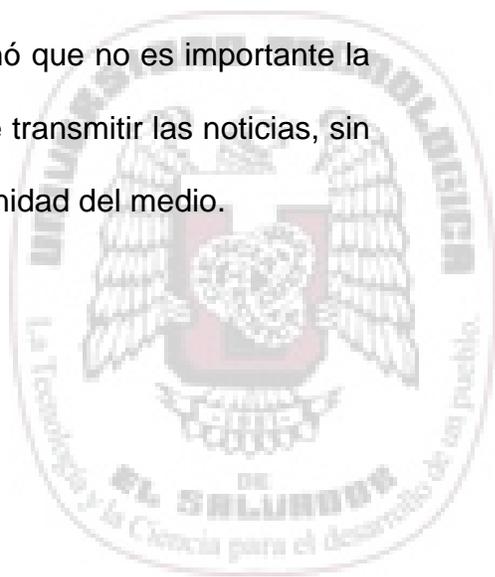
Establecer si es de importancia la afinidad ideológica política de los telenoticiarios al momento de transmitir el contenido de sus noticias en periodos electorales.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	3	16.67
No	15	83.33
TOTAL	18	100



Interpretación:

Un 83.33% de los profesionales encuestados determinó que no es importante la afinidad ideológica de los telenoticiarios al momento de transmitir las noticias, sin embargo el 16.67% destacó que si es importante la afinidad del medio.



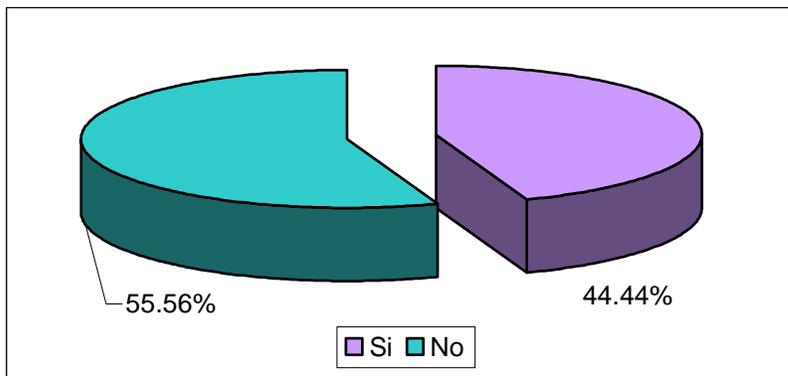
Pregunta No. 12

¿Considera que el Gobierno de la República utiliza las cadenas de televisión para enviar mensajes que favorezcan al partido oficial?

Objetivo:

Determinar si el Gobierno de la República utiliza las cadenas de televisión para enviar mensajes que favorezcan al partido oficial.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	44.44
No	10	55.56
TOTAL	18.00	100.00



Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que un 56.56% consideran que el gobierno no utiliza las cadenas de televisión para transmitir mensajes con favoritismos hacia el partido oficial, por otro lado el 44.44% manifiesta que si transmite mensajes a su favor.



