

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

La investigación que se realizó a nivel nacional, ha evidenciado el grado de credibilidad que tienen los medios de comunicación, independientemente de la línea política e ideológica a la que sean afines, por lo que, como grupo investigativo se enfoca el siguiente análisis.

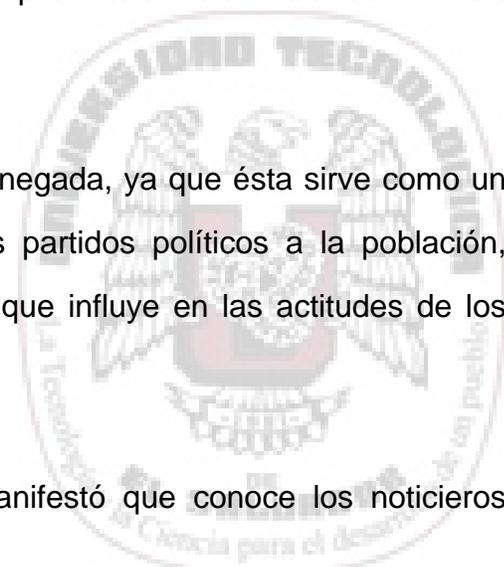
De acuerdo a los objetivos planteados en el primer capítulo de esta investigación se determinó que, los medios de comunicación social son parte fundamental en los períodos electorales, debido a que dentro de sus funciones principales está la de informar y brindar mayor cobertura a los hechos noticiosos de contenido político; aunque ésta situación pueda impactar de manera negativa o positiva en los televidentes, debido a la posible manipulación de información que pueda existir por parte del medio y de los mismos periodistas.

Los medios de comunicación, a través de la presentación de la noticia, tienen la capacidad de sugerir e influir en el pensamiento social, e incidir para que pueda simpatizar con un partido político determinado.

Sin embargo en la encuesta realizada a la población salvadoreña se pudo comprobar que el género periodístico de mayor preferencia de acuerdo a los datos obtenidos en la investigación, es la noticia televisiva, ya que la consideran de gran utilidad para mantenerse informados del acontecer nacional e internacional.

La influencia de la televisión en materia política no puede ser negada, ya que ésta sirve como un medio seguro para transmitir determinadas opiniones de los partidos políticos a la población, además permite colocar en el televidente una visión general que influye en las actitudes de los espectadores sobre aspectos electorales.

En la actualidad el 95.40% de la población encuestada, manifestó que conoce los noticieros



televisivos, al realizar el cruce de variables se determinó que el 94.99% pertenecen al sexo masculino y el 95.83% al sexo femenino. De igual manera al consultarles cuál era el noticiero de su preferencia, se pudo comprobar que el noticiero Teledos alcanzó un nivel de 21.59%, ubicándolo en el segundo lugar de preferencia en la población.

Los resultados de la investigación de campo lo confirman y es que un 71.93% dice que prefiere informarse a través del medio televisivo, por la proyección de imágenes en la que juegan diversidad de colores llevándole a vivir cada noticia como si estuvieran en el lugar de los hechos, además la televisión es capaz de poner en juego las emociones del televidente.

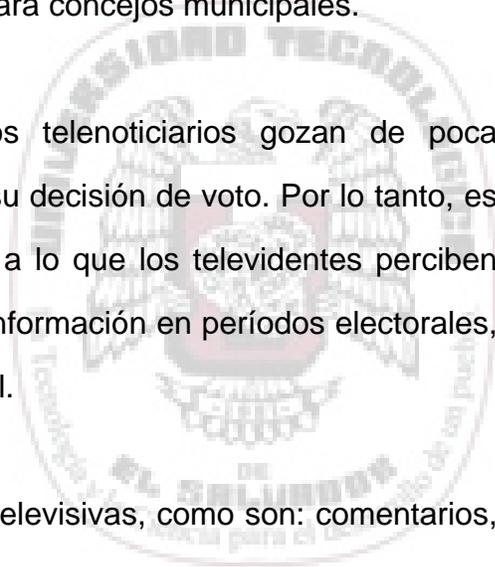
No se debe perder de vista que la televisión como medio de información, cuenta con dos tipos de intereses principales tales son: Intereses comerciales y políticos.

En cuanto a los intereses políticos el medio pone todo su empeño en los espacios televisivos para, promover a los candidatos de la línea ideológica de su preferencia, a través del bombardeo de mensajes que sin duda llegan a incidir en la población.

