

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE EL IMPACTO QUE CAUSAN LAS ENTREVISTAS EN LOS LECTORES, EN PERÍODOS ELECTORALES.

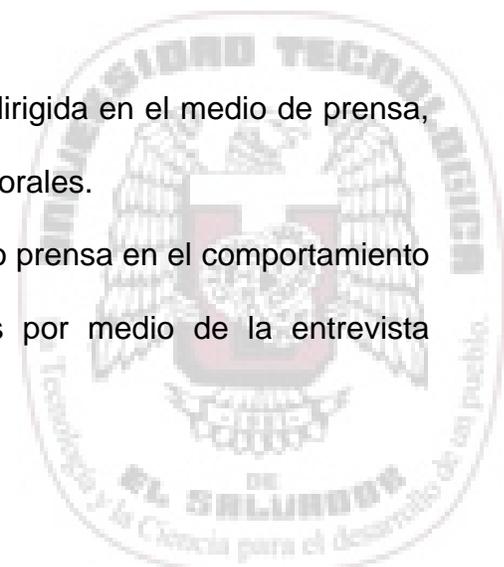
2 SISTEMA DE OBJETIVOS.

2.1 OBJETIVO GENERAL.

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

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ❑ Estudiar el rol de los medios de comunicación social y su ideología, en los procesos electorales en El Salvador.
- ❑ Determinar la incidencia de la entrevista dirigida en el medio de prensa, en la población votante, en períodos electorales.
- ❑ Identificar la influencia ideológica del medio prensa en el comportamiento de los votantes, en períodos electorales por medio de la entrevista dirigida.



2.3 HIPÓTESIS.

La afinidad ideológica política de los medios de comunicación social incide, significativamente, en las preferencias electorales de la población salvadoreña.

2.3.1 VARIABLES.

2.3.1.1 Variable Independiente.

La afinidad ideológica política de los medios de comunicación.

2.3.1.2 Variable Dependiente

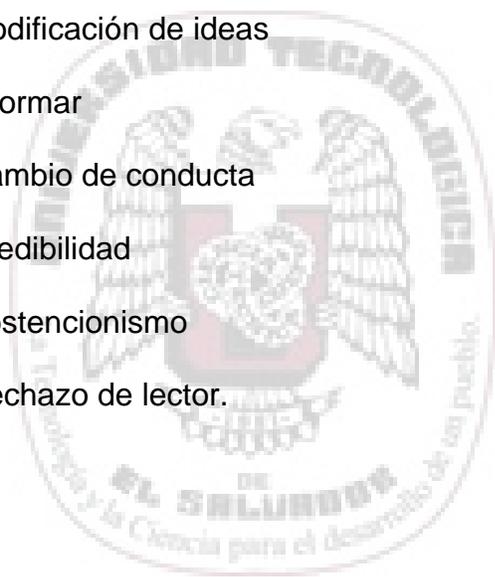
Preferencias electorales de la población salvadoreña.

Indicadores V.I.

- Manipulación
- Política
- Ideología
- Función
- Persuadir
- Entrevista
- Elecciones
- Compromiso del medio

Indicadores V.D.

- Cambio de actitud
- Preferencias electorales
- Modificación de ideas
- Informar
- Cambio de conducta
- Credibilidad
- Abstencionismo
- Rechazo de lector.



2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

El Salvador se encuentra frente a un proceso electoral, evento importante en su proceso de democratización, en el cual los medios escritos juegan un papel importante, lo que amerita de una investigación.

Esta investigación fue de tipo descriptiva, ya que buscaba las propiedades importantes de personas, grupos, medios de comunicación (prensa escrita), que fueran sometidos a un análisis, además se evaluaron los diversos aspectos por los cuales las entrevistas en prensa escrita, son o no unas técnicas para incidir en la población votante.

La investigación se desarrolló en dos modalidades. La cuantitativa y la cualitativa. Para desarrollar la parte cualitativa el equipo investigador contó con la colaboración del Centro de Investigación de Opinión Pública Salvadoreña CIOPS.



Para lograr lo anterior se evaluaron los siguientes aspectos:

2.4.1 UNIDAD DE ANÁLISIS.

La investigación se realizó en Residencial Buena Vista, Monte Sión y Colonia Hacienda San José de la ciudad de Nueva San Salvador, que representan una condición socioeconómica en los diferentes estatus sociales.

Así mismo en los centros de concentración públicas, en las cabeceras departamentales y otras ciudades importantes del país. También formaron parte de la investigación: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, El Mundo, El Co Latino, y el Periódico Más.

2.4.2 SUJETO DE ANÁLISIS.

Estuvo conformado por los lectores de los periódicos, hombres y mujeres, mayores de 18 años.

2.4.3 UNIVERSO.

Para definir el universo fue preciso realizarlo en dos momentos: el primero, el universo lo conformaron 15 lectores de los periódicos; mientras que en el



segundo, el universo estuvo compuesto por los 5,118,599 habitantes de El Salvador, según datos estadísticos brindados por el Ministerio de Economía a través de la Dirección General de Estadísticas y Censo.

2.4.4 MUESTRA.

La muestra fue necesario dividirla también en dos momentos, el primer caso la muestra fue igual al universo; mientras que en el segundo, aspecto se aplicó la Fórmula para poblaciones numerales finitas:

FÓRMULA:

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

EN DONDE:

- n = Tamaño de la muestra (?)
- z= Nivel de confianza (1.96)
- P= Probabilidad de éxito (0.5)
- Q= Probabilidad de fracaso (0.025)
- N= Universo. (5,118,599)



SUSTITUYENDO:

n= ?

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

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

$$n = \frac{4915902.4}{3199.1237+0.9604}$$

n= 1536

Nota: por observaciones de la investigación y por dirección del Centro de Investigación de Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) la muestra se elevó a 1806 habitantes.

2.4.5 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.

Las 15 entrevistas se dividieron entre las tres colonias de Nueva San Salvador, tomando a cinco informantes claves de cada colonia, además el muestreo fue



por conglomerado y seguidamente la muestra se distribuyó por cuotas en los 14 departamentos.

2.4.6 INSTRUMENTO.

Los instrumentos utilizados fueron la entrevista y la encuesta. Se entrevistaron a 15 lectores de los periódicos que fueron el objeto de estudio, mientras que para la encuesta se realizó tal como está definido en la unidad de análisis.

2.4.7 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

La información cuantitativa, producto de la encuesta se presenta tabulada en cuadros y gráficos; mientras que la investigación de la entrevista se presenta en forma resumida.



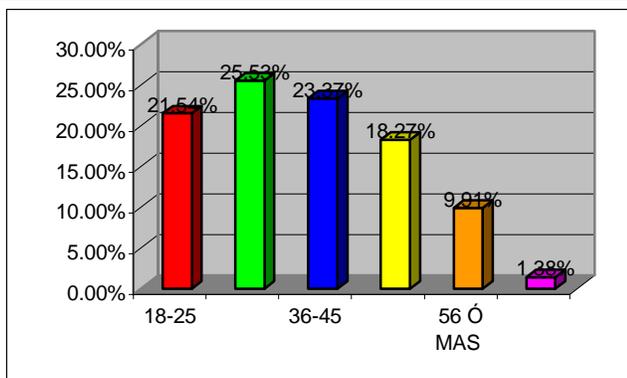
2.4.7.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN PÚBLICA SALVADOREÑA, (CIOPS).

CLASIFICACIÓN POR EDAD

OBJETIVO:

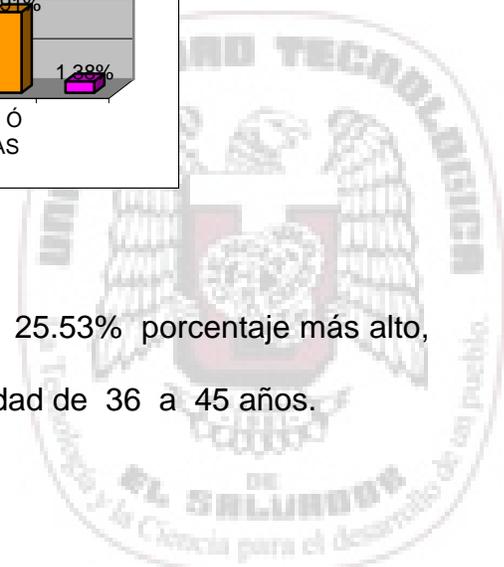
Determinar las edades que tienen los lectores que se interesan por leer los periódicos y específicamente las entrevistas.

Alternativa	Fr	%
18-25	389	21.54
26-35	461	25.53
36-45	330	18.25
46-55	330	18.27
56 ó Más	179	9.91
Sin opinión	25	1.38
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

Las personas entre 26 y 35 años representan el 25.53% porcentaje más alto, mientras que más del 23.% tienen un rango de edad de 36 a 45 años.

