

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES



“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑOS Y SU
AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA, COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR
EN LA POBLACIÓN DURANTE PERIODOS ELECCIONARIOS”.
(ELECCIONES: DIPUTADOS Y CONCEJOS MUNICIPALES- AÑO 2003)
CASO ESPECIFICO: DEBATES RADIOFÓNICOS.

Trabajo de Graduación Presentado Por:

MARIO BENJAMÍN CONTRERAS ANDRADE

SANDRA MARIELA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

Para optar al grado de:

LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES

MAYO, 2003

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. RICARDO NAVARRETE
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. SAÚL ENRIQUE CABRERA
PRESIDENTE

LICDA. NOHEMY ELIZABETH NAVAS AGUILAR
PRIMER VOCAL

LIC. GUILLERMO ANTONIO RAMOS
SEGUNDO VOCAL

MAYO , 2003

San Salvador, El Salvador, Centroamérica.





ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR: LOS LICENCIADOS GUILLERMO ANTONIO RAMOS, SAUL ENRIQUE CABRERA Y LA LICENCIADA NOHEMY ELIZABETH NAVAS AGUILAR.

A LAS DIEZ Y TREINTA DE LA MAÑANA DEL DIA OCHO DE MARZO DEL AÑO DOS MIL TRES

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

SANDRA ESMERALDA CUELLAR RODRÍGUEZ

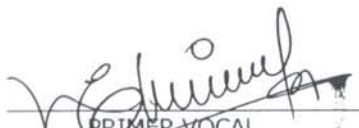
PATRICIA ELIZABETH ZELAYA OSEGUEDA

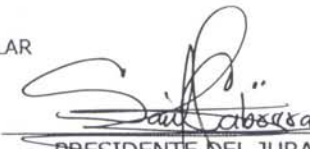
QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

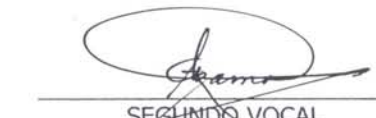
"LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑOS Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA, COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE LOS PERÍODOS ELECCIONARIOS, ELECCIONES DIPUTADOS Y CONCEJOS MUNICIPALES AÑO 2003. (CASO ESPECÍFICO: TELENOTICARIO CUATRO VISIÓN)".

PARA OPTAR AL GRADO DE: LICENCIADAS EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO.
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO: Aprobado.
YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

SAN SALVADOR, OCHO DE MARZO DEL AÑO DOS MIL TRES.


PRIMER VOCAL
LIC. NOHEMY ELIZABETH NAVAS AGUILAR


PRESIDENTE DEL JURADO
LIC. SAUL ENRIQUE CABRERA


SEGUNDO VOCAL
LIC. GUILLERMO ANTONIO RAMOS

DEDICATORIAS

- A DIOS Y A MARÍA AUXILIADORA:** Por ser mis guías en el camino de la vida, iluminándome y dándome sabiduría para concluir con éxito una de mis metas.
- A MIS PADRES:** **Mario y Ana Cuéllar**, por haberme dado la oportunidad de venir al mundo, brindándome amor, comprensión y sobre todo su apoyo para ser una profesional.
- A MI NOVIO:** **Rogelio Alvarado** por darme su amor, apoyo y comprensión en todo momento, y porque nunca dudó de mi capacidad, motivándome cuando por algún motivo flaqueaba.
- A MI PADRINO:** **Camilo Acosta** por haberme dado su apoyo para mi superación personal.
- A MI COMPAÑERA DE TESIS:** **Patricia Zelaya** por apoyarme y luchar juntas hasta el final para alcanzar la culminación de nuestro trabajo.
- A LIC. JONATHAN GARCÍA:** Por compartir sus conocimientos y a la vez dedicarme todo su empeño para que realizara un buen trabajo.
- A LA DRA. AÍDA LIMA DE CRIOLLO:** Por su apoyo incondicional y sus consejos.

Sandra Esmeralda Cuéllar Rodríguez



DEDICATORIAS

A DIOS : Por haberme iluminado y guiado en el camino correcto.

A MIS PADRES: Que con su amor, apoyo moral, comprensión y consejos, siempre estuvieron a mi lado para lograr alcanzar ésta meta.

A MI HERMANA (SONIA), A MI CUÑADO (JUAN CARLOS) Y A MI SOBRINA (VALERIA REBECA) (Q.D.D.G): Por iluminarme desde el cielo y darme fuerzas para seguir adelante.

A MIS HERMANOS (RENÉ y HENRY): Por el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi carrera.

A MIS SOBRINOS (RENÉ Y SONIA VALERIA): Como un ejemplo a seguir y para motivarlos a culminar sus estudios.

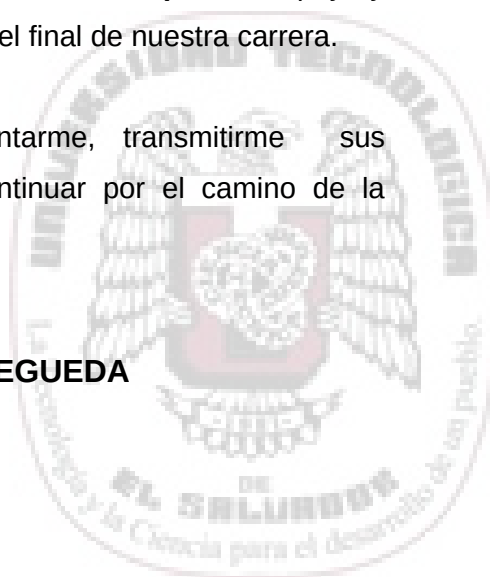
A MI CUÑADA (VERÓNICA ESMERALDA): Por brindarme su apoyo y estar siempre conmigo en la trayectoria de mi carrera.

A MI NOVIO (SERGIO LEONEL ESTRADA): Que con su amor, consejos, comprensión y apoyo, ha contribuido para que nunca decaiga, aún en los momentos más difíciles de mi vida.

A MIS COMPAÑERAS (SANDRA CUELLAR Y VERÓNICA MENDOZA): Por el apoyo y comprensión que me brindaron y por luchar conmigo hasta el final de nuestra carrera.

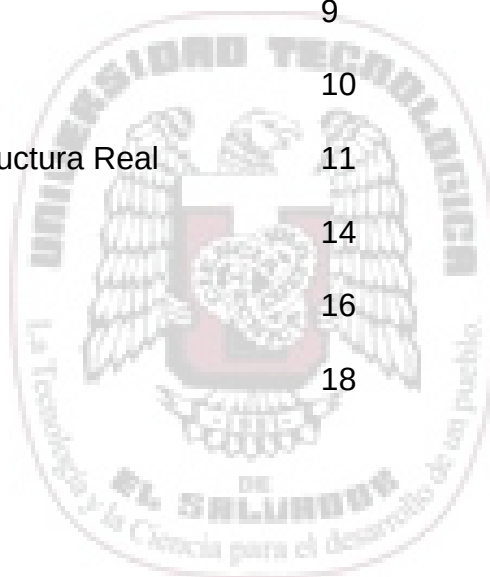
A LIC. JONATHAN STANLEY GARCÍA: Por orientarme, transmitirme sus conocimientos y por ser un ejemplo a seguir para continuar por el camino de la superación.

PATRICIA ELIZABETH ZELAYA OSEGUEDA



Índice

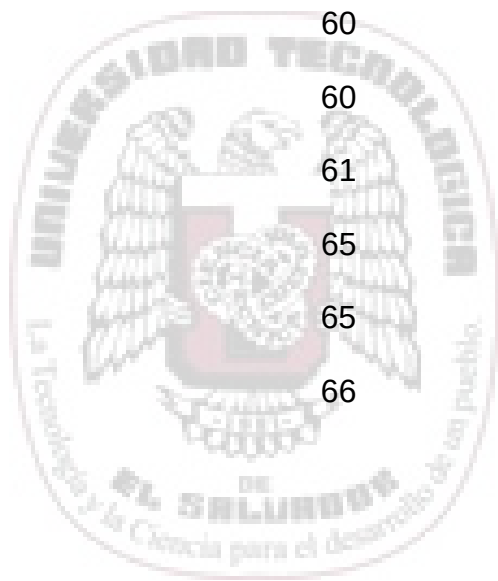
	Pág.
Introducción	i
CAPÍTULO I Marco Teórico Conceptual de Referencial	1
1.Comunicación	1
1.1.La Comunicación Social	2
1.2.Los Medios	4
1.3.Los Medios de Comunicación Social	4
1.3.1.Importancia de los Medios de Comunicación Social	5
1.3.2.Características de Influencia de los Medios de Comunicación sobre la Sociedad	7
1.3.3.Función de los Medios de Comunicación Social	8
1.3.4.Los Medios de Comunicación Social y su Impacto en el Desarrollo Social	8
1.3.5.Clasificación de los Medios de Comunicación Social	9
1.3.5.1.Medios Impresos	9
1.3.5.2.Medios Electrónicos	10
1.3.6.Los Medios de Comunicación y su Estructura Real	11
1.4.La Televisión	14
1.4.1.Historia de la Televisión en El Salvador	16
1.4.2.Objetivos de la Televisión	18



1.4.3.Características de la Televisión	19
1.4.4.Impacto de la Televisión en la Sociedad	19
1.4.5.Los Telenoticiarios	21
1.4.5.1.Clasificación de los Noticiarios	24
1.4.5.2.Características de los Noticiarios	25
1.4.5.3.Evolución de los Telenoticiarios Salvadoreños	26
1.4.5.4.Historia del Telenoticiario Cuatro Visión	29
1.4.5.5.Incidencia de los Noticiarios Televisivos en la Opinión Pública durante un Periodo Electoral	31
1.4.5.6.La Noticia	33
1.4.5.7.Objetividad e Imparcialidad en las Noticias	33
1.5.Orígenes de la Ideología	34
1.5.1.Concepto Contemporáneo de Ideología	35
1.5.2.El Nacimiento de las Ideologías	35
1.5.3.Tipos de Ideología	36
1.5.4.Funciones de la Ideología	37
1.5.5.La Ideología dentro de los Elementos de la Política	37
1.5.6.Influencia Ideológica de los Medios de Comunicación	38
1.5.7.El Papel de la Ideología en la Producción Noticiosa Televisiva	38
1.6.Origen de la Política	39
1.6.1.Comunicación Política	40



1.6.2.Función Política en la Comunicación	42
1.6.3.Los Grupos de Poder, de Interés y de Presión	45
1.6.4.Los Mensajes Políticos en Televisión	47
1.7.Tribunal Supremo Electoral	48
1.7.1Funciones del Tribunal Supremo Electoral	49
1.7.2.Los Procesos Electorales en El Salvador	50
1.7.3.Las Instituciones Electorales	51
1.7.4.El Sistema de Partidos Políticos en El Salvador	53
1.7.5.El Nuevo Escenario Político	54
1.7.6.Las Elecciones como un Proceso de Comunicación	55
CAPÍTULO II Investigación de Campo	57
2.Metodología de la Investigación	57
2.1.Objetivo	58
2.2.Diseño de la Investigación	58
2.3.Fuentes de Información	59
2.4.Unidades de Análisis	60
2.5.Sujetos de Estudio	60
2.6.Determinación del Universo	60
2.7.Cálculo de la Muestra	61
2.8.Técnicas de Investigación	65
2.9.Descripción de Instrumento	65
2.10.Presentación de Resultados	66

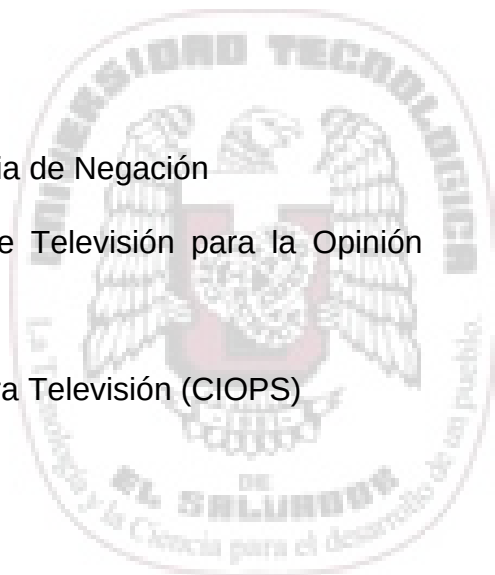


2.10.1.Matriz de Entrevista dirigida a los Catedráticos del Área de Comunicaciones	67
2.10.2.Resultados de la Encuesta (Opinión Pública)	81
2.11.Alcances y Limitaciones de la Investigación	111
2.11.1.Alcances	111
2.11.2.Limitaciones	111
2.12.Monitoreo del Telenoticiero Cuatro Visión	112
2.13.Análisis de Contenido	118
CAPÍTULO III Diagnóstico Situacional	120
3.Diagnóstico	120

Bibliografía

Anexos

- Anexo # 1 Formato de Entrevista para Docentes de Comunicaciones
- Anexo # 2 Resultados de las Entrevistas dirigidas a los Catedráticos del Área de Comunicaciones.
- Anexo # 3 Formato de Entrevista para el Personal del Telenoticiero Cuatro Visión
- Anexo # 4 Carta de Solicitud de Entrevista
- Anexo # 5 Carta de Solicitud de una Constancia de Negación
- Anexo # 6 (CIOPS) Formato de Encuesta de Televisión para la Opinión Pública
- Anexo # 7 Encuestas de Opinión Pública para Televisión (CIOPS)
- Anexo # 8 Glosario

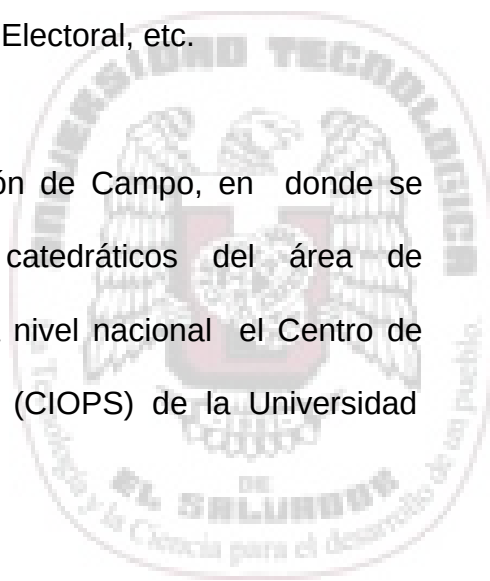


Introducción

El presente documento es el resultado de una investigación que analiza a los Medios de Comunicación Social Salvadoreños y su afinidad ideológica política como herramienta para incidir en la población durante periodos electorarios; en ese sentido, surge la necesidad de realizar este trabajo, cuyo fundamento es el aporte que pueda brindar a futuros estudios y a las nuevas generaciones en lo que se refiere a medios de comunicación, específicamente la televisión como medio de mayor impacto en la sociedad salvadoreña.