La publicación o transmisión de noticias políticas a través de la televisión no genera cambios inmediatos en la población, para optar por un determinado partido político, sino que estos se producen en la medida que la población las observa. Es por ello que el Tribunal Supremo Electoral dentro de sus normas o reglamentos permite que la campaña de propaganda electoral inicie dos meses antes de las elecciones para diputado, y un mes antes para concejos municipales.

El 59.86% de la población encuestada, manifestó que los telenoticarios gozan de poca credibilidad, ya que dichos medios informativos no influyen en su decisión de voto. Por lo tanto, es importante que los medios de comunicación pongan atención a lo que los televidentes perciben debiendo adquirir mayor profesionalismo para el manejo de la información en períodos electorales, para evitar convertirse en manipuladores del pensamiento social.

A menudo la sociedad Salvadoreña se encuentra con noticias televisivas, como son: comentarios,



críticas u opiniones relativas a determinados hechos que son el sentir y pensar de los presentadores o periodistas, muy alejados del hecho real, tal y como sucede, o que sin tales expresiones tengan una base sustentada en criterios técnicos que son los que deberían determinar el grado de objetividad en la comunicación de los hechos y la imparcialidad que deben mostrar los profesionales de la materia periodística.

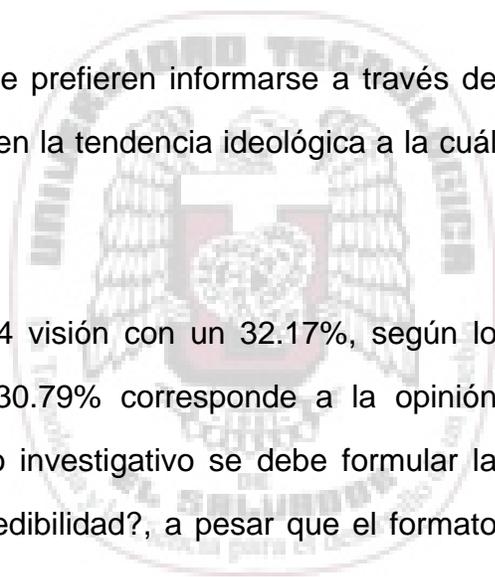
La población salvadoreña confía en el profesionalismo de los periodistas y conductores de los programas informativos, ya que expresaron en un 57.14% su credibilidad en el trabajo que éstos realizan en los diferentes telenoticiarios del país. Sin embargo, se observa que prevalece el interés económico e ideológico de los noticiarios sobre el verdadero rol de los medios de comunicación, que debe ser en todo momento en beneficio de la sociedad que es la razón de ser de los medios informativos.

No obstante los presentadores de los noticiarios televisivos pueden condicionar en un momento dado la opinión pública, ya que la transmisión en directo o vía microondas aumenta la credibilidad en lo que ellos puedan expresar, y a la vez pueden conducir a la población a formar parte de la ideología de los propietarios de los medios.

La generalidad de los noticiarios televisivos, durante un período eleccionario, es que utilizan estos espacios para transmitir noticias de carácter político, con el propósito de influir en los electores y favorecer al partido político de su preferencia.

La mayor parte de las personas encuestadas manifestaron que prefieren informarse a través de los noticiarios televisivos, aunque reconocen que éstos favorecen la tendencia ideológica a la cuál responden o se inclinan sus propietarios.

El noticiario televisivo que cuenta con mayor credibilidad es 4 visión con un 32.17%, según lo expresado por la población encuestada, de los cuáles un 30.79% corresponde a la opinión masculina y un 33.60% a la femenina, para esto como grupo investigativo se debe formular la siguiente pregunta: ¿Que habrá entendido la población por credibilidad?, a pesar que el formato



que el noticiero tiene se considera sensacionalista y amarillista al momento de presentar la información, lo que facilita incrementar la audiencia, de ahí pudo haber surgido la confusión, o peor aún es que las personas entiendan por credibilidad la transmisión de imágenes crudas de un hecho de interés nacional, como por ejemplo las jóvenes que a principio del año aparecieron decapitadas y sus cuerpos presentaban mutilaciones, situación que explota noticias 4 visión. No es que se niegue el profesionalismo y el buen trabajo del medio, pero es que existen en el país más noticieros, como por ejemplo Hechos del canal 12 según lo manifestó el 33.51% de la población masculina encuestada, que para ellos este es el noticiero que cuenta con objetividad y credibilidad, porque expresan y proyectan la realidad social y económica que impera en el país, haciéndolo de forma imparcial sin necesidad de dañar a terceras personas.