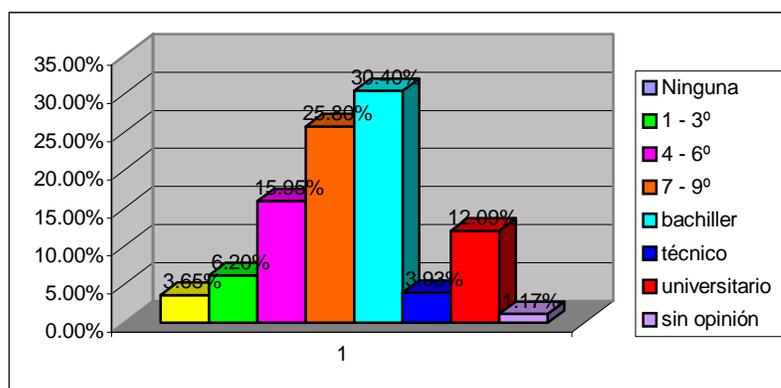


CLASIFICACIÓN POR PROFESIÓN

OBJETIVO:

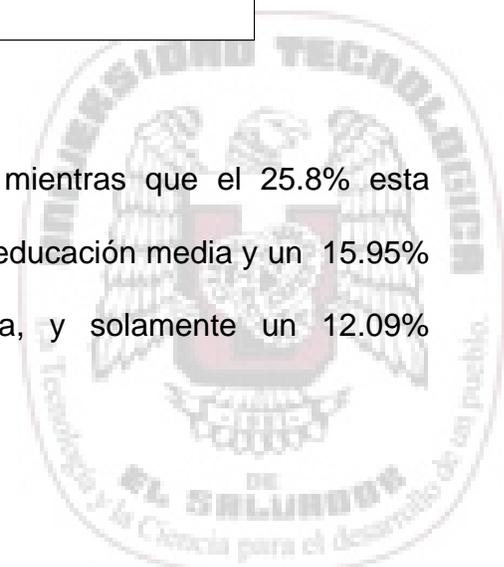
Determinar el nivel académico que tienen los lectores de entrevistas.

Alteración	Fr	%
Ninguna	66	3.65
1 – 3 ^o	112	6.20
4 – 6 ^o	288	15.95
7 – 9 ^o	466	25.8
Bachiller	549	30.4
Técnico	71	3.93
Universitario	233	12.09
S.O.	21	1.16
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

El 30.4% pertenece al sector de bachillerato, mientras que el 25.8% esta representado por las personas de tercer ciclo de educación media y un 15.95% lo ocupan las personas de educación básica, y solamente un 12.09% representa el nivel universitario.

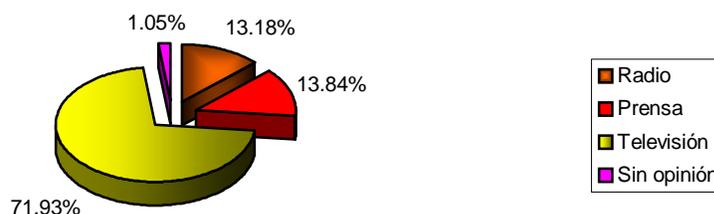


1. ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere?

OBJETIVO

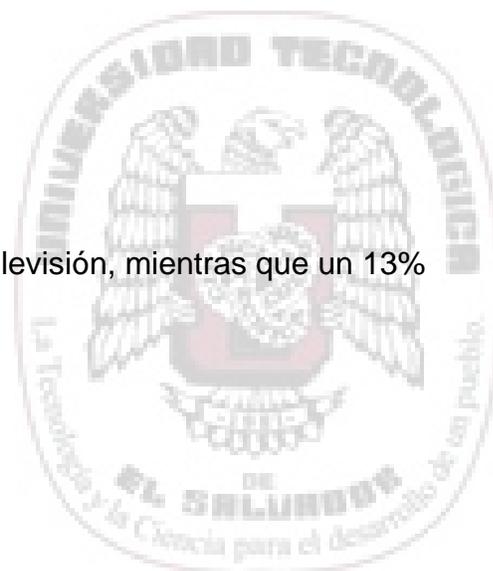
Identificar el medio de comunicación que alcanza mayor preferencia en el público.

Alternativa	Fr.	%
Radio	238	13.18
Prensa	250	13.84
Televisión	1299	71.93
Sin opinión	19	1.05
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN

El 71% de la población entrevistada prefiere la televisión, mientras que un 13% prefieren la prensa o radio.

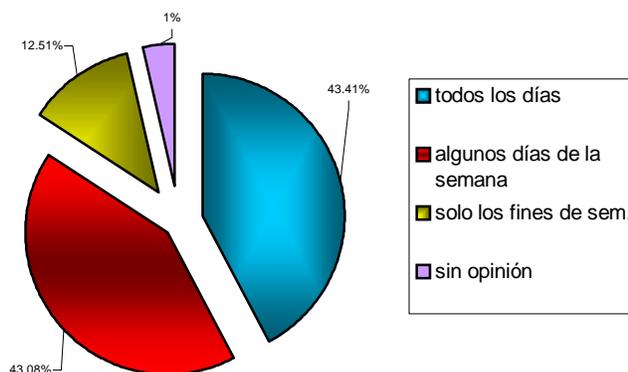


2. ¿Con qué frecuencia lee los periódicos?

OBJETIVO:

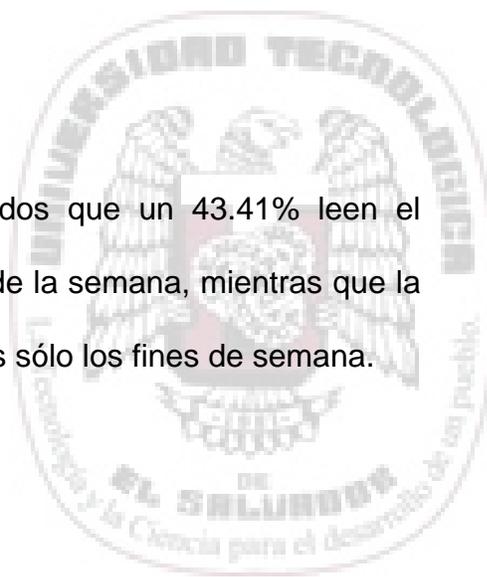
Conocer con que periodicidad la población utiliza el medio escrito para informarse

Alternativa	Fr	%
Todos los días	784	43.41
Algunos días de la semana	778	43.08
Solo los fines de semana	226	12.51
Sin opinión	18	1
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

Se puede establecer, de acuerdo a los resultados que un 43.41% leen el periódico todos los días, el 43.08% algunos días de la semana, mientras que la minoría representada por un 12 % prefieren leerlos sólo los fines de semana.

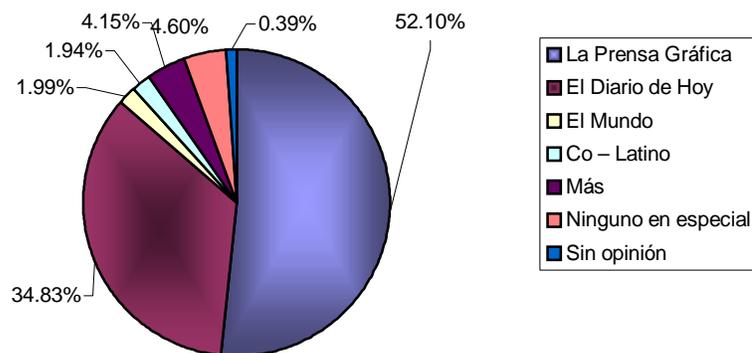


3. ¿Cuál es el periódico de su preferencia?

OBJETIVO:

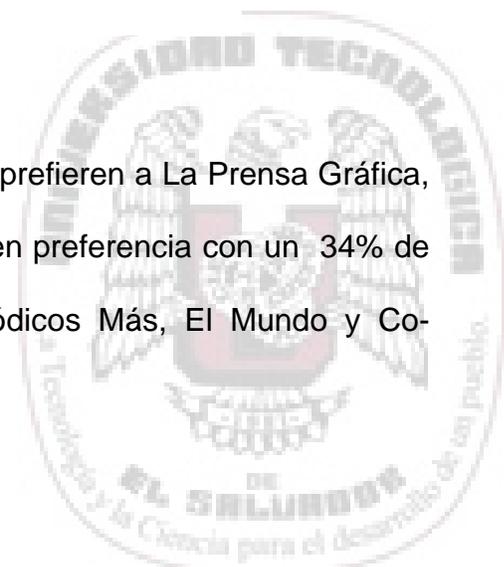
Descubrir que periódico es el preferido por la población.