A continuación se describe el contenido de cada uno de los capítulos de la investigación. Entre los elementos que contribuyeron a la sustentación y solidificación del primer capítulo se puede mencionar la teoría consultada en los diferentes libros, revistas, páginas web, etc., que hacen referencia al tema planteado; entre los que se destacan son: Comunicación, Los Medios de Comunicación Social, La Televisión, Los Telenoticieros, Orígenes de la Ideología, Origen de la Política, Tribunal Supremo Electoral, etc.

El segundo capítulo comprende la Investigación de Campo, en donde se entrevistaron, para el caso específico, a catedráticos del área de comunicaciones de diferentes universidades y a nivel nacional el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad



Tecnológica realizó una encuesta dirigida a la población para conocer su opinión respecto al tema expuesto. Además contiene la Metodología utilizada, la cual está dividida en: Objetivos, Diseño de la Investigación, Fuentes de Información, Unidades de Análisis, Cálculo de la Muestra, Técnicas de Investigación, Presentación de Resultados, etc.

Finalmente, el tercer capítulo está conformado por un Diagnóstico Situacional, en el cual se han relacionado los temas expuestos en el marco teórico, así como también los resultados obtenidos en la investigación de campo y poder con ello, presentar un análisis de la situación encontrada.

Esta tesis constituye un esfuerzo más que la Universidad Tecnológica realiza para conocer la realidad salvadoreña y en particular cómo los medios de comunicación influyen sobre la misma.



CAPÍTULO I

Marco Teórico Conceptual de Referencia sobre “Los Medios de Comunicación Social Salvadoreños y su afinidad Ideológica Política, como Herramienta para incidir en la población durante periodos eleccionarios”. (Elecciones: Diputados y Concejos Municipales – año 2003). Caso específico Telenoticiero: Cuatro Visión.

1.Comunicación

La necesidad de comunicarse nace junto con los primeros seres vivos del universo, debido a esto los seres humanos comenzaron a utilizar gestos, sonidos, señales de fuego, humo, tambores, papel, palomas mensajeras, etc., hasta llegar a lo que hoy se conoce; y a pesar de que no hay un consenso en cuanto a su origen etimológico, comunicación es toda transmisión de información con vistas a una respuesta que no siempre implica una aceptación pasiva.

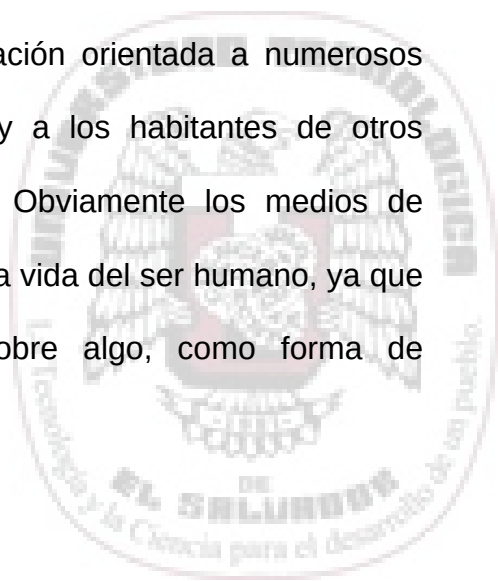
En su acepción más general, comunicación es el proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra, es transmisión de la información, ideas, emociones, habilidades por medio del uso de símbolos, palabras u otras maneras de expresión. Schramam en el libro “ La Comunicación Humana, Ciencia Social” afirma que la comunicación consiste en que el emisor y

receptor estén “sintonizados” respecto a algún mensaje en particular; solo si las palabras de un mensaje son comunes para el emisor y receptor puede haber comunicación, únicamente se logrará comunicar algo si para la persona a quien está dirigido significa lo mismo que para el que envió el mensaje, es decir, si se sobrepone al campo de la experiencia de ambos: codificador y decodificador.

1.1.La Comunicación Social

Comunicación social equivale cuantitativamente a comunicación de masas, y se entenderá ésta como un proceso por el cual una organización compleja utiliza medios técnicos para transmitir mensajes públicos a un gran número de personas heterogéneas y muy diseminadas. La comunicación social es la aplicación de los principios de las técnicas de la información, sociológicas, políticas y económicas para la difusión de datos estructurados y sistematizados, dirigidos a grandes conglomerados.

En otras palabras, implica el manejo de información orientada a numerosos sectores de la población, a la nación misma y a los habitantes de otros territorios, es decir, a la sociedad en general. Obviamente los medios de comunicación masivos son parte fundamental de la vida del ser humano, ya que éste los utiliza para obtener información sobre algo, como forma de conocimiento o como manera de diversión.



Características de la comunicación social según McQuail¹:

- La comunicación social se dirige a los públicos amplios, a las masas. No es posible determinar con exactitud las dimensiones del público ni su ubicación exacta, pues son receptores dispersos.
- Los mensajes son públicos. Su contenido está abierto a todos e implica la existencia de normas y valores comunes a emisores y receptores.
- El público es heterogéneo. Se incluye personas que viven en condiciones muy diferentes, en culturas muy variadas, provenientes de diversos estratos sociales, y por lo tanto, poseen intereses y modos de vida que difieren unos de otros.
- La relación entre el emisor y el público receptor es impersonal, puesto que personas a las que sólo se conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima, sin intercambio de respuestas.
- Pueden llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas que están físicamente distantes de la fuente y que a su vez se hallan lejos unas de otras, además de existir una distancia temporal.
- El tipo de comunicación es indirecta. Existe una distancia espacio temporal entre los participantes de la comunicación.

¹ McQuail, Denis. "Sociología de los Medios Masivos de Comunicación". Editorial Paidós, Argentina 1969.



1.2.Los Medios

Según Davara Francisco en su libro “Introducción a los Medios de Comunicación” cita que los medios son: “puentes técnicos que unen a las personas con realidades remotas: reales, ficticias o manipuladas. Los medios se aproximan a la realidad y de ella obtienen noticias, argumentos, ideas, opiniones, temas, comentarios, en fin, todo el conjunto de hechos o situaciones que diariamente exponen ante los sentidos de los receptores. También existen medios de gran cobertura que no llegan a las masas en forma simultánea, tales como: afiches, vallas, rótulos, pantallas electrónicas, revistas, correo directo, hojas volantes, letreros en aviones, etc. La codificación y descodificación de los medios está cargada de emociones, sentimientos, prejuicios y rasgos ideológicos; pero también constituyen una búsqueda de verdades, de explicaciones, de significados, con el fin de comprender mejor el mundo en que se vive y en el que todos hacen sus vidas.”

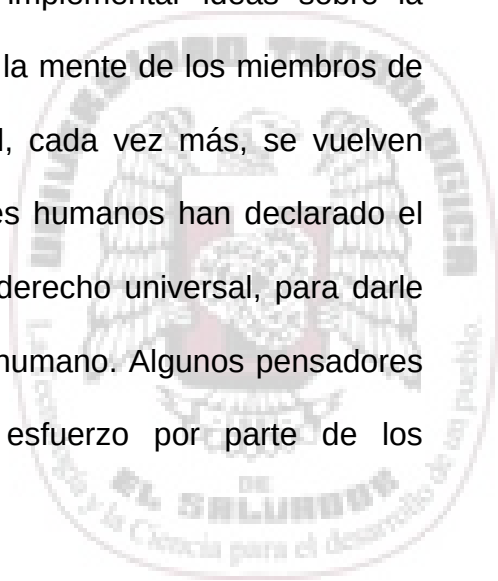
1.3.Los Medios de Comunicación Social

A lo largo de la historia, desde la invención de la imprenta hasta la actual fase de innovaciones de la tecnología audiovisual basada en las computadoras, se habla de los medios de comunicación social, pero no se cuenta con respuestas de aceptación de cuándo principian. En su forma más simple, los medios de comunicación social son un vehículo para transmitir masivamente un mensaje. Este agente socializador es de gran valor pues cada día se

incorpora más a la vida de las personas y cada vez a más temprana edad, a todos los sectores sociales, como canal de información o de diversión. Los mensajes que transmiten no solo son un vehículo eficaz de formación de actitudes, sino que cambian al individuo, lo socializan, establecen una exuberante variedad de modelos que dicen a las personas cómo deben ser. Los medios de comunicación social alcanzan a muchas personas simultáneamente y en cortos intercambios de tiempo; además establecen un vínculo, producen un contacto donde se codifican y descodifican los múltiples mensajes que otro envía.

1.3.1.Importancia de los Medios de Comunicación Social

Los medios de comunicación social son el conjunto de estrategias y técnicas, que permiten formar, proponer, crear imagen, vender: productos, cultura, ideas, esquemas ideológicos y formas de vida a la sociedad, es por ello que juegan un papel fundamental y pieza estratégica para el sistema, pues, son utilizados para llevar a cabo sus objetivos, intereses, e implementar ideas sobre la realidad que le conviene al sistema impregnar en la mente de los miembros de la sociedad. Los medios de comunicación social, cada vez más, se vuelven imprescindibles, a tal grado que los mismos seres humanos han declarado el derecho de informar y ser informado, como un derecho universal, para darle integridad en la actual concepción del desarrollo humano. Algunos pensadores actuales afirman que “a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los



monopolios y los grandes capitalistas, la radio, la prensa y la televisión se han vuelto componentes de una explosión y multiplicación generalizada de visiones y percepción político ideológicas”².

Los datos que existen sobre los medios de comunicación son escasos y poco actualizados; sin embargo, la experiencia demuestra una tendencia muy clara, el campo de acción de los medios de comunicación en América Latina ha crecido en los últimos quince años, más que cualquier otra rama del quehacer económico de las naciones. En una dimensión menor, El Salvador ha pasado básicamente por la misma lógica de movimiento procesal de los medios de comunicación, manteniendo una tendencia de crecimiento en número y calidad de los mismos, ampliando sus funciones e incidiendo cada vez más en la cultura política de la población en general.

En El Salvador, específicamente, los medios de comunicación social han cambiado y mejorado en relación a lo que se hacía y decía en la década pasada; en los aspectos informativo, noticioso y editorial, ya que han mejorado en el transcurso del tiempo. Lo anterior demuestra el avance de los medios de comunicación social a través del tiempo, y al observar el papel que éstos juegan en la sociedad.

² Korand Adenauer Stftung, “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador”, marzo 1996, pág. 22

Expertos en el ramo de las comunicaciones afirman que los medios de comunicación social más importantes son: la radio, la prensa y la televisión. La prensa en forma periódica permite el contacto con un mundo al que no se tiene acceso directamente; la radio parece ser omnipresente, se encuentra en todas partes; la televisión invade los hogares con programas de todo tipo interrumpidos a cada instante por cortes comerciales.

Estos medios aportan gran cúmulo de experiencias que no podrían obtenerse de otro modo. Todo lo que cada persona sabe de otros países y sus culturas, proviene generalmente de la información de los periódicos, la radio, el cine y la televisión, casi siempre en programas televisivos, telenovelas, películas, documentales, etc., intentan ilustrar algo sobre las diferentes culturas de los países. “Personas que usted cree conocer, lugares que usted cree identificar, ideas que quizá haya aceptado como propias, se originaron probablemente en experiencias provocadas por los medios”³.

1.3.2. Características de Influencia de los Medios de Comunicación sobre La Sociedad

- Conseguir integración que es una condición para la supervivencia de la sociedad.

³ Collado, Carlos y Gordon L. Dahnke. “La Comunicación Humana, Ciencia Social”. Editorial Mc Graw Hill, México, 1986



- Establecer prioridades.
- Conferir legitimación.
- Estabilizar las sociedades.

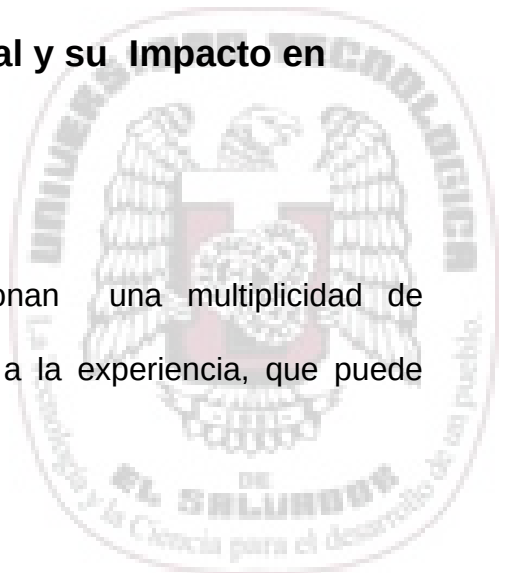
1.3.3.Función de los Medios de Comunicación Social

Las funciones principales de los medios de comunicación social son :

- **Persuadir:** trata de llamar la atención sobre un mensaje a través del cual incita a realizar acciones que son de interés del emisor.
- **Formar:** se logra a través de programas especializados tales como: los educativos y culturales que ayudan a la formación personal del individuo.
- **Entretener:** permite distraer al público a través de mensajes musicales, humorísticos, comedias, drama, acción, suspenso y deporte.
- **Informar:** trata de transmitir todo el acontecer del mundo por medio de las noticias.