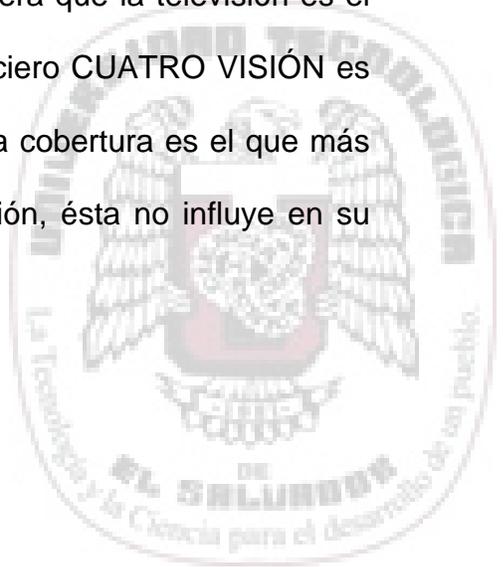
2.4 Análisis de Contenido

La encuesta se realizó en los 14 departamentos habiéndose entrevistado un total de 1,806 personas, de las cuales un 50.89% fueron hombres mientras que un 49.11% fueron mujeres, cuyas edades oscilaron entre los 18 y 56 años o más, su escolaridad estuvo mayormente inclinada de acuerdo a los porcentajes al nivel de bachillerato, seguido de los que estudiaron de séptimo a noveno grado, de los cuales un 76.91% dijo poseer carné electoral.

El estado civil de los entrevistados fueron en su mayoría solteros con un 44.91%, mientras que los casados se entrevistó un 36.05%, siguiendo a ello el porcentaje de los acompañados comprendido en el 13.95%.

Mediante la aplicación de esta encuesta se pretendió darle respuesta a diversos objetivos, siendo uno de ellos: Establecer que porcentaje de la población tiene acceso a los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, a través de preguntas orientadas hacia ese propósito se determino que un 95.40%, conoce los telenoticiarios.

Según la encuesta la población en su mayoría considera que la televisión es el medio de mayor audiencia, manifestando que el noticiero CUATRO VISIÓN es el de mayor objetividad y credibilidad, dado su amplia cobertura es el que más se ve a nivel nacional, sin embargo para la población, ésta no influye en su decisión para ejercer el voto.



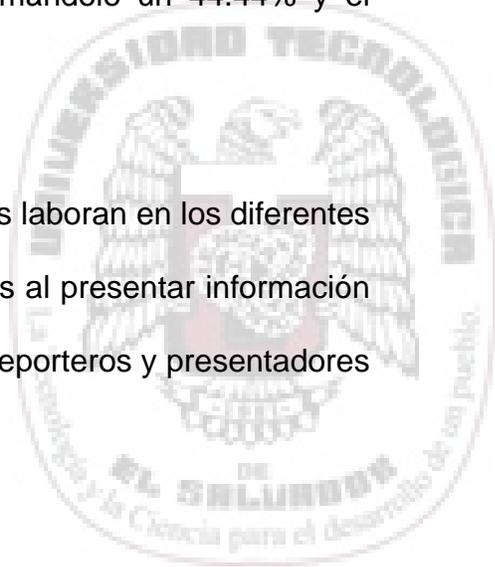
Lo anterior responde a uno de los objetivos de la investigación en el sentido de determinar la incidencia de los medios de comunicación social y su ideología, en periodos electorales en la población salvadoreña.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta permiten dejar claro que los medios ejercen una notable incidencia en la población. En este contexto, también fue posible establecer las respectivas respuestas sobre el tema que fundamenta la investigación, en tal sentido se logró dar respuesta a los objetivos de la investigación.

La información recabada a través de la encuesta permite establecer que los medios de comunicación muchas veces trabajan la información a su conveniencia, la cuál es aceptada por la población como cierta, esto porque los medios gozan de elevados niveles de credibilidad en la sociedad.

Además en la investigación del caso específico, se determinó de acuerdo a la opinión de los encuestados que la ideología del telenoticiario Teledos tiene vínculos con la ideología de un partido político, afirmándolo un 44.44% y el 55.56% manifestó que no existen tales vínculos.

Haciendo énfasis en que los profesionales encuestados laboran en los diferentes telenoticiarios, con respecto a la imparcialidad de estos al presentar información política, los encuestados entre los que se encuentran reporteros y presentadores



de televisión, manifestaron en un 66.67% que los telenoticiarios no son imparciales y un 33.33% dijo lo contrario.

Esto contrasta con el 88.89% que dijo que los telenoticiarios cumplen con su función de informar y orientar a la población en periodos electorales, ya que por una parte se dice que no son imparciales; sin embargo cumplen su función de informar, estableciendo que caen en la manipulación de la información.