Alternativa	Fr.	%
La Prensa Gráfica	941	52.1
El Diario de Hoy	629	34.83
El Mundo	36	1.99
Co – Latino	35	1.94
Más	75	4.15
Ninguno en especial	83	4.6
Sin opinión	7	0.39
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

El gráfico refleja que el 52% de los salvadoreños prefieren a La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy viene hacer la segunda opción en preferencia con un 34% de lectores, seguidamente se encuentran los periódicos Más, El Mundo y Co-Latino.

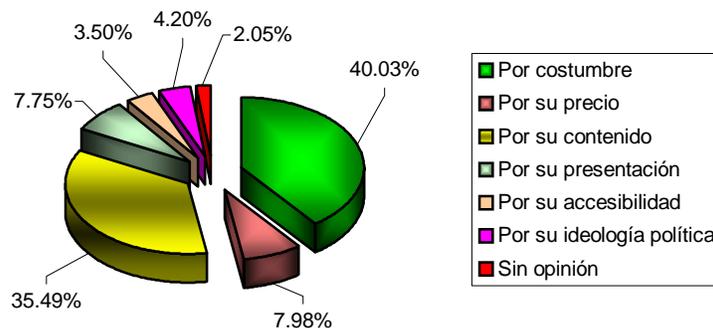


4. ¿Por qué lo prefiere?

OBJETIVO:

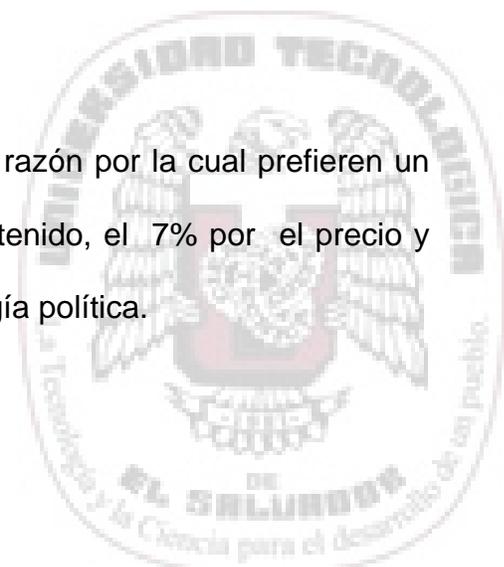
Conocer el aspecto más sobresaliente porque la población prefiere un periódico.

Alternativa	Fr.	%
Por costumbre	687	40.03
Por su precio	137	7.98
Por su contenido	609	35.49
Por su presentación	133	7.75
Por su accesibilidad	60	3.5
Por su ideología política	72	4.20
Sin opinión	18	1.05
Total	1716	100



INTERPRETACIÓN

El 40% de los encuestados coinciden en que la razón por la cual prefieren un periódico es por costumbre, un 35%, por el contenido, el 7% por el precio y solo un 4% de lectores lo prefieren por su ideología política.



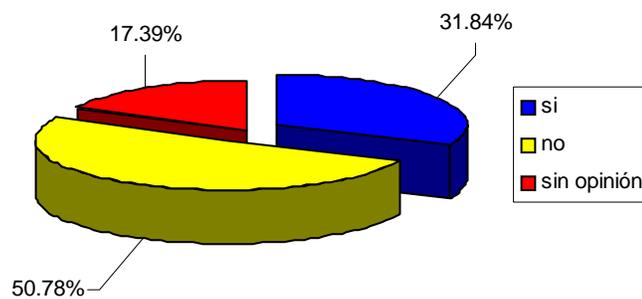
5. ¿Cuáles de las siguientes secciones periodísticas lee?

OBJETIVO:

Conocer cual sección periodística prefieren los lectores de los periódicos.

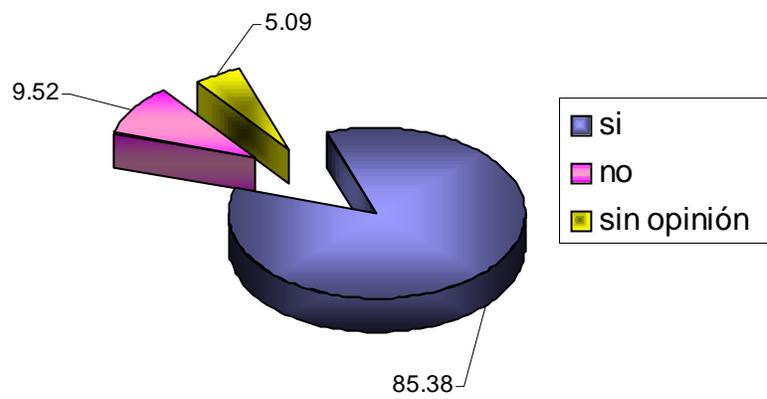
A. ENTREVISTA

Alternativa	Fr.	%
Si	575	31.84
No	917	50.78
Sin opinión	314	17.39
Total	1806	100



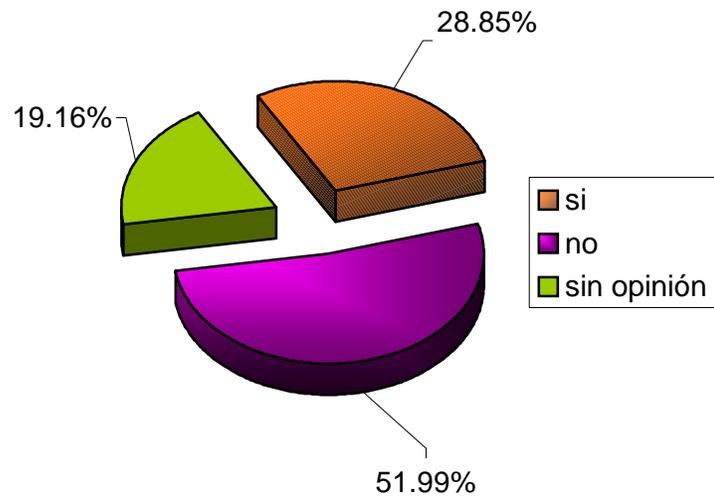
B- NOTICIAS

Alternativa	Fr	%
Si	1542	85.38
No	172	9.52
Sin opinión	92	5.09
Total	1806	100



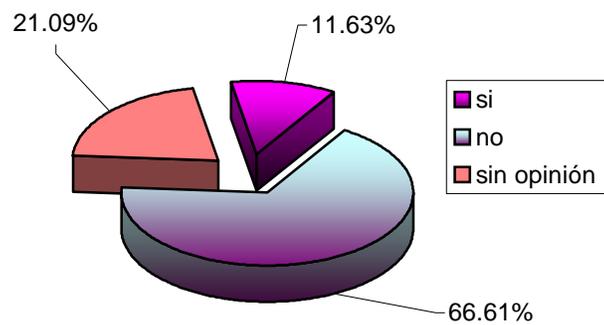
C. REPORTAJE

Alternativa	Fr.	%
Si	521	28.85
No	936	51.99
Sin opinión	346	19.16
Total	1806	100



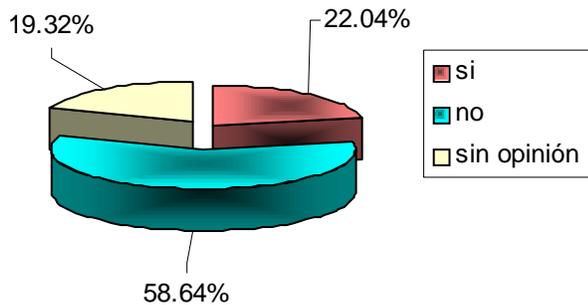
D. CRÓNICAS

Alternativa	Fr.	%
Si	210	11.63
No	1203	66.61
Sin opinión	393	21.09
Total	1806	100



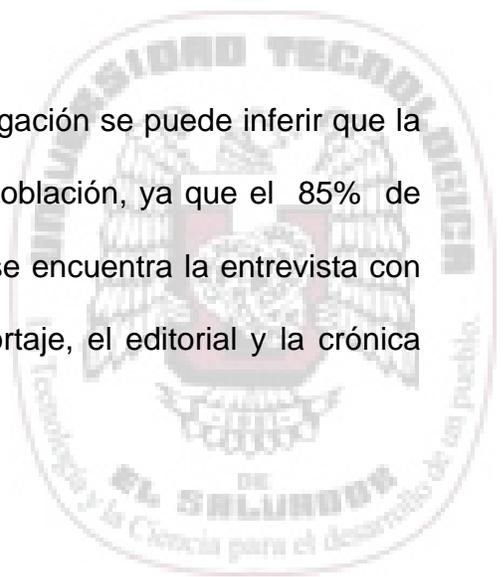
E. EDITORIALES

Alternativa	Fr.	%
Si	398	22.04
No	1059	58.64
Sin opinión	349	19.32
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

A través de los resultados obtenidos de la investigación se puede inferir que la sección noticiosa es el género más leído por la población, ya que el 85% de encuestados así lo manifestó, en segundo lugar se encuentra la entrevista con un 31% de preferencia; secciones como el reportaje, el editorial y la crónica obtuvieron un porcentaje menor.