1.3.4.Los Medios de Comunicación Social y su Impacto en el Desarrollo Social

Los medios de comunicación social proporcionan una multiplicidad de imágenes, una realidad ya hecha y anticipada a la experiencia, que puede inducir a la proliferación de estereotipos.



De hecho, muchas personas no tienen otro concepto de alguna etapa histórica, de algún acontecimiento o de la interpretación de un hecho, más allá de la que recibieron a través de la comunicación social. Los medios de comunicación social en sí constituyen un extraordinario avance; pero el problema radica en su operación y en el contenido de los mensajes que transmiten, ya que contribuyen a crear estereotipos en el sujeto, deforman su percepción de la realidad.

Los medios de comunicación social han evolucionado más en los últimos veinte años, que toda la comunicación en general, ya que no hay un solo individuo al que no alcancen directa o indirectamente los efectos de la comunicación social.

1.3.5. Clasificación de los Medios de Comunicación

Social

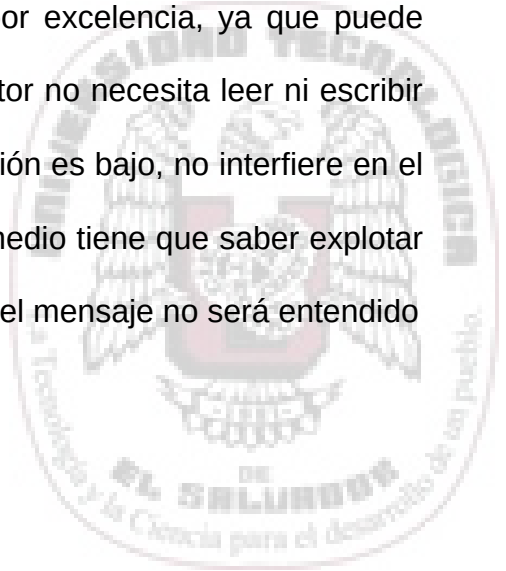
1.3.5.1. Medios Impresos

- **Libros:** difusores del pensamiento y la cultura, han promovido reformas sociales que cambiaron el rumbo de la historia.
- **Prensa escrita:** es el medio que presenta la información de manera descriptiva, la cual queda plasmada por más tiempo que los otros medios; así, si el receptor tiene alguna duda puede consultar nuevamente el periódico.

- **Revistas:** en función de la gran circulación que tienen en la actualidad, constituyen un importante vehículo de comunicación masiva, incluso sin descartar la posibilidad de ponerse en este medio al servicio del arte, la ciencia y la cultura, al menos en su perfil de difusión y masificación.
- **Hojas volantes:** fundamentalmente ejercen influencia con relación a la conducta política.

1.3.5.2. Medios Electrónicos

- **Cinematografía:** el cine fue el primer elemento de comunicación masiva electrónica y ahora se ha convertido en un centro de culturas mundiales. Su influencia, proyección, y ámbito de impacto y penetración constituyen el medio masivo por excelencia, que orientado debidamente permite a los espectadores complementar su cultura.
- **Radio:** es considerada el medio masivo por excelencia, ya que puede llegar a los lugares más distantes, el receptor no necesita leer ni escribir para escuchar la radio, el costo de adquisición es bajo, no interfiere en el desarrollo de otras actividades; pero este medio tiene que saber explotar la imaginación del receptor, de lo contrario, el mensaje no será entendido como se quiere.



- **Televisión:** es el medio masivo de mayor impacto, permite la recepción de mensajes absorbiendo por completo la atención del televidente, y recurre a métodos audiovisuales sorprendentes. El significado de la palabra televisión es “ver de lejos” y en efecto se trata de ver lo que ocurre a distancia, no solamente se ve, sino también se oye.

1.3.6.Los Medios de Comunicación y su Estructura Real

Dentro de muchos círculos de la sociedad los medios de comunicación han sido tradicionalmente catalogados como un tipo de industria particular en cuanto a su poderosa influencia y manipulación sobre la audiencia. En todo esto, pareciera que el Estado juega el papel de un empresario más dentro del campo de la competencia económica, en donde lo que interesa no necesariamente es el poder político, sino las ganancias económicas que representen la participación y el control de los flujos de información. Actualmente los medios de comunicación en términos reales, ya no son concebidos únicamente como un espacio reservado donde se materializa la libertad de expresión, lo cual le daba cierta protección ante las constantes amenazas de las fuerzas de poder.

No obstante, la aplicación de los medios puede distinguirse así: por una parte los medios son una industria sumamente poderosa en términos económicos y también políticos; por otra parte, los medios son un servicio por el cual se

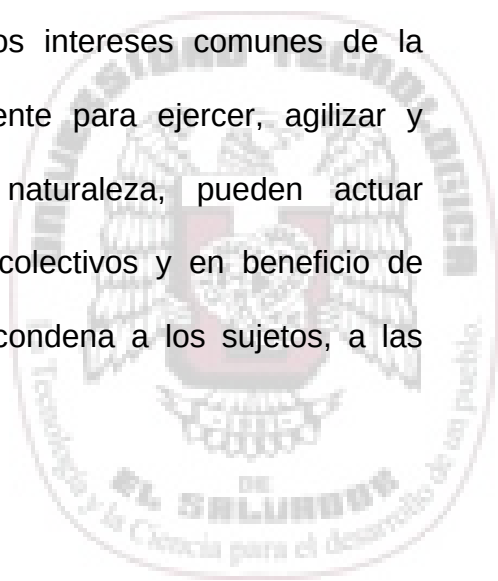
satisfacen las necesidades de las sociedades de la información; por último, los medios materializan la libertad de expresión y de información de los seres humanos.

En la publicación de la revista electrónica “Medios de Comunicación” , Raúl Trejo Delarbre, experto en comunicaciones, opina que “Resulta curioso cómo los medios de comunicación social, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores sociales y políticos, no lo son con ellos mismos, menos aún existen pautas para evaluar sus efectos más allá de asuntos circunstanciales.” Además dice que: “Los medios de comunicación social no son considerados como entidades omnipotentes, capaces de cambiar opiniones o comportamientos de las personas mecánica y unidireccionalmente; pero sí cree que actualmente los medios son parte constitutiva de la cultura y que son capaces de determinar los márgenes de discusión en la sociedad.”

En la revista electrónica “Medios de Comunicación” Rodrigo Miquel Alsina, prestigioso académico catalán, menciona que “los medios son capaces de imponer su agenda en el proceso de construcción social de la realidad”, pero éstos, no deciden cómo se debe pensar y actuar en la vida cotidiana. En la actualidad a los medios de comunicación social se les reconoce, además de las de entretener, informar y orientar, otras tres funciones claves en la sociedad postmoderna: la de comerciar, fiscalizar y arbitrar. Indudablemente, en

el país, la función de comerciar también es la que determina en primera y última instancia a los medios de comunicación social. Como se ha señalado anteriormente, la imagen que difunden los medios de comunicación se constituye en un reconocimiento social, que en el espacio público tiene dos posibilidades: favorecer el bien común o atentar contra los derechos individuales o colectivos; que la prioridad de los medios no es necesariamente informar a la población para servirla sino comerciar como cualquier negocio; que tienen suficiente poder público en su función social de fiscalización para empujar a las instituciones públicas a que cumplan su función constitucional; y que, modernamente, se han convertido en una suerte de proveedores de información en la sociedad, constituyéndose en el espacio predilecto del debate político o el soporte de datos necesarios para que dichas instituciones diagnostiquen y actúen socialmente.

En ese abanico de posibilidades sociales que tienen los medios de comunicación social a través de la información periodística, en unos casos pueden actuar responsablemente a favor de los intereses comunes de la sociedad, como cuando se presiona políticamente para ejercer, agilizar y procurar justicia; en otros, por su propia naturaleza, pueden actuar irresponsablemente en contra de los intereses colectivos y en beneficio de pocos, como cuando se acusa, se culpa y se condena a los sujetos, a las instituciones o a sectores sociales.

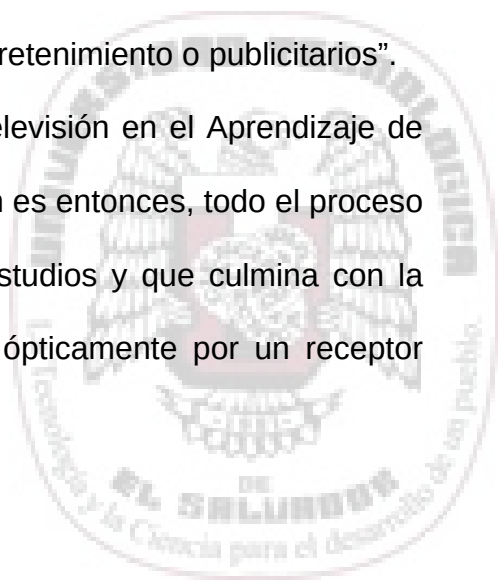


Sin embargo, en pleno siglo XXI, plantear la información como derecho de recibir información periodística en forma veraz, conlleva limitar el poder de las empresas y exigir que la información no sea manipulada, distorsionada y ocultada. Está establecido que el problema del ejercicio informativo no sólo debe plantearse como asunto de restricciones y limitaciones desde la perspectiva de los empresarios de las comunicaciones, o desde el enfoque de periodistas "ofensivos" de instituciones políticas y sociales, sino a partir de una concepción que implica a los demás sujetos involucrados en el proceso informativo.

1.4.La Televisión

Según José Laguna de Paz, en su libro "Régimen Jurídico de la Televisión Privada" define a la televisión como "el proceso de producción y transmisión de imágenes y sonidos simultáneamente, a través de ondas electromagnéticas o mediante cables, destinados mediata o inmediatamente al público en general, o a un sector del mismo, con fines políticos, religiosos, culturales, educativos, deportivos, informativos, comerciales, de mero entretenimiento o publicitarios".

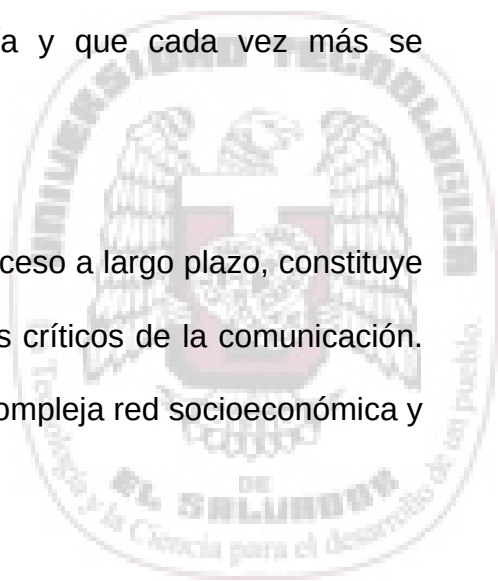
A. Álvarez Meléndez en el libro "Efectos de la Televisión en el Aprendizaje de Comportamientos Violentos" dice que "la televisión es entonces, todo el proceso técnico e ideológico que se emite desde unos estudios y que culmina con la difusión de un mensaje, el cual es reproducido ópticamente por un receptor llamado televisor.



La televisión es considerada por muchas personas como el fenómeno de las comunicaciones del siglo XX, tiene mucha fuerza y amplio espectro como medio, ya que permite el uso de la palabra escrita, las imágenes en movimiento, el color, la música, la animación y los efectos de audio y video, todo mezclado en un mismo mensaje. La televisión se ha convertido en una fuerza dominante en el crecimiento y desarrollo de los jóvenes, una fuente principal de información y diversión para la mayoría de las personas, busca atrapar al televidente mediante un contacto familiar y cercano. Los personajes miran a la cámara, como buscando los ojos del espectador, como si éste estuviera ubicado en el interior del universo narrativo. Esta familiaridad, entre otros factores, hace que alguna gente tienda a verse atrapada en un proceso continuo de "adicción" a la televisión.

Julio César Grande en su libro “La Influencia de la Televisión” dice: “sin duda, la televisión, con 62 años de existencia, es uno de los fenómenos sociales y culturales más impresionante de la humanidad. Es el instrumento técnico de socialización más eficaz que existe hoy en día y que cada vez más se desarrolla.

Su influencia en la cultura, entendida como un proceso a largo plazo, constituye un foco de atención creciente entre investigadores críticos de la comunicación. Si bien la televisión es la expresión de toda una compleja red socioeconómica y



cultural, es también una vitrina para la presentación de una variedad de espectáculos políticos, donde se ponen en juego imágenes y sentimientos. La forma como se usa el tiempo libre, en esta época, está indisolublemente asociada al consumo televisivo. En el campo, en la ciudad, en los barrios pobres o residenciales, ahí está siempre presente la televisión, acompañando durante largas horas a niños, amas de casa, adolescentes o adultos. La televisión va desplazando a la escuela como espacio de socialización y de difusión de valores. Es impensable, ahora, el ejercicio de la política sin la televisión: al igual que los otros medios confiere un estatuto de realidad a las cosas: lo que publican los medios existe, lo que no es registrado es como si nunca hubiera existido”.

1.4.1.Historia de la Televisión en El Salvador

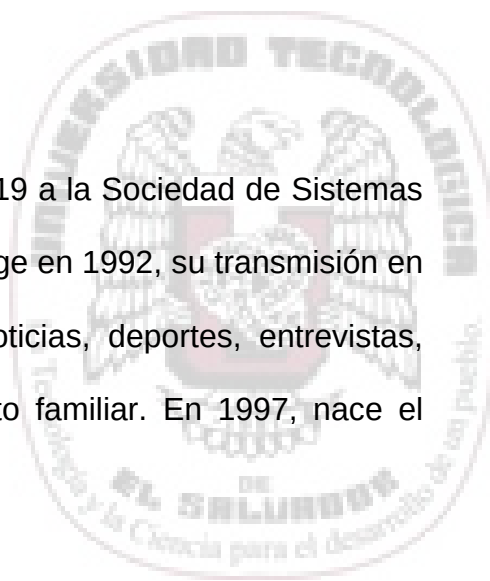
Con respecto a la historia de la televisión en El Salvador, se puede decir que nació asignada por la política. Creció sujeta a las tendencias dominantes, a las fuerzas de poder en pugna en cada circunstancia y a las contradicciones de cada gobierno de turno. No es casual entonces pensar en la televisión como campo donde se consolida y construye la política nacional.