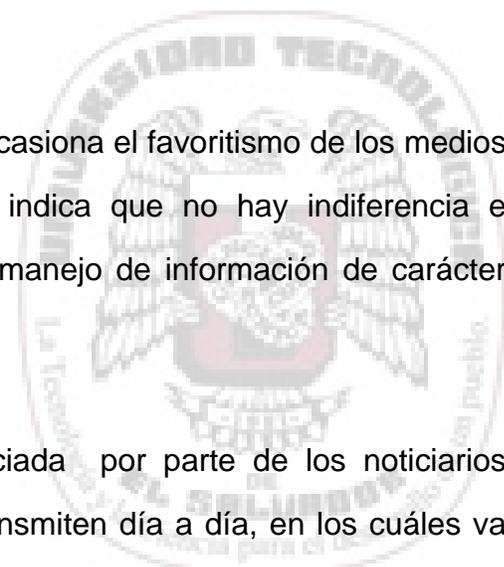
El noticiero Teledos en particular, es identificado con el sector de derecha según la población encuestada, para ellos es evidente el favoritismo que el noticiero tiene con el partido de gobierno, ya que la Telecorporación a la cuál pertenece dicho medio, se empeña en dar la mayor cobertura a las diferentes actividades que desarrolla el partido Alianza Republicana Nacionalista, ARENA.

Además este noticiero cuenta con dos emisiones y una retransmisión, de las cuáles la de la tarde es la que la población salvadoreña prefiere para informarse, donde los encuestados manifestaron en un 10.80% que su afinidad ideológica y política es con el partido ARENA.

Se comprueba la hipótesis planteada en el trabajo de investigación, ya que el medio televisivo influye en la población para decidir por quien votar; sin embargo manifiestan que los noticieros televisivos no influyen en su determinación de voto.

Además, las opiniones obtenidas reflejaron el desagrado que ocasiona el favoritismo de los medios de comunicación hacia un partido político específico, esto indica que no hay indiferencia e ignorancia por parte de la población salvadoreña acerca del manejo de información de carácter político que se transmite.

Aunque la población no percibe claramente que es influenciada por parte de los noticieros televisivos, a través de sus programas o mensajes que se transmiten día a día, en los cuáles va



inmersa su preferencia ideológica, si comprende que los noticiarios dan mayor cobertura y destacan más las noticias que aparecen ligadas a las fuerzas políticas en contienda, tratando de favorecer aquél partido cuya ideología promueve y apoya el medio de comunicación.

En fin, los medios de comunicación social como lo son Televisión, Prensa y Radio juegan un papel de gran importancia en la realidad política y económica de la sociedad salvadoreña, ya que estos muestran acontecimientos y procesos sociales que son de trascendencia para la población, así como los constantes cambios en preferencia ideológica que podrían marcar la diferencia en las próximas elecciones del 16 de marzo del 2003, donde se elegirán los 84 diputados que dirigirán la asamblea legislativa y los concejos municipales de los 262 municipios.

A pesar de que la población dejó claro su forma de percibir la incidencia que los medios de comunicación ejercen en períodos pre electorales, al momento de emitir el sufragio, el ganador en los últimos años en El Salvador ha sido el abstencionismo, ya que un 65.00% de la población no tiene credibilidad en los partidos políticos, además consideran que no resolverán los problemas del pueblo.

Así como también no consideran necesario emitir el voto, además 5 de cada 10 salvadoreños no les genera ninguna expectativa las próximas elecciones.

En cuanto al papel que desarrollan los medios de comunicación, es necesario hacer énfasis en la manipulación de la información con el objeto de favorecer a un determinado instituto político, independientemente que un 54.42% de las personas encuestadas consideran que los políticos no cumplirán sus promesas, este último dato fue obtenido por el Centro de Investigación de la Opinión Pública (CIOPS), la cuál desarrollo una encuesta de investigación sobre La opinión de los ciudadanos para la próxima campaña electoral y también evaluar sobre aspectos económicos, políticos y sociales de la realidad salvadoreña, llevándola a cabo los días 7,8 y 9 de febrero del año 2003.