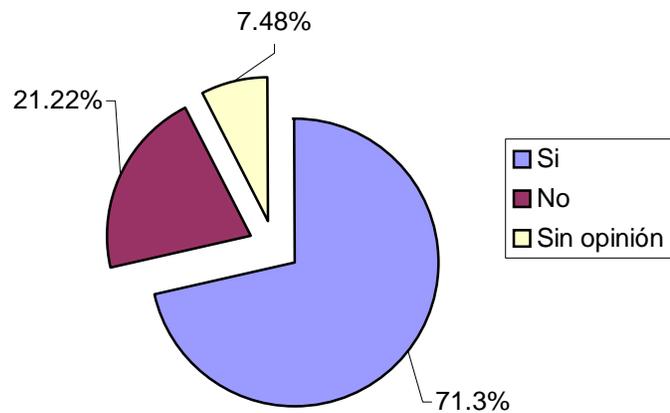
6. De las secciones que lee, ¿Cómo percibe los contenidos en las entrevistas?

OBJETIVO:

Identificar que impresión causan las entrevistas en los lectores.

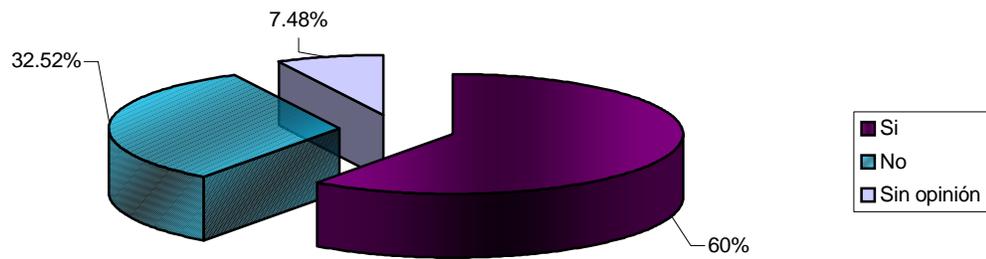
A. REALISTA

Alternativa	Fr.	%
Si	410	71.3
No	122	21.22
Sin opinión	43	7.48
Total	575	100



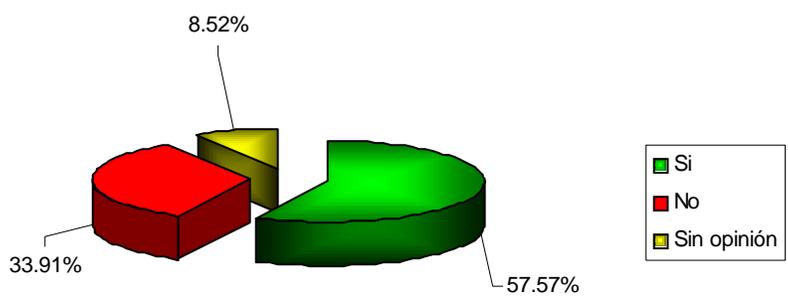
B. IMPARCIAL

Alternativa	Fr.	%
Si	345	60
No	187	32.52
Sin opinión	43	7.48
Total	575	100



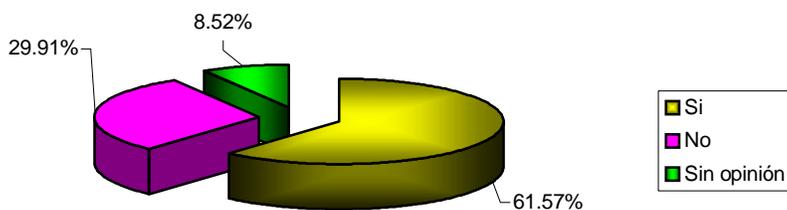
C. ÉTICO

Alternativa	Fr.	%
Si	331	57.57
No	195	33.91
Sin opinión	49	8.52
Total	575	100



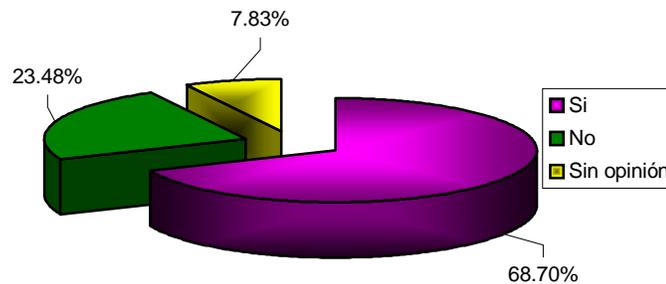
D. OBJETIVOS

Alternativa	Fr.	%
Si	354	61.57
No	172	29.91
Sin opinión	49	8.52
Total	575	100



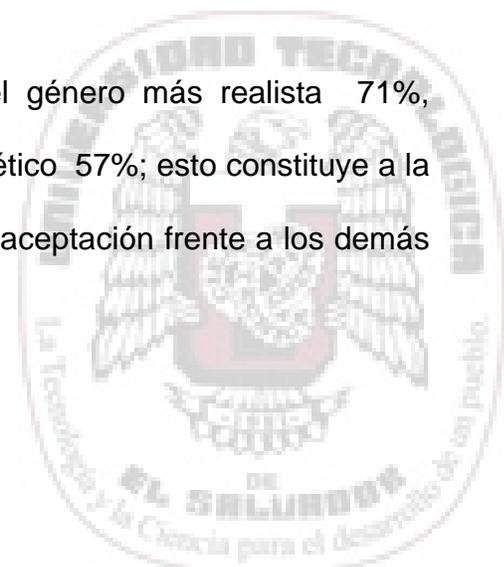
E. ORIENTADORES

Alternativa	Fr.	%
Si	395	68.7
No	135	23.48
Sin opinión	45	7.83
Total	575	100



INTERPRETACIÓN:

La población considera a la entrevista como el género más realista 71%, orientador 68%, objetivo 61%, imparcial 60% y ético 57%; esto constituye a la entrevista como la sección periodística de mayor aceptación frente a los demás géneros.

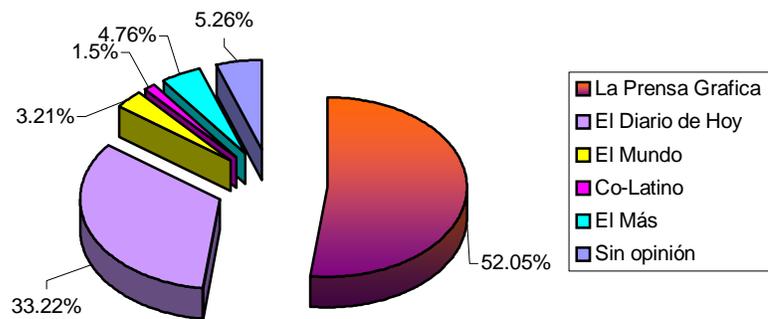


7. ¿En qué periódico las prefiere leer?

OBJETIVO:

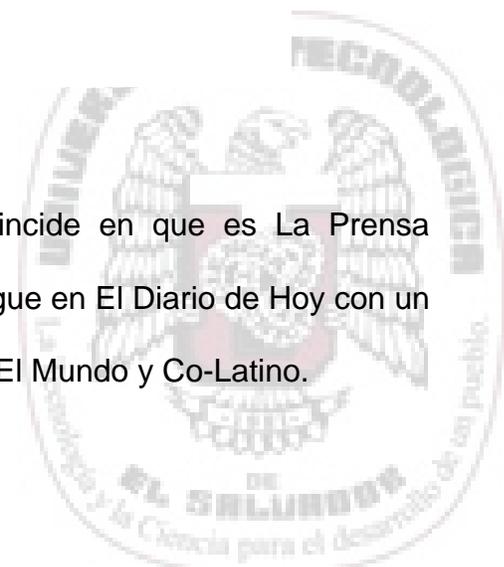
Conocer cual es el periódico que la población prefiere para informarse.

Alternativa	Fr.	%
La Prensa Grafica	940	52.05
El Diario de Hoy	600	33.22
El Mundo	58	3.21
Co Latino	27	1.5
Más	86	4.76
Sin opinión	95	5.26
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

Del total de personas encuestadas el 52% coincide en que es La Prensa Gráfica el periódico favorito para informarse, le sigue en El Diario de Hoy con un 33%; luego están, en su orden, el periódico Más, El Mundo y Co-Latino.