Formalmente la industria de la televisión en El Salvador, se inició en el año de 1956 con la constitución de la Sociedad Televisión Salvadoreña (YSEB-TV, CANAL SEIS), el cual posteriormente pasó a ocupar la frecuencia de Canal 2.

En septiembre del mismo año, hicieron sus primeras pruebas de transmisión en blanco y negro con un pequeño transmisor con capacidad para cubrir únicamente el área de San Salvador y lugares aledaños. En el año de 1958, se autorizó el Canal 8 (YSR-TV.8), para que hiciera la función de repetidora de Canal 6. A finales del mismo año, nació YSU-Televisión Canal 4, sus transmisiones cubrían todo el territorio nacional y algunos lugares de los países vecinos, lo cual significó un avance de la industria televisiva salvadoreña.

En 1965, apareció la Sociedad Canal Dos, S.A., YSR-TV, la que inicialmente estaba destinada para uso exclusivo del Estado. Sin embargo, con la aparición de este Canal, la industria de la televisión comercial. En el mes de abril de 1973, nació Canal Seis S.A., creando la novedad, al transmitir su imagen a color, por primera vez en el país. En 1985, se autorizó el funcionamiento de Canal Doce S.A de C.V., iniciando sus operaciones en el mes de diciembre del mismo año. Dicho Canal sufrió cambios estructurales y administrativos en 1996, hace una alianza estratégica con TV Azteca de México, introduciendo el sistema digital.

En 1986, se autorizó el funcionamiento de Canal 19 a la Sociedad de Sistemas de Video y Audio, S.A.; Megavisión Canal 21, surge en 1992, su transmisión en UHF y su programación va desde películas, noticias, deportes, entrevistas, videos musicales y programas de entretenimiento familiar. En 1997, nace el



Canal 33, como un medio netamente noticioso, con espacios de opinión, reportajes, entrevistas, deportes y otros. Además de los canales de televisión comerciales, se tiene uno de corte gubernamental, Televisión Educativa (Tv.10), el cual es propiedad del Estado y cuya programación es estrictamente cultural. A partir del mes de abril del 2001, Canal 8 que anteriormente fue propiedad del Estado y de corte cultural como Canal 10, hoy de la Asociación Ágape (Asociación Católica de Beneficencia) inicia su transmisión de prueba con una orientación estrictamente religiosa.

Definitivamente, el aparecimiento de la televisión vino a marcar un gran paso en el avance tecnológico de los medios de comunicación social, y el de la humanidad misma, debido a que se diversificaron los instrumentos de socialización de la población, además dió un aporte a la cultura de los pueblos, pues a través de ella el individuo ha logrado intercambiar sus conocimientos.

1.4.2.Objetivos de la Televisión

Para conocer y entender de mejor forma los objetivos de la televisión, éstos se analizarán y clasificarán a través de cuatro grandes aspectos:

- **Objetivo económico:** la televisión como medio de comunicación, llega a diferentes segmentos de la sociedad, su objetivo primordial es influir en la toma de decisiones de los consumidores, a través de segmentos publicitarios donde se ofertan bienes y servicios.

- **Objetivo social:** este aspecto se refiere a que la televisión es el medio que permite mantener informada a la ciudadanía del acontecer nacional e internacional.
- **Objetivo cultural:** este objetivo se logra a través de servir como medio educativo, difundiendo programas de cultura general, a diferentes segmentos de la población.
- **Objetivo ético:** transmitir noticias con veracidad, justicia, sin tendencias ideológicas, identificarlas como tales, sin sensacionalismos y alarmas para evitar pánico en la población.

1.4.3. Características de la Televisión

- A través de la televisión los hechos viajan a mayor rapidez, es decir, se dan a conocer por medio de imágenes en menor tiempo.
- Es el medio de comunicación con mayor persuasión para la toma de decisiones de los consumidores.

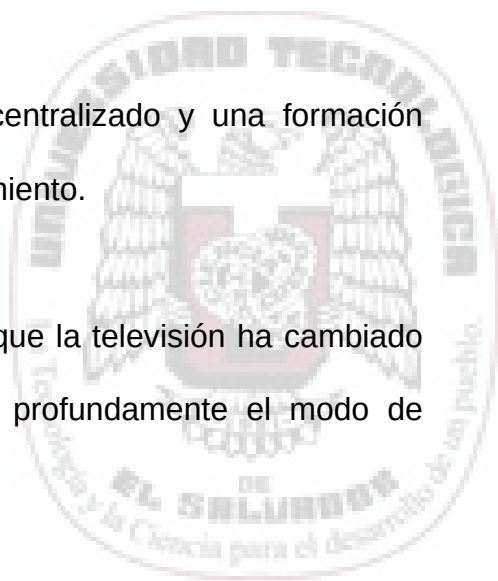
1.4.4. Impacto de la Televisión en la Sociedad

Según Lorenzo Vilches en su libro “La Televisión: los Efectos del Bien y del Mal” cita a Raymond Williams, quién ofrece seis proposiciones que incluyen el significado que posee la televisión debido a sus usos determinados:



- Su poder como medio de noticias y entretenimiento ha sido tan grande que ha alterado a todos los precedentes medios de información y entretenimiento.
- Su poder como medio de comunicación es tan grande que ha alterado a muchas instituciones y formas de relación social.
- Sus propiedades como medio electrónico han alterado la percepción básica de la realidad, y por ende las relaciones con los otros y con el mundo.
- Como poderoso medio de comunicación y entretenimiento ha tomado parte junto con otros factores, tales como en la alteración de la calidad de vida de la sociedad.
- Ha sido desarrollada como medio de noticias y entretenimiento.
- Instrumento para ofrecer entretenimiento centralizado y una formación controlada de opiniones y estilos de comportamiento.

De lo anteriormente expuesto queda visualizado que la televisión ha cambiado la posición de los otros medios y ha afectado profundamente el modo de



emplear el tiempo con la familia y fuera de casa. Ella ha influido en la perspectiva sobre el mundo y sobre las decisiones políticas, y tiene aún un gran potencial para continuar haciéndolo.

1.4.5. Los Telenoticiarios

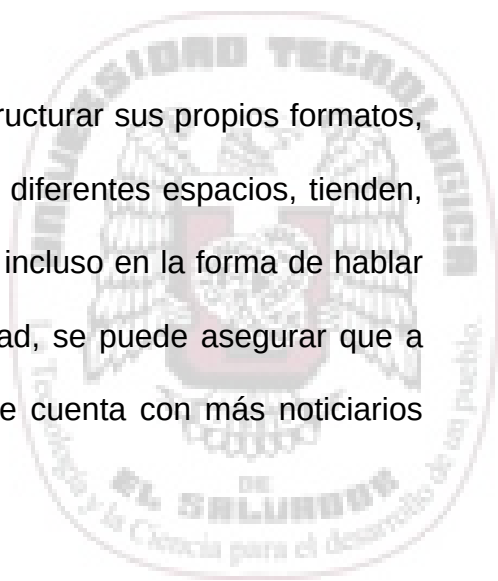
Según Jesús González Requena, en su libro: “Discurso Televisivo Espectáculo de la Post-Modernidad”, “uno de los géneros de la programación televisiva es el informativo”. Los noticieros se construyen con una buena dosis de “espectacularización”: ofrecen informaciones breves, descontextualizadas y anecdóticas. Esto responde a determinados intereses y a las exigencias de la publicidad, en ningún momento están desligados de la ideología y de las concepciones de quienes manejan la programación.

Así, frente a un creciente número de noticias recibidas a diario por cable, internet, fax, telefax, fuentes directas, etc., el productor decide qué noticias debe difundir y qué desecha. El criterio de selección, sin embargo, es curioso y frecuentemente coincidente entre los emisores de las noticias: en el plano nacional casi siempre se entrevista a los mismos líderes de opinión, y en el plano internacional, casi todos los canales transmiten las mismas imágenes de CNN o CBS; en este caso, los centros mundiales de decisión finalmente determinan las noticias e imágenes que el mundo debe ver. En la revista electrónica “Medios de Comunicación” investigadores alemanes opinan que los

telenoticiarios no sólo provocan cambios en la información que poseen los ciudadanos, sino que tienen consecuencias también en la intención del voto, ya que aumentan la información de los ciudadanos sobre la conducta de las instituciones públicas y enfatiza la naturaleza impersonal interdependiente del entorno.

También crean una sensación de frustración a los ciudadanos que presencian acontecimientos que no pueden controlar. Los canales televisivos influenciados por ciertas ideologías o tendencias, transmiten información a la población a través de sus diferentes noticiarios de acuerdo a sus propios intereses. La razón de ser de un noticiario es informar a la población, dar a conocer los diferentes problemas o realidades que vive el país, los hechos más sobresalientes del día son de gran interés para la población ante el desarrollo acelerado de la televisión. En este sentido, los noticiarios están realizando inversiones inmensas en equipo novedoso a fin de satisfacer la necesidad de mantenerse adelante en una franca competencia por acaparar mayor público.

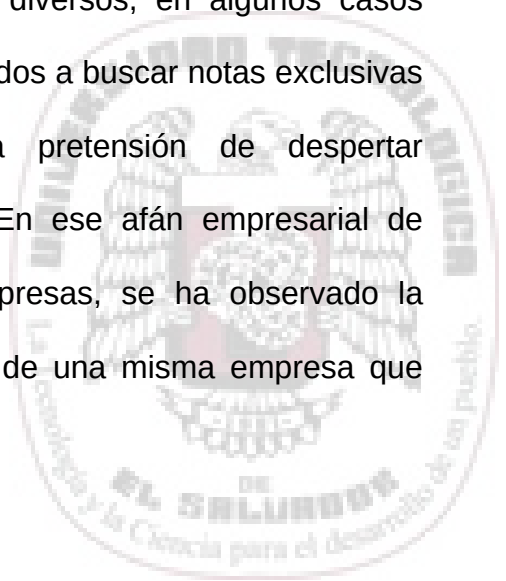
El medio televisivo noticioso necesita también estructurar sus propios formatos, ya que, según las observaciones realizadas a los diferentes espacios, tienden, en su mayoría, a copiar de noticieros extranjeros, incluso en la forma de hablar de los reporteros y presentadores. En la actualidad, se puede asegurar que a nivel centroamericano, El Salvador es el país que cuenta con más noticiarios



televisivos, registra siete en total, representados por seis canales. De acuerdo a los canales televisivos existentes, la hora y espacios para dar a conocer las noticias son:

Noticiario	Canal	Hora
Tele 2	Canal 2	1:00 p.m.- 6:30 p.m. y 10:30 p.m.
Cuatro Visión	Canal 4	12:30 p.m.-9:00 p.m. y 12:00 a.m.
El Noticiero	Canal 6	1:30 p.m.- 8:00 p.m. y 11:00 p.m.
Teleprensa	Canal 33	1:00 p.m. y 7:00 p.m.
Megavisión	Canal 21	1:00 p.m. y 7:30 p.m.
Hechos	Canal 12	06:00 a.m. - 1:00 p.m. Y 8:00 p.m.
TCS Noticias	Canal 2,4,6	06:00 a.m.

Esto hace que la competencia de los noticieros para acaparar la atención del televidente sea mayor, por tanto la forma de presentar la noticia cada vez más innovadora; en el sentido del uso de recursos diversos, en algunos casos ayudados por tecnología, en otros, más encaminados a buscar notas exclusivas de temas sociales poco profundos con la pretensión de despertar sentimentalismo o la pasión por la justicia. En ese afán empresarial de competir entre noticiario o más bien entre empresas, se ha observado la utilización de videos repetitivos entre noticiarios de una misma empresa que hacen deslucir esa competencia.



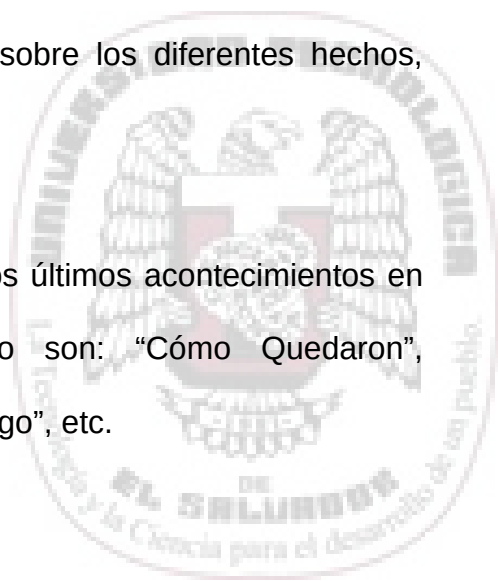
Los noticiarios en televisión han avanzado en los últimos años, las noticias estaban restringidas sólo a Teleprensa, sin embargo, en 1981 la televisión educativa irrumpió con sus propios noticiarios que trataban de dar un enfoque distinto de la información, un año después lo hace Canal 12 y a partir de ese momento, se marca una nueva etapa en el aspecto informativo, al apegarse a la realidad en la transmisión de sus notas.

Con la aparición de Telecorporación Salvadoreña (TCS) en agosto de 1987, el grado de competitividad se vuelve determinante al tratar de incluir en los noticiarios el equipo técnico más sofisticado para transmitir. A la fecha la competencia continúa y cada medio se vale de su equipo técnico para ganar audiencia y de modificar los formatos de los programas noticiosos.