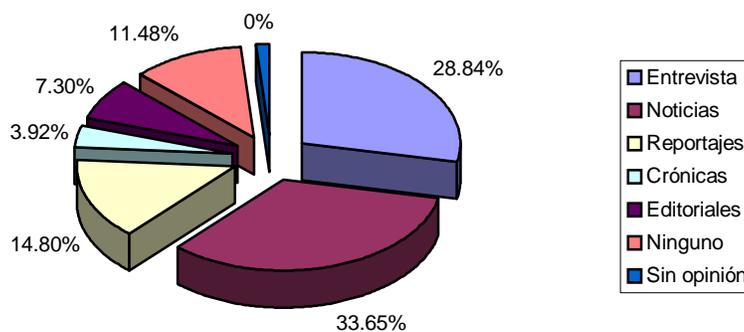


8. De las siguientes secciones periodísticas, ¿Cuál tiene mayor influencia en su decisión de voto?.

OBJETIVO:

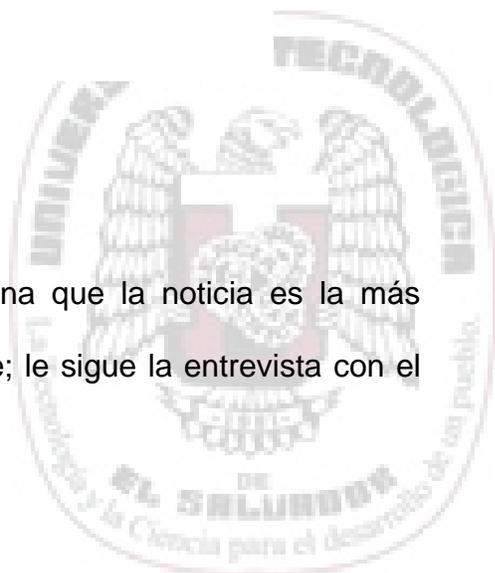
Identificar que sección del periódico repercute en la población para decidir, por quién votar.

Alternativa	Fr.	%
Entrevista	868	28.84
Noticias	1014	33.65
Reportajes	446	14.8
Crónicas	118	3.92
Editoriales	220	7.3
Ninguno	346	11.48
Sin opinión	0	0
Total	3013	100



INTERPRETACIÓN:

Del total de personas encuestadas el 33% opina que la noticia es la más persuasiva y la de mayor influencia en el votante; le sigue la entrevista con el 28%.

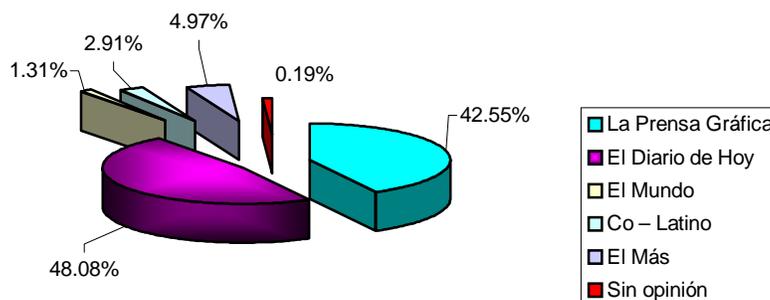


9. ¿Qué periódico demuestra mayor preferencia hacia un determinado partido político?

OBJETIVO:

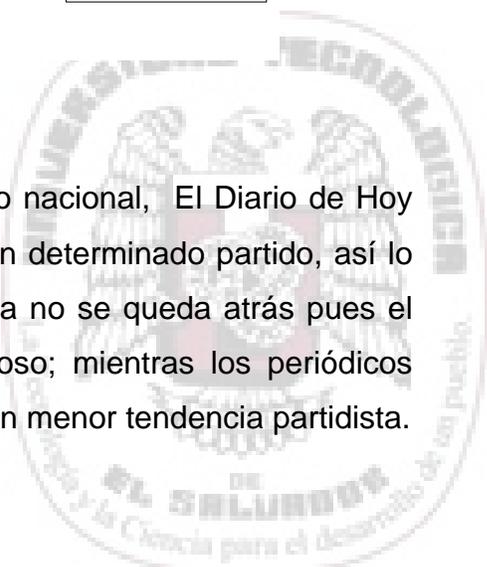
Conocer mediante la opinión pública cual de los 5 periódicos circulantes, se considera más tendencioso hacia un determinado partido político.

Alternativa	Fr.	%
La Prensa Gráfica	454	42.55
El Diario de Hoy	513	48.08
El Mundo	14	1.31
Co – Latino	31	2.91
El Más	53	4.97
Sin opinión	2	0.19
Total	1067	100



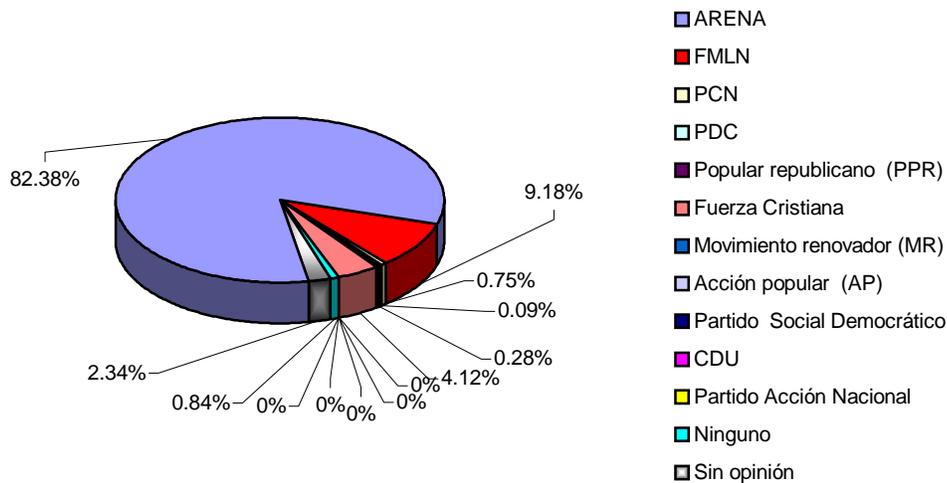
INTERPRETACIÓN:

De los cinco periódicos que circulan en el territorio nacional, El Diario de Hoy es el que posee mayor tendencia política hacia un determinado partido, así lo califica el 48% de la población, La Prensa Grafica no se queda atrás pues el 42% de los encuestados lo consideran tendencioso; mientras los periódicos Más, Co– Latino y El Mundo los medios escritos con menor tendencia partidista.



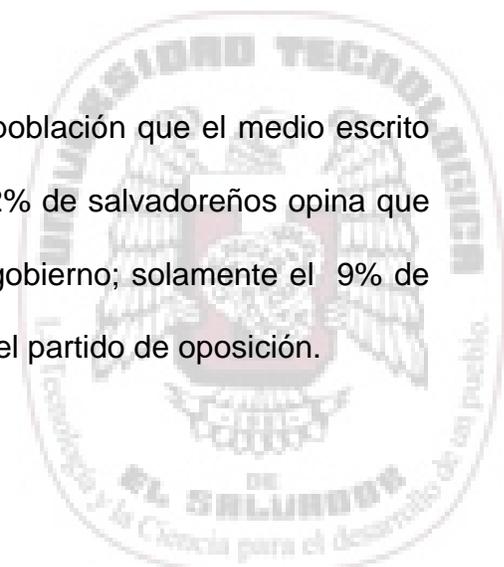
10 ¿Hacia que partido?

Alternativa	Fr.	%
ARENA	879	82.38
FMLN	98	9.18
PCN	8	0.75
PDC	1	0.09
Popular republicano (PPR)	3	0.28
Fuerza Cristiana	44	4.12
Movimiento renovador (MR)	0	0
Acción popular (AP)	0	0
Partido Social Democrático	0	0
CDU	0	0
Partido Acción Nacional	0	0
Ninguno	9	0.84
Sin opinión	25	2.34
Total	1067	100



INTERPRETACIÓN:

Ante la pregunta hacia que partido considera la población que el medio escrito está mas inclinado la estadística refleja que el 82% de salvadoreños opina que los periódicos se inclinan a favor del partido de gobierno; solamente el 9% de los encuestados manifiesta que se inclinan hacia el partido de oposición.

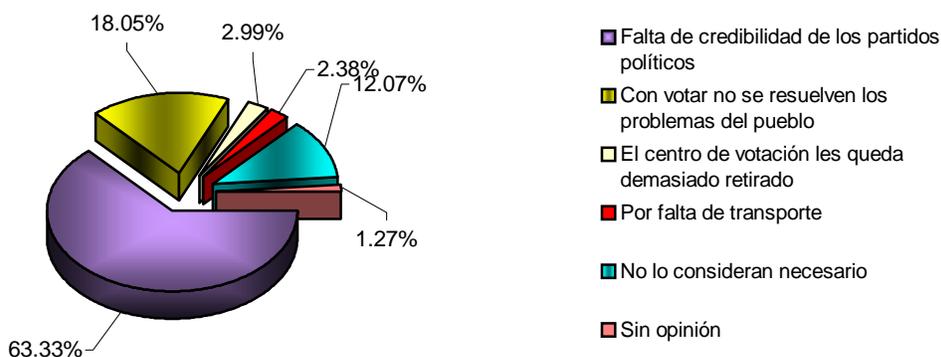


11. ¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan?

OBJETIVO:

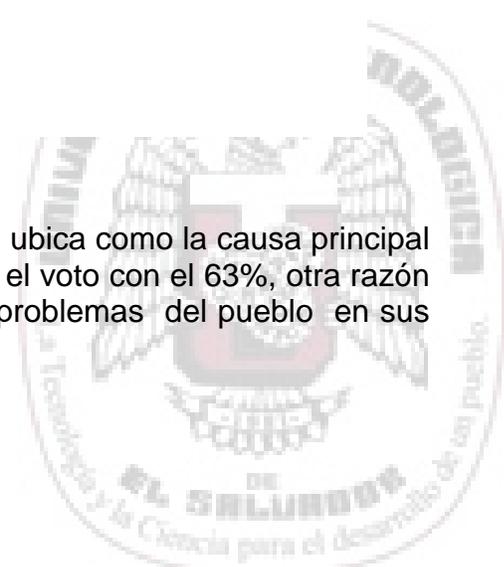
Conocer que factores influyen en los ciudadanos para que se abstengan a ejercer el voto.

Alternativa	Fr	%
Falta de credibilidad de los partidos políticos	1142	63.33
Con votar no se resuelven los problemas del pueblo	326	18.05
El centro de votación les queda demasiado retirado	54	2.99
Por falta de transporte	43	2.38
No lo consideran necesario	218	12.07
Sin opinión	23	1.27
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN

La falta de credibilidad en los partidos políticos se ubica como la causa principal por la cual los ciudadanos se abstienen en emitir el voto con el 63%, otra razón importante es que con votar no se resuelven los problemas del pueblo en sus municipios con un 18%.



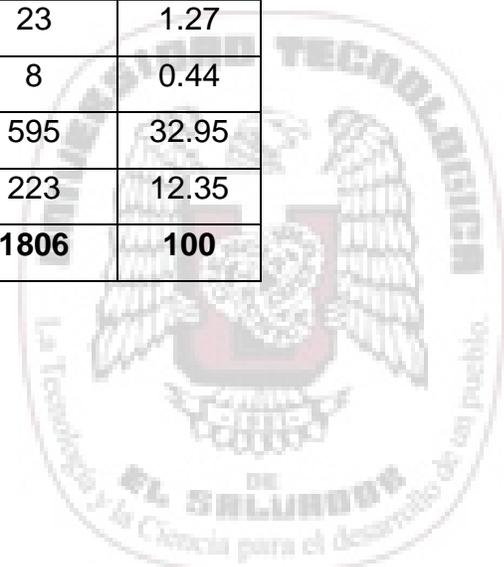
12. ¿Si las elecciones fueran este día, por qué partido político votaría?

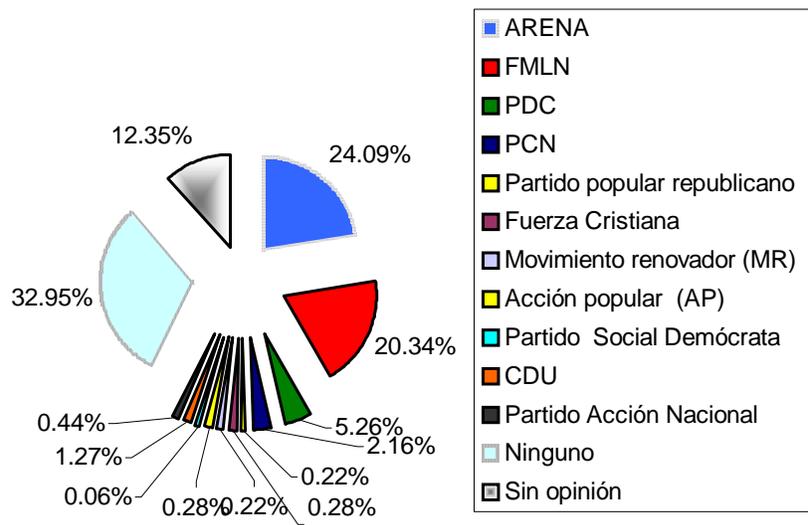
OBJETIVO:

Descubrir cuales son las preferencias partidarias de la población para elegir alcaldes y diputados.

A. ALCALDE.

Alternativa	Fr.	%
ARENA	435	24.09
FMLN	369	20.34
PDC	95	5.26
PCN	39	2.16
Partido popular republicano	4	0.22
Fuerza Cristiana	5	0.28
Movimiento renovador (MR)	4	0.22
Acción popular (AP)	5	0.28
Partido Social Demócrata	1	0.06
CDU	23	1.27
Partido Acción Nacional	8	0.44
Ninguno	595	32.95
Sin opinión	223	12.35
Total	1806	100





INTERPRETACIÓN:

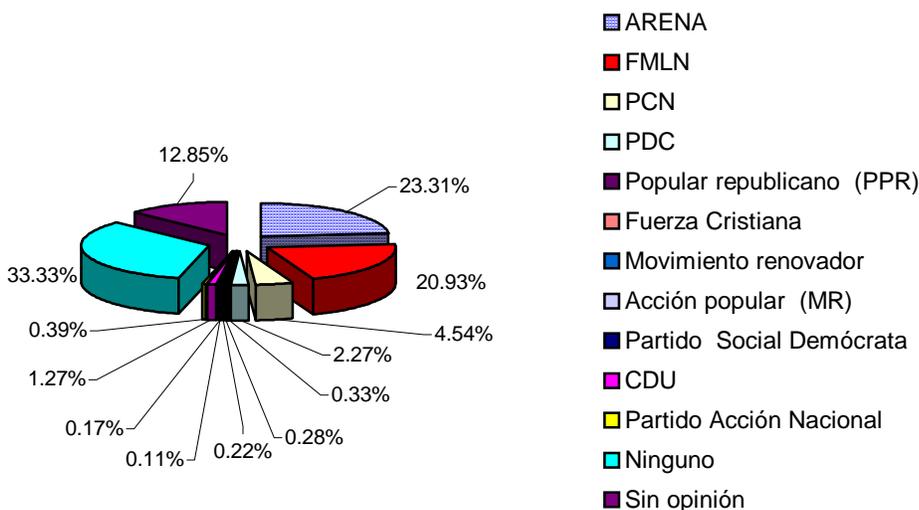
La investigación revela que el 32% de los salvadoreños encuestados no votarán por ningún partido político en las próximas elecciones. En cuanto a preferencia electoral por alcalde, ARENA se sitúa arriba con un 24%; le sigue su máximo contendor, el FMLN, con el 20%; partidos como PCN, PDC y los demás partidos inscritos resultaron con porcentajes bajos.



13. ¿Si las elecciones fueran este día, por que partido político votaría?

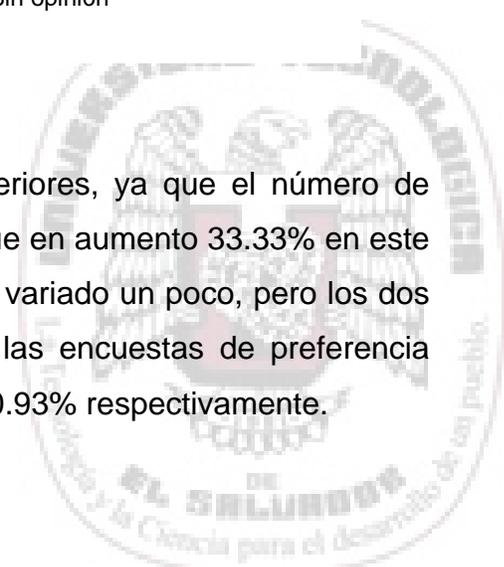
B. DIPUTADO

Alternativa	Fr.	%
ARENA	421	23.31
FMLN	378	20.93
PCN	82	4.54
PDC	41	2.27
Popular republicano (PPR)	6	0.33
Fuerza Cristiana	5	0.28
Movimiento renovador	4	0.22
Acción popular (MR)	3	0.17
Partido Social Demócrata	2	0.11
CDU	23	1.27
Partido Acción Nacional	7	0.39
Ninguno	602	33.33
Sin opinión	232	12.85
Total	1806	100



INTERPRETACIÓN:

Los resultados son semejantes a los datos anteriores, ya que el número de personas que se abstienen en no dar su voto sigue en aumento 33.33% en este caso para diputado las preferencias políticas han variado un poco, pero los dos partidos ARENA Y FMLN siguen encabezando las encuestas de preferencia para las próximas elecciones, con un 23.31% y 20.93% respectivamente.