1.4.5.1. Clasificación de los Noticiarios

Para tener una mejor comprensión de cómo se clasifican los noticiarios se ha tomado como base para ello, el contenido de los mensajes y programación:

- **Informativo:** son todos aquellos que tratan sobre los diferentes hechos, aspectos y problemas de la sociedad.
- **Deportivos:** su contenido es dar a conocer los últimos acontecimientos en las diferentes disciplinas deportivas, como son: “Cómo Quedaron”, “Deportes Dos”, “Tiempo Extra”, “Fuera de Fuego”, etc.

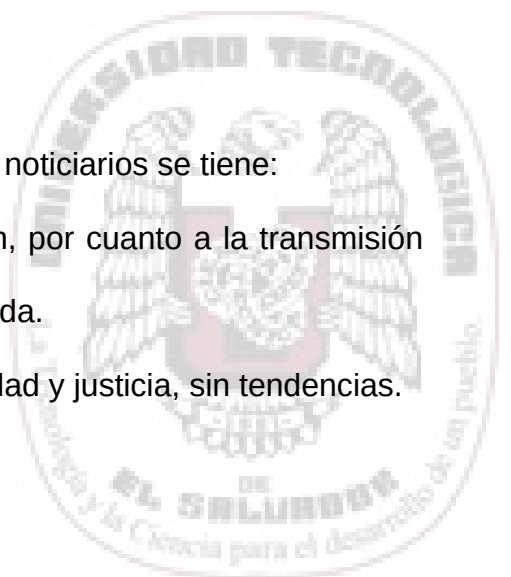


- **Culturales:** son aquellos que transmiten ideas o acontecimientos de patrimonio y cultura salvadoreña, como son: “Panorama Cultural” y “Cápsula Cultural”.
- **Sociales:** dan a conocer el acontecer de los diferentes estratos de la sociedad como es el noticiero “Sucesos” y “Minuto Empresarial”.
- **Religiosos:** son todas aquellas noticias sobre el acontecer del pueblo cristiano, reuniones, retiros, como es: “Lumen 2000” y “El Minuto de María”.
- **Gubernamentales:** enfocan noticias exclusivas del Estado, Instituciones Autónomas o de la Fuerza Armada, por estar fuera del medio publicitario y porque dependen del presupuesto del Estado, ejemplo: “Noticiero de la Fuerza Armada” y mensajes transmitidos a través de la cadena nacional televisiva.

1.4.5.2. Características de los Noticiarios

Entre las características que se les atribuyen a los noticiarios se tiene:

- La programación de una estación de televisión, por cuanto a la transmisión de noticias, debe ser adecuada y bien equilibrada.
- Las noticias deben ser transmitidas con veracidad y justicia, sin tendencias.



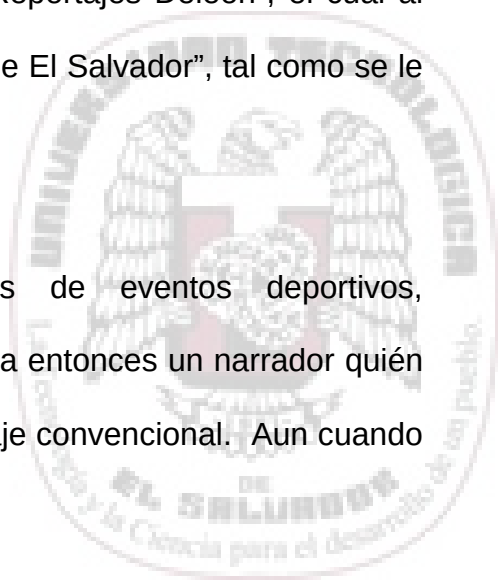
- Los comentarios y el análisis de las noticias deben ser claramente identificados como tales.
- Debe evitarse el uso de detalles morbosos, sensacionalistas o alarmantes, que no son esenciales al informe noticioso, especialmente en relación con narraciones de crímenes o aspectos sexuales. Las noticias deben ser transmitidas de tal modo que se evite el pánico y la alarma innecesaria.

1.4.5.3.Evolución de los Telenoticiarios Salvadoreños

Dentro del enfoque de este tema, se observará como ha ido evolucionando los medios de información en El Salvador y sobre todo como ha surgido el espacio de opinión en el mismo. Se puede decir que antes del Gobierno Demócrata, los espacios informativos mantuvieron un esquema rígido informativo.

El Señor Ricardo Bracamontes, en el libro “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador” menciona que los primeros telenoticiarios existentes eran “Telediario de El Salvador” y “Reportajes Deleón”, el cual al correr de los años se transformó en “Teleprensa de El Salvador”, tal como se le conoce hasta la fecha.

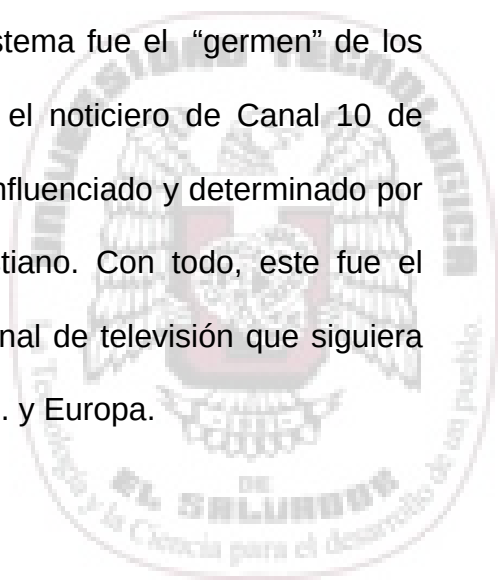
Estos telenoticiarios presentaban las noticias de eventos deportivos, festividades, eventos sociales y culturales, etc.; era entonces un narrador quién se encargaba de leer los textos escritos en lenguaje convencional. Aun cuando



este esquema se mantuvo durante mucho tiempo, empezó a cambiar luego gracias al esfuerzo periodístico de don Guillermo Deleón. Posteriormente surgió un video de carácter testimonial, este describía en forma improvisada y espontánea, su particular visión de la violencia urbana, la cual comenzaba a expresarse a finales de los años setenta, sobre todo en los meses precisos de la caída del gobierno militar del General Romero.

La llegada de la Democracia Cristiana a la presidencia, primero y al control de la Asamblea Legislativa después, introdujo importantes cambios en el desarrollo de la práctica y las estrategias informativas del país transmitidos. Esta es la etapa que se calificaría cómo modernización de la dictadura por las nuevas estrategias de cobertura informativa y presentación de los hechos noticiosos, introducidas bajo el gobierno democristiano.

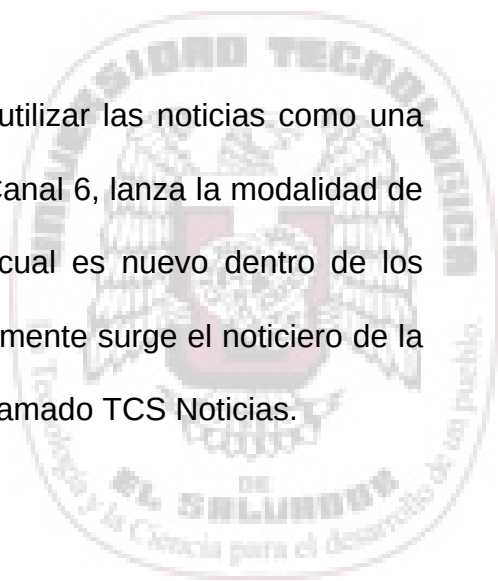
Por primera vez se estaba ante dos presentadores de televisión, un hombre y una mujer quienes en cámara leían la introducción de las noticias que los reporteros presentaban desde el terreno. Este sistema fue el “germen” de los que más adelante se conoció como “Telediez” el noticiero de Canal 10 de televisión de corte gubernamental y fuertemente influenciado y determinado por las necesidades políticas del gobierno democristiano. Con todo, este fue el primer intento de estructurar un noticiero profesional de televisión que siguiera los formatos de estaciones de televisión de EE.UU. y Europa.



En el año de 1985 y sobre la experiencia del noticiero gubernamental, nace el primer intento de desafío al monopolio de la televisión y sin tener que enfrentar los límites que impone la orientación ideológica y política del gobierno, noticiero “Al Día” de Canal 12 rompe esquemas y con ello “tabúes” informativos. Este noticiero amplía la agenda informativa nacional y permite que sectores hasta entonces marginados del proceso político puedan expresar su punto de vista y planteamientos políticos.

Sin embargo el nuevo esquema testimonial, ágil del Noticiero Al Día obtiene como resultado, que en febrero de 1987 el Canal 12 sea sancionado por la Asociación de Anunciantes de El Salvador (ANAES), cuyas agencias publicitarias le pasan la factura por desobedecer la cúpula de la empresa privada que dispuso emprender un paro empresarial contra el paquete de nuevas medidas fiscales que había aprobado entonces la Asamblea Legislativa, luego que la empresa privada descubre la rentabilidad de la noticia, debido a que esta es capaz de trasladarnos hasta el lugar de los hechos.

Desde entonces se dice, que surge la etapa de utilizar las noticias como una mercancía más. En 1987 surge “El Noticiero” de Canal 6, lanza la modalidad de realizar entrevistas en cada emisión estelar, lo cual es nuevo dentro de los telenoticieros conocidos hasta entonces. Posteriormente surge el noticiero de la Telecorporación Salvadoreña (canales 2, 4, y 6), llamado TCS Noticias.

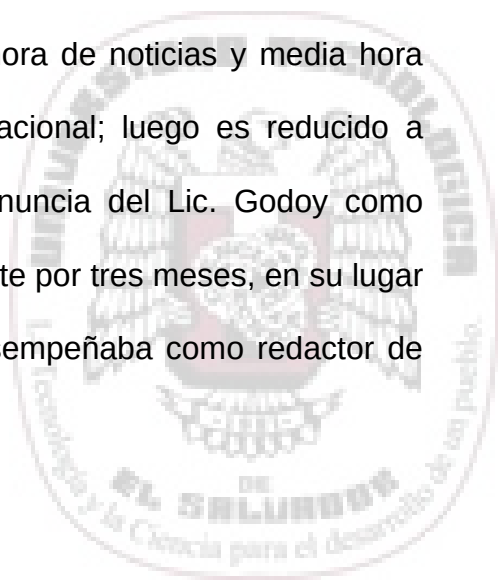


Con la finalización del conflicto y los acuerdos de Paz, surgen “Noticias Cuatro Visión” y el noticiero “Teledos”. Finalmente Teleprensa de El Salvador, se separa de Canal 2 y opta por fundar un canal que informe 16 horas diarias. Cómo se puede apreciar, son grandes los avances obtenidos en materia de información, desde lo que fuera Reportajes Deleón, en parte gracias a los avances tecnológicos, pero sobre todo al alcance obtenido hacia una democracia en la que se goce la libertad de prensa, de información y expresión, en donde no se confunda entre una libertad real y una libertad formal.

1.4.5.4.Historia del Telenoticiario Cuatro Visión

El noticiero Cuatro Visión nace en 1991, ante la necesidad del Gerente General Ing. Ronald Calvo Muñoz de crear un noticiero representativo de Canal 4, ya que la cadena TCS era la única que contaba con un espacio periodístico particular. Los primeros presentadores del programa fueron la Sra. Mónica Ianusselli, el Lic. Darío Godoy y en los deportes el Sr. Antonio Saca.

Inicialmente su duración era de 1 hora, media hora de noticias y media hora con la entrevista a personalidades de interés nacional; luego es reducido a media hora, incluyendo la entrevista. Con la renuncia del Lic. Godoy como conductor, ingresa el Lic. Eduardo Duch únicamente por tres meses, en su lugar ingresa el Sr. Prudencio Duque, quién ya se desempeñaba como redactor de noticias nacionales.



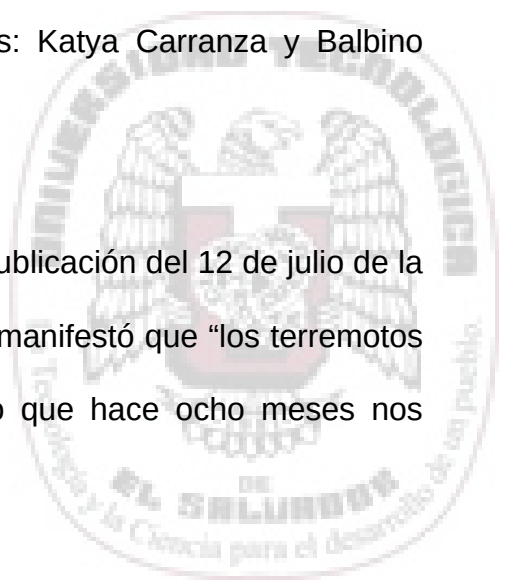
El noticiero adopta el formato condensado de “NOTICIAS Y MÁS” (actualmente PRIMER IMPACTO) de la cadena estadounidense UNIVISIÓN; que incluye la noticia sensacionalista como ingrediente principal y punto focal para mantener a la tele-audiencia pendiente.

El noticiero tiene las siguientes secciones:

- Noticias Nacionales
- Noticias Internacionales
- Deportes
- Reportaje Especial
- Sociales o Espectáculos (en ocasiones)

En la actualidad sus emisiones son: “Primera Edición” con una duración de media hora iniciándose a la 12:30 del medio día, y sus presentadores son: Katya Carranza, Balbino Avilés y en los deportes Ricardo Luna; “Edición Estelar” , su horario de 9 a 10 de la noche, sus presentadores: Kenia Mejía y Juan Barrera y en los deportes Ricardo Luna; “Última Edición” transmitida a las 12:00 de la medianoche, con sus presentadores: Katya Carranza y Balbino Avilés.

El Gerente de Canal Cuatro Ronald Calvo, en la publicación del 12 de julio de la Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y el Diario Más, manifestó que “los terremotos del año 2001 dañaron el antiguo edificio, por lo que hace ocho meses nos



trasladamos a un local en alquiler en el Boulevard Los Próceres, el cual fue consumido por las llamas el día 11 de julio de 2002, todo esto fue provocado por un cortocircuito que se originó en la caja central de los térmicos. Es decir, los que reciben la energía desde la red de distribución principal y la reparten por todo lo que eran las instalaciones. Debido al incendio desapareció la memoria histórica contenida en los archivos de TCS noticias y Noticias Cuatro Visión”.