2.4.7.2 RESULTADOS DE OPINIÓN DE LA ENTREVISTA REALIZADA A INFORMANTES CLAVES

1. ¿Con qué frecuencia compra usted el periódico?

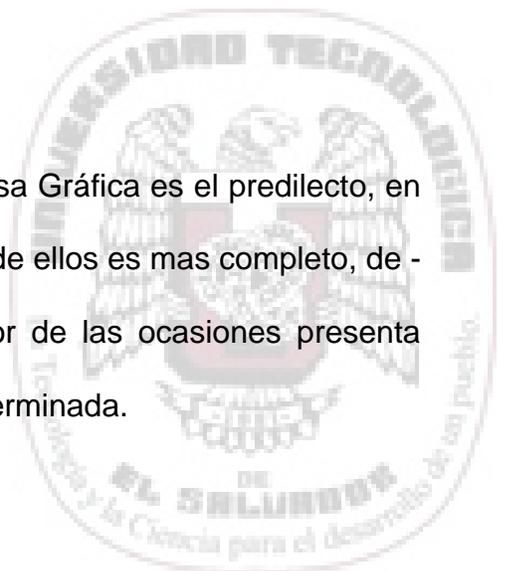
R/ De los quince entrevistados; diez de ellos obtienen el periódico a diario, ya sea por costumbre o por su contenido, mientras que el resto lo compran algunas veces.

2. ¿Qué tiempo dedica para informarse a través del medio escrito?

R/ Nueve de los informantes claves es mucho el tiempo que le dedica a la lectura, debido que leen las diferentes secciones: sociales, económicos, políticos, el resto por el contrario es poco ya que selecciona o elige el texto de interés.

3. ¿Qué periódico prefiere para informarse?

R/ De los cinco periódicos de circulación; la Prensa Gráfica es el predilecto, en nueve de los entrevistados, ya que para algunos de ellos es mas completo, de muestra veracidad e imparcialidad y en la mayor de las ocasiones presenta menos inclinación hacia una ideología política determinada.



Además, seis de los entrevistados, opinaron que El Diario de Hoy es su predilecto mientras que el Co- Latino, Diario El Mundo y El Más no presentaron ninguna preferencia por parte de los lectores.

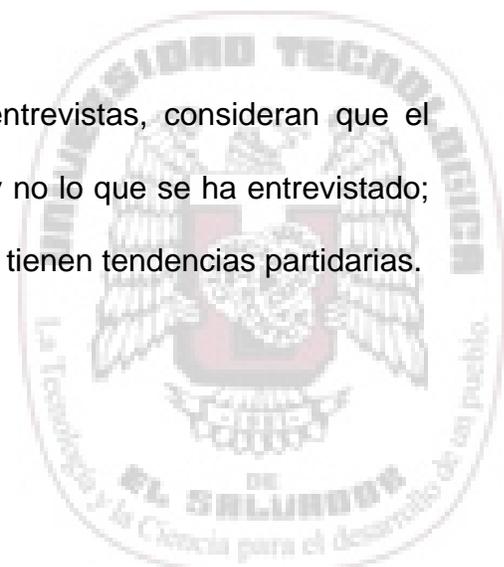
4. ¿Tiene suscripción con algún periódico?

R/ De los quince informantes claves diez, son suscriptores, seis de ellos están inscritos con la Prensa Gráfica y cuatro con El Diario de Hoy, el resto no están suscritos con ningún periódico; pero, siempre lo leen por el tipo de trabajo o por que la empresa en la que laboran son los suscriptores.

5. ¿Cree en las entrevistas de los periódicos?

R/ Diez de los quince entrevistados cree en las entrevistas porque son interesantes, tratan de plasmar las ideas del entrevistado; además, son investigativos.

Sin embargo, cinco de ellos no creen en las entrevistas, consideran que el medio escrito termina dando su punto de vista, y no lo que se ha entrevistado; además, que los medios escritos, por lo general, tienen tendencias partidarias.



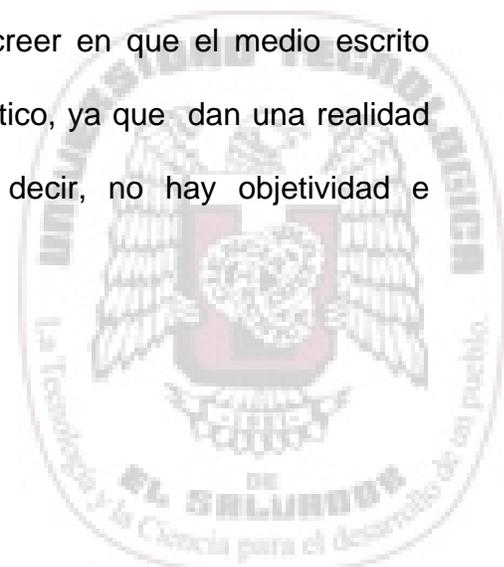
6. ¿Considera que los medios escritos en el país manipulan las entrevistas de carácter socio político.?

R/ A través de las entrevistas realizadas, diez de ellos manifestaron percibir cierta manipulación en la realización de las entrevistas; ya que algunos políticos tienen de alguna manera influencias en los medios; además, expresan que todo es manejado a conveniencia del medio o a favor del partido de gobierno.

Mientras que cinco de ellos expresan que hay libertad de expresión; que depende de la ideología del periódico; y por lo tanto no existe manipulación.

7. ¿Cree que los medios escritos orientan y crean conciencia social en el ámbito político?

R/ Según la opinión de ocho entrevistados, las entrevistas ayudan aclarar duda; inducen a la gente a darle importancia al voto, brinda conocimiento político. Pero, siete de ellos respondieron no creer en que el medio escrito orienta y crea conciencia social en el ámbito político, ya que dan una realidad falsa de lo que muchas veces redactan, es decir, no hay objetividad e imparcialidad en los textos.



8. ¿Lee las entrevistas de los periódicos?

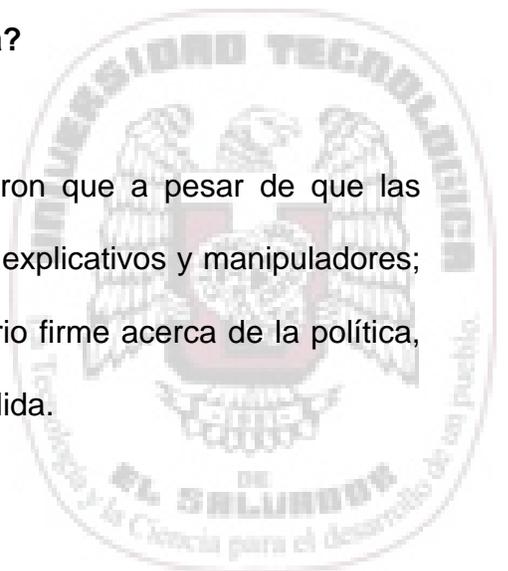
R/ De los quince entrevistados, trece manifestaron leer el género entrevista por ser una sección que profundiza e informa; pues ella encierra el acontecer nacional del momento y es una muy buena forma de conocer más de cerca el pensar de las diferentes personalidades públicas.

9. ¿Qué aspectos le motivan a leer las entrevistas?

R/ Trece de los entrevistados manifestaron verse motivados a leer las entrevistas por su contenido, porque les gusta estar enterados de lo que acontece en los diferentes ámbitos del país de carácter político, social y económico.

10. ¿Cree que las entrevistas realizadas a personajes políticos en la prensa escrita, cambiarían su ideología política?

R/ Según la opinión de doce entrevistados; dijeron que a pesar de que las entrevistas contiene mensajes políticos actuales, explicativos y manipuladores; esto no es suficiente para hacer cambiar un criterio firme acerca de la política, es decir existe en ellos una ideología definida y sólida.



11. ¿Considera usted que la entrevista esta a favor de un partido político?