1.4.5.5.Incidencia de los Noticiarios Televisivos en la

Opinión Pública durante un Periodo Electoral

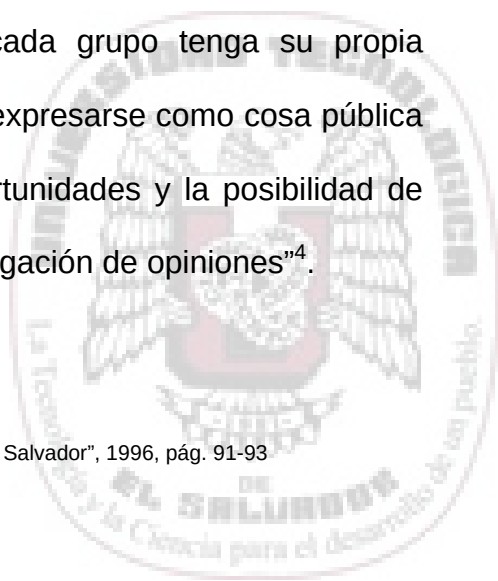
Los noticieros televisivos pueden incidir grandemente en la población durante un periodo electoral, porque estos programas transmiten hechos que tienen que ver directamente con la situación política del momento, y cada uno de los medios, dependiendo de su afinidad ideológica, le dan mayor cobertura y destacan las noticias que aparecen ligadas a la fuerzas políticas en contienda, tratando de favorecer o desprestigiar aquél partido cuya ideología promueve y apoya el medio de comunicación, citado de la tesis “ El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el Nuevo Escenario Político y como su Afinidad Ideológica- Política pueden Incidir en la Población, Caso Específico (Los Noticiarios Televisivos)” presentado por María Mirtala Peñate.

La participación en la vida democrática del país tiene que ver con la difusión y recepción de los mensajes informativos que se transmiten. De los cuales se

pueden mencionar la existencia de canales de expresión democrática y pluralista que permiten a todos los sectores de una sociedad, acceder al flujo de información que es procesado en esa sociedad. Contrario a lo que plantean algunos sectores políticos, la democracia no se agota en la consulta electoral. Lo que determina la profundidad de una consulta ciudadana, como son las elecciones, es la cantidad de información que manejan los electores al momento de ejercer el sufragio, y esa cantidad está definitivamente mediada por los medios de comunicación.

Los procesos electorales en El Salvador, no sólo hay que evaluarlos a la luz de las posibilidades que se han abierto a la participación de las diferentes fuerzas políticas en el escenario nacional (oposición real), sino, también, por las posibilidades reales que se abrieron al conocimiento y discusión ciudadana de éstas. Otro aspecto que debe considerarse es la posibilidad que tienen los sectores sociales de hacer que su particular visión de la realidad forme parte del imaginario colectivo, refiriéndose a la participación ciudadana en la elaboración y emisión de sus opiniones. “No basta que cada grupo tenga su propia concepción política, es necesario que ella pueda expresarse como cosa pública y que todas las fuerzas tengan igualdad de oportunidades y la posibilidad de acceso a las informaciones, emisiones y a la divulgación de opiniones”⁴.

⁴ Konrad Adenauer, Stiftung, “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador”, 1996, pág. 91-93



1.4.5.6.La Noticia

Se entiende por noticia el relato periodístico que transmite información sobre un hecho actual, inédito, de interés general y con determinado valor político, ideológico, cultural o social, citado de la tesis “El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el nuevo Escenario Político y como su Afinidad Ideológica-Política pueden Incidir en la Población, Caso específico (Los Noticiarios Televisivos)”.

1.4.5.7.Objetividad e Imparcialidad en las Noticias

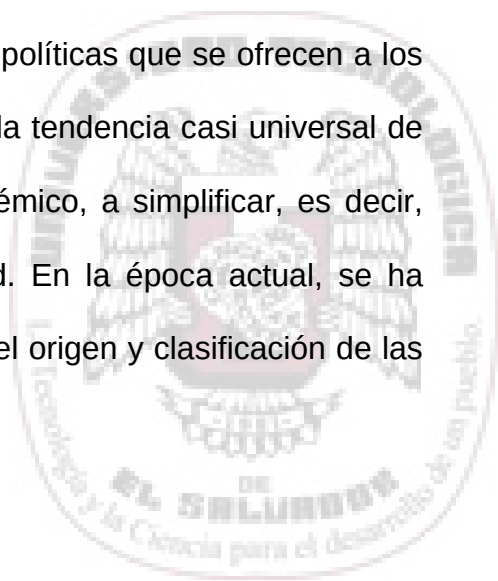
Televisivas

Si se quiere determinar el nivel de impacto de las noticias en la opción de voto de la población, es necesario partir del acontecimiento teórico de la objetividad e imparcialidad de las mismas. A menudo, la sociedad salvadoreña, se encuentra con noticias televisivas, 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 o como sucede, o sin que 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 objetividad e imparcialidad de las noticias es un tema controversial, pues si los medios tienen una tendencia política e ideológica marcada, esto se refleja en el contenido o enfoque de la noticia; así también, el

factor económico es determinante para someter la objetividad e imparcialidad a la censura o desaprobación de los anunciantes o propietarios de los medios, que sacrifican este valor importante en la comunicación por salvaguardar los intereses que les permiten mantener los niveles de rentabilidad económica. Se puede decir que la objetividad en las noticias será más firme, si la fuente que las genera, tiene sustentación técnica que posibiliten defenderse ante los grupos de poder que siempre tratan de desvirtuar o desprestigiar una noticia cuando ven afectados sus propios intereses, especialmente cuando el hecho tiene incidencia en la opinión pública y máximo aún cuando se está cerca de un evento electoral.

1.5. Orígenes de la Ideología

Etimológicamente hablando, ideología es una palabra de origen griego compuesta por dos raíces que son ideos y logos, que en lengua castellana se explica como “tratado de las ideas”. Se conoce como ideología al modelo de creencias y conceptos que se propone explicar fenómenos sociales complejos, con el fin de dirigir y simplificar las opciones sociopolíticas que se ofrecen a los individuos y a los grupos. Esta definición sugiere la tendencia casi universal de los programas sociopolíticos, en un contexto polémico, a simplificar, es decir, falsear o deformar en alguna medida la realidad. En la época actual, se ha llegado a considerar que ideología es la ciencia del origen y clasificación de las ideas.



1.5.1. Concepto Contemporáneo de Ideología

La ideología es empleada por los autores en los más diversos sentidos y es casi imposible formular un concepto que englobe todos los atributos al término, pero dejando de un lado una serie de elementos doctrinales puede decirse que ideología “es la representación, en lo que se anticipan los intereses de un grupo de individuos y que proporcionan un criterio de acción”.⁵

El aspecto ideológico es una realidad objetiva indispensable a la existencia de toda sociedad; las ideologías pueden contener elementos de acontecimientos, pero en la mayor parte de ellas predominan los elementos que tiene una función de adaptación a la realidad. Los hombres viven sus relaciones con el mundo dentro de las ideologías. Es ella quien transforma su conciencia, sus actitudes y conductas para adecuarlas a sus tareas y sus condiciones de existencia. La conceptualización funcionalista entiende la ideología como un conjunto coherente de ideas y valores que orienta y dirige la acción de una determinada sociedad y, por tanto, cumple una función normativa respecto a la acción de los miembros de esa sociedad.

1.5.2. El Nacimiento de las Ideologías

Las ideologías surgen en situaciones de crisis y en sectores sociales para los

⁵ Earl Shaw. “Modern Competing Ideologies”, 1973, pág. 6



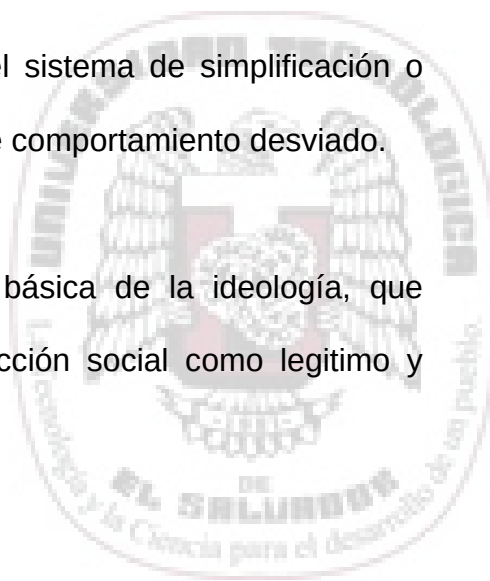
que la concepción del mundo imperante hasta entonces se ha hecho inaceptable. Aparece una ideología porque se experimenta la necesidad, no satisfecha por la concepción del mundo dominante, de una firme orientación de la conducta, de una legitimación del valor y de la dignidad de las personas que experimentan las necesidades.

1.5.3. Tipos de Ideología

Las ideologías pueden clasificarse en cuatro tipos:

- **Conservadora:** defiende el status quo en alguno de sus aspectos.
- **Contra ideológica:** consiste en exagerar la extensión del comportamiento desviado de que se trate, y proclamar que las personas más respetables practican la conducta objeto de condena, aunque lo oculten hipócritamente.
- **Reformista:** aboga por la reforma.
- **Revolucionaria:** propone un cambio en el sistema de simplificación o deformación, para justificar alguna forma de comportamiento desviado.

Los cuatro tipos ponen en relieve la función básica de la ideología, que consiste en definir un programa particular de acción social como legítimo y digno de apoyo.



1.5.4.Funciones de la Ideología

Se ha afirmado que la ideología cumple una serie de funciones tales como:

- Ofrecer una interpretación de la realidad.
- Suministrar esquemas prácticos de acción.
- Justificar el orden social existente y legitimar este orden como valido para todos, es decir, dar categoría natural a lo que es simplemente histórico.
- Ejercer en la práctica la relación de dominio existente.
- Reproducir el sistema social establecido.

1.5.5.La Ideología dentro de los Elementos de la Política

Las ideologías en un sentido político: son los enmascaramientos de la realidad política o económica. Es decir, sistemas de ideas que ocultan o revelan la realidad social o propósitos humanos. Julio César Grande, en su libro “La Influencia de la Televisión” cita que Karl Marx utilizó el término ideología para referirse a “ideas falseadas o simplificadas en defensa del status quo de un sistema social”.

1.5.6. Influencia Ideológica de los Medios de Comunicación

“Todavía se escucha decir que la ideología de los medios de comunicación responden a la ideología de sus propietarios”⁶. El fondo de esta expresión tiene una doble sustentación: por un lado, que los medios pertenecen a reducidos grupos, muchos de ellos familiares; y por otro, que los medios son transmisores de la ideología dominante. Es una realidad irrefutable, que sean grupos pequeños o familiares, los propietarios de los medios de comunicación.

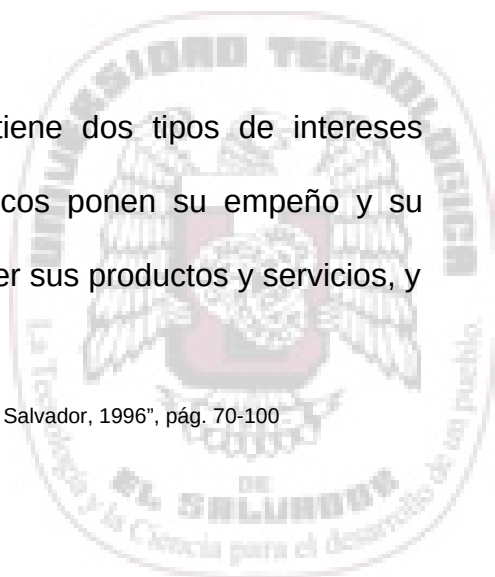
En El Salvador la información no acaba de ser del todo profesional, precisamente por las exasperadas ataduras, condicionamientos o presiones exógenos que ejercen una serie de sectores sobre el contenido noticioso de los medios de difusión. Esta situación invita a reflexionar sobre qué hacer para atenuarlas en beneficio del desarrollo de la profesión y de los usuarios de la información periodística.

1.5.7. El Papel de la Ideología en la Producción Noticiosa

Televisiva

La televisión como un medio de información, tiene dos tipos de intereses comerciales y políticos. Los publicitarios y políticos ponen su empeño y su deseo en este espacio televisivo, uno, para vender sus productos y servicios, y

⁶ Konrad Adenauer, Stiftung, “Medios de Comunicación y Democracia en El Salvador, 1996”, pág. 70-100

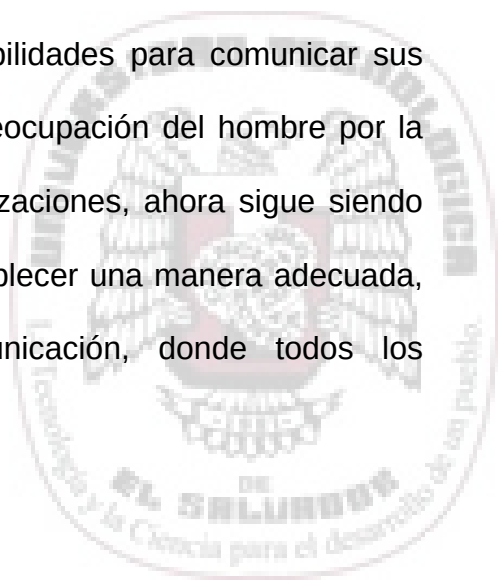


el otro para promover a los candidatos y sus ideas; esto se convierte en un polo de atracción de todas las miradas al comienzo de un espacio noticioso televisivo, con el afán de mantener un “rating” importante por parte de los consumidores y electores.

1.6.Origen de la Política

La política puede considerarse como una de las prácticas de la Grecia antigua. A Aristóteles pertenece la gloria de haber dado a la política un método preciso, sabio y completo, ya que para él, la política era la ciencia suprema, la ciencia maestra y la arquitectónica, porque comprendía en su dominio todas las otras ciencias prácticas, como la ciencia militar, la administrativa y la retórica. De acuerdo con Aristóteles, la política es la más subjetiva de las ciencias por lo complejo del proceder humano en su conjunto.

Desde los orígenes de la civilización, la vida social de las comunidades dependía de aquellos líderes y pensadores con grandes habilidades en el manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades para comunicar sus ideas y sus propósitos. Y si bien la exclusiva preocupación del hombre por la política y su difusión data del origen de las civilizaciones, ahora sigue siendo difícil conciliar intereses, lograr consensos o establecer una manera adecuada, equilibrada y equitativamente justa de comunicación, donde todos los ciudadanos logren manifestar sus intereses.

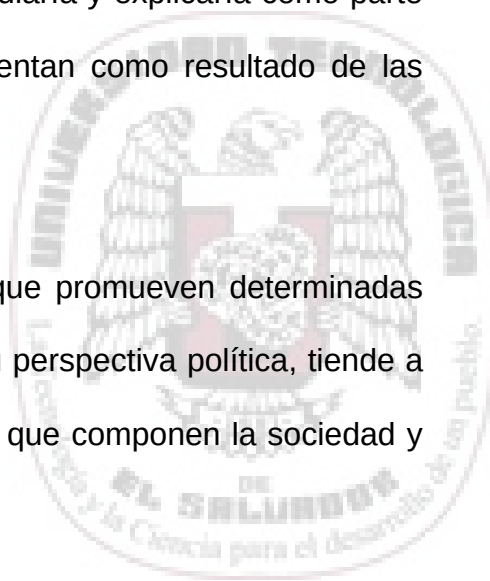


Por el contrario, el mundo actual se vuelve cada vez más complejo, los medios de comunicación ejercen un poder que sobrepasa las posibilidades del ciudadano común, y la política parece seguir siendo más el privilegio de ciertos grupos que el ejercicio donde todos participan por igual.

1.6.1.Comunicación Política

Seldon y Pennance en el “Diccionario de Economía” afirman que la política es como “la ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado”. Esta relación entre ambos no es posible sin el concurso de la comunicación, entender la vida política como un gran sistema de diálogos. De modo que gobernantes y gobernados, gobierno y oposición, mayorías y minorías incorporadas en sus interacciones el elemento comunicativo en todos los contenidos y temas de la ciencia política. En la actualidad, resulta difícil para cualquier político gobernar sin el concurso de los medios de comunicación social. La citada relación entre comunicación y política podría estudiarse desde varias disciplinas, como la sociología, la cual estudiaría y explicaría como parte de los fenómenos que, en la sociedad, se presentan como resultado de las interacciones de sus ciudadanos.

La psicología social indagaría las motivaciones que promueven determinadas actitudes en esa relación. La comunicación en su perspectiva política, tiende a buscar un mejor entendimiento entre los sectores que componen la sociedad y



entre ésta y su gobierno; además propiciará un sano equilibrio entre los medios de difusión, haciendo que cumplan con su cometido, ayudados por la política, en un clima de libertad y equidad.

No obstante, la comunicación política ha sido un concepto difícil de definir, ya que tradicionalmente ha estado cargado de numerosas controversias, ambigüedades e imprecisiones, algunos, en ese empeño por salir del compromiso, han creído más conveniente abordar dicha problemática desde la investigación y la delimitación de sus campos de estudios. Para el caso de la comunicación política, ésta ha surgido como consecuencia de una larga serie de implicaciones sociales; como un río cuyos cauces surgen de otros afluentes, entre los cuales están inicialmente la ciencia política (incluidos el derecho, la diplomacia y las relaciones internacionales) y la comunicación; pero también con aportaciones de la sociología y la psicología social. Así, la comunicación política se orienta a abordar fenómenos de liderazgo y poder en el campo de la función pública y de la influencia social, en cuanto a que se establecen relaciones entre quienes toman decisiones y sus subordinados, gobernantes y gobernados, instituciones y demandantes de servicios, candidatos y electores, etcétera.

En este caso, se definirá la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del

sistema político. Sin embargo, no se puede considerar que todo en la comunicación es político, pues esta definición sería demasiado vaga, amplia e imprecisa. Por ello, en los asuntos de la comunicación política incluye todos aquellos aspectos de la comunicación, cuyo propósito sea fijar reglas, normas, principios, órdenes y, en general, todo lo que contribuya a determinar una relación de poder entre los participantes de esa misma comunicación.

1.6.2.Función Política en la Comunicación

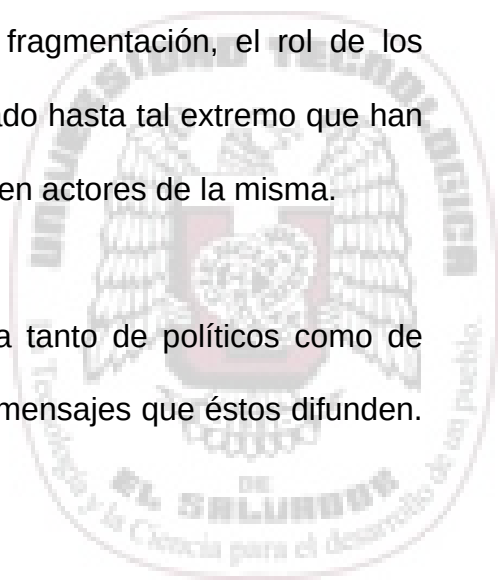
Los Medios de Comunicación tienen un gran poder para influir en las conciencias de los ciudadanos y para estar más cerca de ellos que los gobernantes. Generalmente cuentan con una enorme credibilidad por parte de los ciudadanos, por lo que uno de sus papeles es mediar entre la sociedad y el gobierno. Ocurre, en ocasiones, que quienes dirigen el medio tienen otras aspiraciones, principalmente de formar parte del poder político, por lo que aprovechan su influencia para lograr este objetivo. Lo pueden hacer de muy diversas maneras: mediante su relación con el gobernante en turno, por su influencia en los círculos del poder, o por integrarse a un partido político y apoyarlo a través de los espacios de su medio.

Los medios de comunicación tienen el deber de informar los acontecimientos de interés público, y la sociedad, de exigir veracidad en los contenidos, honestidad y respeto, tanto para sí misma como para sus instituciones, con la finalidad de

promover valores que favorezcan su desarrollo. En cuanto al sector político, éste con frecuencia busca la manera de difundir su información a través de otros canales más directos y democráticos hacia el ciudadano, además de los medios tradicionales. Por lo tanto, la información que se presente en los medios se deberá equilibrar de tal manera que permita crear una comunidad informada sobre su acontecer, sin sobrepasar los límites de responsabilidad y los roles que le corresponden a ellos y al poder político. De cualquier forma, los medios han cumplido una función política en cuanto a que ponen en contacto a gobernantes y gobernados, mediante procesos de emisión y recepción de mensajes, como se ha considerado ya en la definición de comunicación política.

La función de los medios de comunicación es mediadora, pues permite la difusión de mensajes de los poderes públicos y, a su vez, muestran el efecto de éstos en la comunidad; además son voceros que recogen el sentir popular hacia sus gobernantes. El actual desarrollo de la civilización impone nuevas exigencias al desempeño de viejas tareas. En la actualidad en sociedades caracterizadas por una creciente complejidad y fragmentación, el rol de los medios de comunicación en política ha evolucionado hasta tal extremo que han pasando de ser meros informadores a convertirse en actores de la misma.

Todo ello redunda en una creciente dependencia tanto de políticos como de votantes sobre los medios de comunicación y los mensajes que éstos difunden.



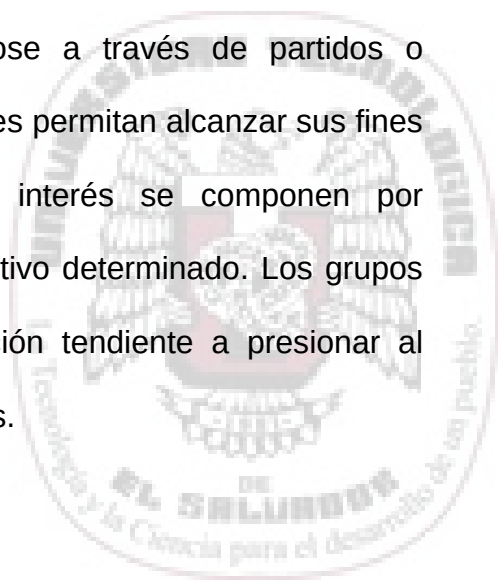
Es difícil imaginar hoy una sociedad sin medios de comunicación masiva, pero sus funciones deben estar orientadas hacia la verdad y el bien común, más allá de intereses particulares. De hecho, toda la actualidad de la vida pública debe estar apoyada por los medios. El gobernante difícilmente puede estar en contacto con sus ciudadanos sin el concurso de los medios. La inmediatez con que algunos de éstos llegan a más personas, en zonas cada vez más amplias, les otorga, a la vez que poder, una gran responsabilidad. Las formas de comunicación, sin embargo, han sufrido un cambio radical. Comunicar masivamente representa hoy un gran compromiso social. Ello hace necesario un código de esta actividad, que haga posible el traspaso de lo ético a la norma jurídica capaz de derivar en justicia. Por ello, los medios mismos han procurado legitimar su compromiso con la sociedad, para la cual algunos han establecido códigos de ética.

Los medios de comunicación masiva no son necesariamente transmisores de verdades, sino referentes. En alto grado de confiabilidad que sus auditorios les otorga les hacen parecer como los dueños absolutos de la verdad o, por lo menos, como que su función representa verdades incuestionables. Sin embargo, debe ser el receptor quién analice con sentido crítico el contenido que percibe a través de ellos, con la finalidad de aplicar su criterio de veracidad, otorgándole la importancia y trascendencia que les corresponde. En ellos está presente el carácter público, entendido como valor político de la información. El

periodista es protagonista central al que le corresponde la observación de los principios éticos. Sin embargo, debe ser el ciudadano el más obligado a vigilar y a exigir que los medios de comunicación, y quienes intervienen en ellos, se manejen de manera sana, responsable y equitativa, pues muchas veces el periodista recibe presiones que pueden modificar negativamente su empleo, familia y desarrollo personal. Los medios de comunicación social tradicionalmente han fungido como mediadores sociales, dejando poca participación a la sociedad, sobre todo cuando se trata de cuestiones políticas. En ocasiones, pareciera que más bien cumplen de manera implícita los lineamientos del poder oficial establecido. Sin embargo, el freno a la cultura participativa impuesto y promovido por los medios ha sido cuestionado por los ciudadanos que reclaman un papel menos pasivo como audiencia y ante productor de contenidos sobre temas que afectan su vida pública.

1.6.3. Los Grupos de Poder, de Interés y de Presión

Los grupos de poder están formados por ciudadanos que intentan alcanzar el poder de alguna manera, ya sea organizándose a través de partidos o sindicatos, o estableciendo alianzas entre sí que les permitan alcanzar sus fines o mantenerse en el poder. Los grupos de interés se componen por agrupaciones de ciudadanos que buscan un objetivo determinado. Los grupos de presión constituyen una forma de organización tendiente a presionar al gobierno para que sus demandas sean satisfechas.



Los grupos de presión suelen ejercer considerable influencia en los medios. Así, por ejemplo, si un medio de comunicación da cabida a cierta tendencia de opinión en contra de los daños ecológicos que ocasionan algunas empresas que se anuncian en el mismo medio, puede verse presionado por éstas con la amenaza de cancelar su publicidad.

En el caso de la presión ideológica referido a grupos u organizaciones que pudieran igualmente influir ampliamente para cambiar alguna política o tendencia de opinión, con base en su poder en el terreno de las ideas. Los medios usan efectos técnicos para elaborar mensajes que esconden sus verdaderas intenciones, enmascarando la representación de sus contenidos, elaborando formas que luego serán asociadas en el cerebro del receptor mediante procesos de razonamiento, pretendiendo cumplir la función de ser estímulos que generan respuestas específicas como consumo, votación, preferencias, admiración, simpatía, etc.

También se presentan en:

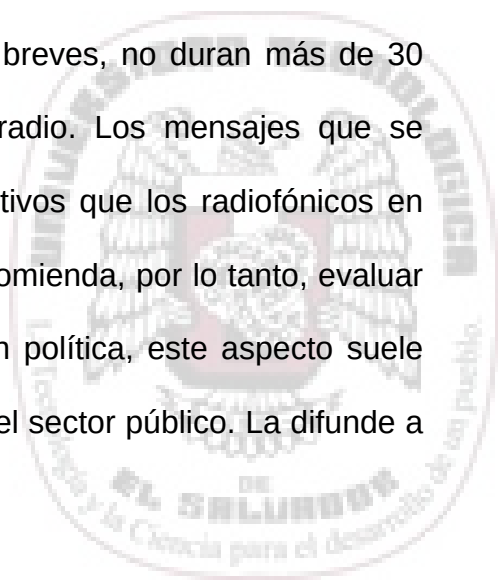
- Campañas políticas que mediante la difusión de mensajes con información sobre su ideología, pretenden influir de manera consciente sobre sus receptores, a través de discursos y mensajes ideológicos, y a veces también de manera subconsciente, gracias al uso de símbolos, colores y representaciones no definidas, los cuales influyen en las actitudes y opiniones de quienes los perciben.

- Las informaciones de los medios que muchas veces esconden sus verdaderas intenciones, o bien, muestran tendencia hacia ciertos partidos o candidatos. A través de estas informaciones, se intenta manipular la opinión de los receptores no adiestrados en la detección de argumentos que apoyan ciertos intereses. También ocurre que, cuando el público no tiene formado su criterio para validar o contrastar los datos que se le presentan, suele aceptarlos.