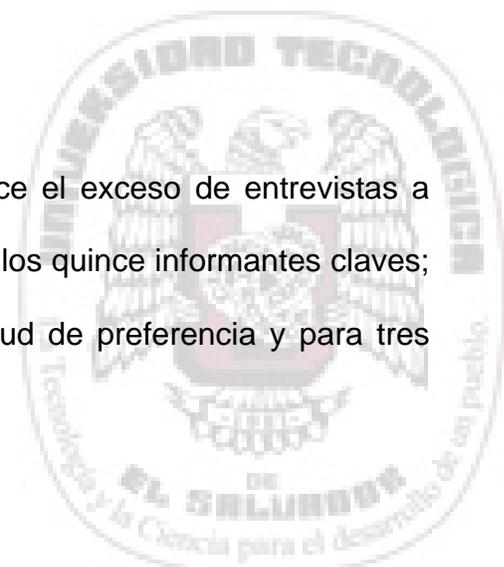
R/ Once de las personas entrevistadas consideran que existe favoritismo por un determinado partido, sobre todo recalcan que la mayor parte de periódicos están a favor del partido de gobierno.

12. ¿Se puede determinar, a través de a lectura de las entrevistas, la posición política del medio hacia un partido político?

R/ De los quince entrevistados, trece manifiestan que se puede determinar a través del enfoque que los periodistas le dan a las entrevistas o información que presenta, además por las preguntas que en ocasiones favorecen al gobierno por el cual se inclinan más los periódicos que tienen mayor circulación.

13. ¿Qué produce el exceso de entrevistas hechas a personajes políticos en los periódicos del país?

R/ Una actitud de indiferencia es lo que produce el exceso de entrevistas a personajes políticas en las siete entrevistados de los quince informantes claves; mientras que en cuatro de ellos, crea una actitud de preferencia y para tres



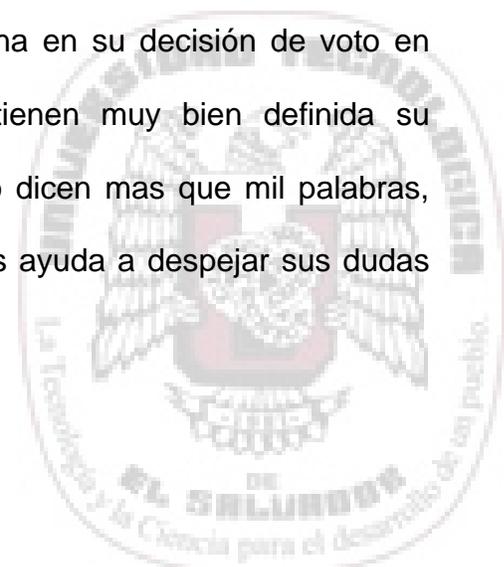
entrevistados produce hasta cierto punto abstencionismo en la hora de emisión de voto. Y solamente para un entrevistado podría cambiar su ideología.

14. ¿Según su criterio el medio escrito cumple con su función de informar de una forma veraz?

R/ Los resultados demuestran que para ocho de las personas entrevistadas, el medio escrito si cumple su función de informar a la población de los hechos internacionales; pero siete de ellos manifestaron que no cumplen su función de informar en forma veraz, ya que para ellos el medio escrito carece de objetividad por que están comprados por el partido dominante y solo redactan por impresionar a los lectores.

15. ¿Según su opinión las entrevistas realizadas a personajes políticos son importantes para decidir por quien votar?.

R/ Las entrevistas no influyen de manera alguna en su decisión de voto en once de los informantes claves puesto que tienen muy bien definida su ideología ya que para ellos los hechos hablan o dicen mas que mil palabras, mientras que cuatro dicen que las entrevistas les ayuda a despejar sus dudas acerca del candidato de su preferencia.



16. ¿Los mensajes políticos emitidos a través de la entrevista en el medio escrito pueden generar, aceptación o rechazo en el lector?

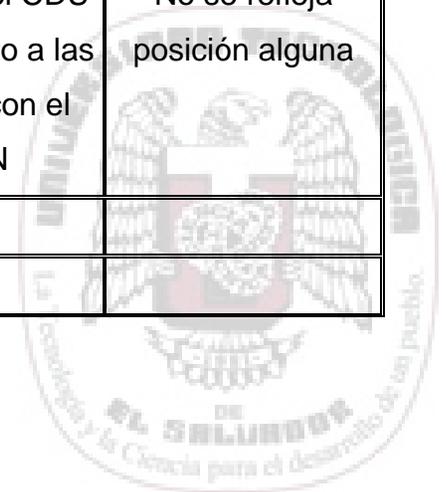
R/ Trece de los informantes claves consideran que los mensajes pueden generar rechazo o aceptación dependiendo de la ideología de cada lector, así como también dos de ellos opinan que los mensajes políticos generan rechazo pues solo publican lo que conviene al medio.



MONITOREO DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS EN LOS PERIÓDICOS SALVADOREÑOS.

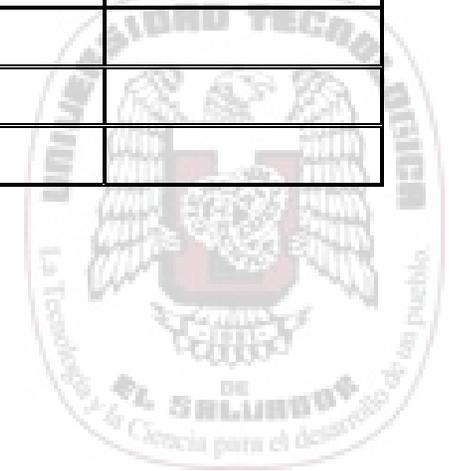
LA PRENSA GRÁFICA.

DIA	ENTREVISTAS ELECTORALES	A QUE PARTIDO HACE REFERENCIA	PERSONAJE O CANDIDATO	TEMÁTICA	POSICIÓN DEL MEDIO
Sábado 01-02-03	1	Arena	Ricardo Valdivieso	Errores cometidos por el COENA	No se percibe inclinación alguna
Domingo 02-02-03					
Lunes 03-02-03					
Martes 04-02-03	1	Arena	Enrique Valdez	Erradicar insultos con la oposición	No se refleja posición alguna
Miércoles 05-02-03	1	CDU	Rubén Zamora	Posición del CDU con respecto a las alianzas con el FMLN	No se refleja posición alguna
Jueves 06-02-03					
Viernes 07-02-03					



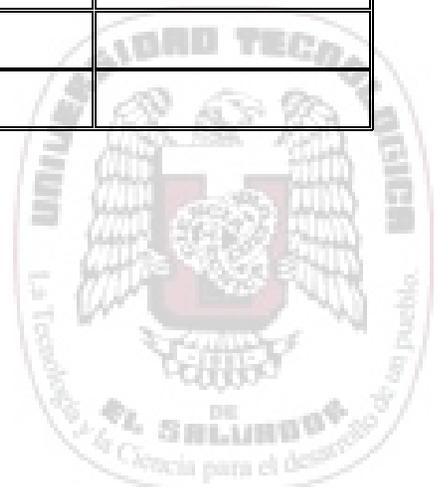
EL DIARIO DE HOY

DIA	ENTREVISTAS ELECTORALES	A QUE PARTIDO HACE REFERENCIA	PERSONAJE O CANDIDATO	TEMÁTICA	POSICIÓN DEL MEDIO
Sábado 01-02-03					
Domingo 02-02-03	1	PDC	Ana Guadalupe Martínez	La incorporación de la excomandante al PDC	En ciertas cuestionantes se percibe tendencia hacia el sector más influyente
Lunes 03-02-03					
Martes 04-02-03	1	PCN	María Julia Castillo	La inestabilidad de Héctor Silva	Fácilmente se percibe que las preguntas inducen a respuestas de interés del medio.
Miércoles 05-02-03					
Jueves 06-02-03					
Viernes 06-02-03					



PERIÓDICO CO-LATINO

DIA	ENTREVISTAS ELECTORALES	A QUE PARTIDO HACE REFERENCIA	PERSONAJE O CANDIDATO	TEMÁTICA	POSICIÓN DEL MEDIO
Sábado 01-02-03					
Lunes 03/02/03					
Martes 04-02-03	1	FMLN, CDU	Ernesto Zelayandía	Expectativas que tiene con la candidatura	No se refleja posición alguna
Miércoles 05-02-03	1	FMLN	Carlos Rivas Zamora	Plataforma política	No se refleja posición alguna
Jueves 06-02-03					
Viernes 07-02-03					



DIARIO EL MUNDO

DIA	ENTREVISTAS ELECTORALES	A QUE PARTIDO HACE REFERENCIA	PERSONAJE O CANDIDATO	TEMÁTICA	POSICIÓN DEL MEDIO
Sábado 01-02-03					
Lunes 03-02-03	1	ARENA	Evelyn Jacir de Lovo	Crítica sobre la gestión municipal de Héctor Silvia	Por el tipo de preguntas realizadas se descubre cierta inclinación hacia el sector más influyente
Martes 04-02-03					
Miércoles 05-02-03					
Jueves 06-02-03					
Viernes 07-02-03					