1.6.4.Los Mensajes Políticos en Televisión

La televisión es un medio muy poderoso de uso común y generalizado en las sociedades modernas. Se podría afirmar que, de acuerdo con las estadísticas, en cada hogar existe al menos un aparato de televisión que es visto, siguiendo una cifra conservadora, entre dos y seis horas diarias, lo cual varía según la edad, el género del espectador, el día de la semana, e incluso la época, pues, por ejemplo, durante los torneos de fútbol la audiencia aumenta.

Los mensajes de campañas políticas suelen ser breves, no duran más de 30 segundos, pues el costo es mayor que en la radio. Los mensajes que se transmiten por el medio televisivo son más atractivos que los radiofónicos en algunos casos, aunque no siempre es así. Se recomienda, por lo tanto, evaluar el factor costo-beneficio. En cuanto a información política, este aspecto suele cubrir gran cantidad de eventos y declaraciones del sector público. La difunde a



través de sus noticieros y programas especiales; además del tiempo que por ley debe destinar a la difusión de los programas de los partidos políticos.

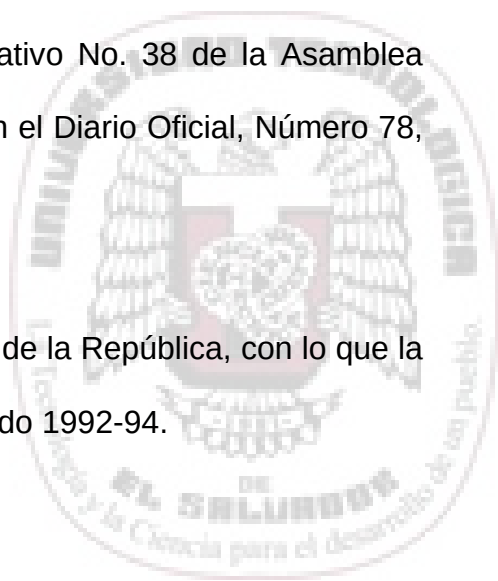
1.7. Tribunal Supremo Electoral (TSE)

El Tribunal Supremo Electoral es el resultado de las negociaciones entre el Gobierno de El Salvador (GOES) y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), plasmado en los Acuerdos de Paz de 1992, con los que se pone fin a la guerra civil.

Durante las conversaciones previas de abril de 1991, efectuadas por las partes negociadoras en México, se acordó que dentro del paquete de reformas constitucionales, se creara un Tribunal Supremo Electoral, que sustituyera al entonces Consejo Central de Elecciones (CCE), esta institución sería la más alta autoridad administrativa y jurisdiccional en material electoral.

Estos acuerdos, alcanzados en México, fueron plasmados en las Reformas Constitucionales aprobadas en el Decreto Legislativo No. 38 de la Asamblea Legislativa del 29 de abril de 1991. Y publicado en el Diario Oficial, Número 78, tomo 11 del 30 de abril de 1991.

El artículo reformado fue el 208 de la Constitución de la República, con lo que la primera administración del TSE inicia para el periodo 1992-94.



1.7.1.Funciones del Tribunal Supremo Electoral

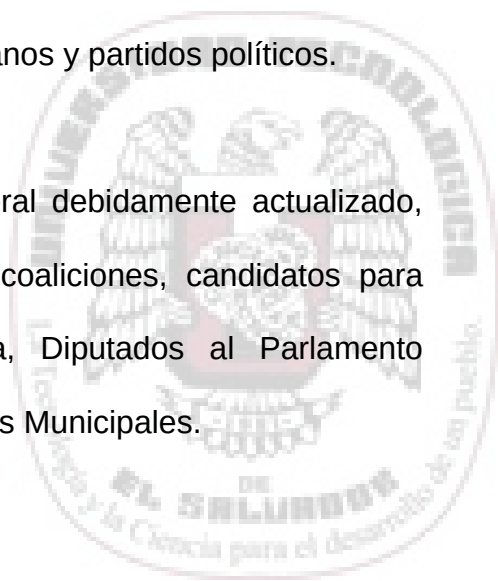
Según los Arts. 79 y 80 del Código Electoral, aprobado mediante decreto legislativo No. 417 de diciembre de 1992, el TSE tiene 2 funciones básicas:

Una **Función Administrativa**, que consiste en organizar y administrar los 4 tipos de elecciones directas que existen en el país:

- a) Presidente y Vicepresidente de la República
- b) Diputados a la Asamblea Legislativa
- c) Diputados al Parlamento Centroamericano
- d) Concejos Municipales

Una **Función Jurisdiccional**, que consiste en impartir justicia electoral, o en otras palabras, garantizar el cumplimiento del Estado de Derecho, impartiendo justicia en casos como las demandas de los ciudadanos ante la violación de sus derechos electorales. También el Tribunal Supremo Electoral vela por el fiel cumplimiento de la Constitución y Leyes que garanticen el derecho de organización y participación política de los ciudadanos y partidos políticos.

Además se encarga de llevar el Registro Electoral debidamente actualizado, lleva el registro de partidos políticos inscritos, coaliciones, candidatos para Presidentes y Vicepresidente de la República, Diputados al Parlamento Centroamericano, Asamblea Legislativa y Concejos Municipales.

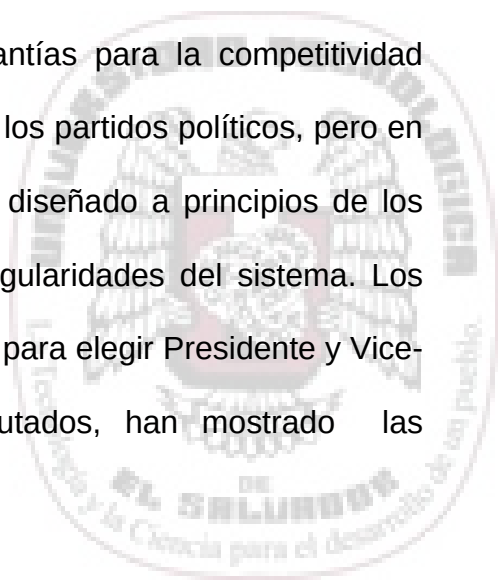


1.7.2. Los Procesos Electorales en El Salvador

Los Acuerdos de Paz, sentaron las bases para el inicio de la transición democrática en el país. La apertura política hacia el pluralismo y desarrollo de la competencia representativa, abrieron posibilidades inéditas para el pueblo salvadoreño, de construir un futuro de paz cimentado en la justicia social, el desarrollo humano sostenible y el respeto a los derechos esenciales de los hombres y mujeres de El Salvador.

Durante la última década del siglo, el país ha asistido a la implementación de procesos cívicos electorales, los cuales han permitido, en medio de dificultades, avanzar a la transición hacia la consolidación definitiva de un sistema democrático, fundamentado en la libre participación de todas las expresiones político ideológicas de la sociedad, el respeto y tolerancia al disenso y la observación de las reglas fundamentales de la competencia electoral justa, transparente y con apego a la legalidad.

La reforma legal buscó incorporar mejores garantías para la competitividad electoral y fortalecer la capacidad fiscalizadora de los partidos políticos, pero en general, se construyó sobre la base del sistema diseñado a principios de los años ochenta, manteniendo inconsistencia e irregularidades del sistema. Los procesos electorales efectuados a partir de 1994, para elegir Presidente y Vice-Presidente y tres para elegir Alcaldes y Diputados, han mostrado las



limitaciones e inconsistencias del sistema, sobretodo en materia de registro de electores y facilidades para el ejercicio del sufragio. Por otra parte, la experiencia ha reflejado las dificultades de los organismos electorales y poca eficacia en la administración de la justicia electoral.

Aún cuando las dificultades mencionadas no han impedido el reconocimiento a la legitimidad de las elecciones y sus resultados, diversos sectores han impulsado propuestas de reformas electorales. Desde 1992, tres misiones técnicas integradas por expertos electorales, nombrados por las Naciones Unidas, han evaluado el sistema electoral salvadoreño y han presentado importantes conclusiones, las cuales en lo fundamental, constatan diversas limitaciones e inconsistencias, presentando a su vez distintas recomendaciones para la modernización del sistema. A pesar de ello, muy poco se ha logrado en ese sentido y solo hay que destacar la creación del Registro Nacional de las Personas Naturales, con el propósito de desarrollar un sistema centralizado de los asientos del registro civil y la emisión de un Documento Único de Identidad. Sin embargo, su desarrollo ha sido dilatado por limitaciones presupuestarias y la falta de una clara voluntad política de apoyo para su fortalecimiento.

1.7.3.Las Instituciones Electorales

En su sentido más amplio, el sistema electoral se entiende como el conjunto de normas jurídicas jerarquizadas, que definen sujetos, derechos y obligaciones,

procedimientos e instituciones, necesarios para la realización de los procesos electorales, mediante los cuales se elige a los gobernantes en las democracias representativas. Las instituciones son las estructuras que definen la acción política, como tales se asientan en factores culturales, sobre los cuales se desarrolla la cultura política en una sociedad determinada.

La cultura política puede entenderse como “el sistema de creencias empíricos, símbolos expresados y valores que definen la situación donde la acción política se lleva a cabo”.⁷ En El Salvador, se han dado sucesivos eventos electorales y luego de los Acuerdos de Paz se ha elevado la credibilidad de los mismos, la falta de una cultura política democrática y la fragilidad de las instituciones, generaron históricamente las condiciones para la manipulación y control de los procesos electorales en función de un sistema de gobierno autoritario y excluyente de la voluntad popular. Los Acuerdos de Paz, sentaron las bases de la nueva institucionalidad, permitiendo avanzar en el desarrollo de la transición democrática. Sin embargo, al no tener las nuevas instituciones el sustento de una cultura política democrática, han experimentado un estancamiento y muestran evidentes signos de agotamiento para responder a las demandas de la consolidación democrática.

⁷ Peschard Jacqueline. “La Cultura Política Democrática. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática”. No. 2, Segunda Edición. Instituto Federal Electoral. Agosto 1995, México DF.

El desarrollo de la democracia requiere cambios en las estructuras sociales y la cultura política, además de la estabilidad y seguridad económica. Sin duda se puede afirmar que la cultura política es un factor decisivo ligado al desarrollo económico y la democracia moderna.

El fortalecimiento de las instituciones democráticas depende mucho de los niveles de satisfacción de los ciudadanos respecto a la realidad, lo cual hace posible relaciones interpersonales y colectivas basadas en la confianza y tolerancia, posibilitando en la población actitudes de rechazo a los cambios abruptos y radicales.

La organización y administración de las elecciones es de entera responsabilidad del TSE, juntamente con los organismos temporales de menor jerarquía. El objetivo es garantizar la seguridad, eficacia y transparencia de los procesos electorales y sus resultados. Al Tribunal Supremo Electoral le corresponde resolver lo relativo al contencioso electoral (llamado así, en ciertos países, al complejo de normas electorales que están sometidas a la garantía de su regularidad mediante órganos judiciales).

1.7.4.El Sistema de Partidos Políticos en El Salvador

Para efectos del presente trabajo se entenderá que los partidos políticos son aquellas agrupaciones de naturaleza política que se proponen alcanzar el poder



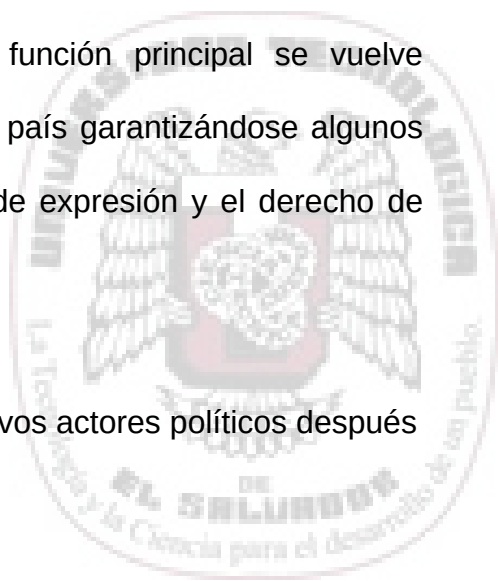
del Estado a través de procesos electorales libres y democráticos. Si bien este es un concepto restringido, se ha considerado responder adecuadamente a las exigencias de un análisis del proceso político salvadoreño durante el periodo posterior a la firma de los Acuerdos de Paz, ya que estos abrieron el proceso para la construcción del sistema de partidos en El Salvador, orientándolo hacia un multipartidismo con participación de todas las corrientes político-ideológicas.

El comportamiento electoral de los partidos políticos a partir de 1994, ha mostrado la tendencia a redefinir el sistema de partidos como multipartidario pero con una polarización bipartidista entre ARENA y el FMLN.

1.7.5.El Nuevo Escenario Político

Se entenderá como nuevo escenario político, la nueva situación socioeconómica y política que se vive en El Salvador, a partir de la firma de los Acuerdos de Paz. A raíz de este suceso se da una mayor apertura a los medios de comunicación social en donde su función principal se vuelve imprescindible para el desarrollo democrático del país garantizándose algunos derechos fundamentales, entre éstos la libertad de expresión y el derecho de ser informados.

Como ejemplo se puede mencionar que los nuevos actores políticos después



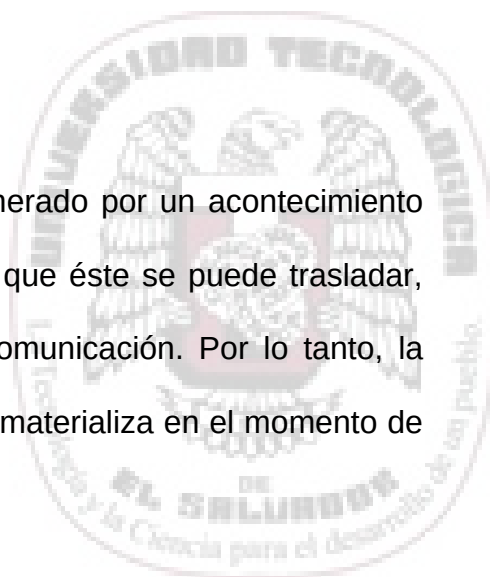
de la firma de los Acuerdos de Paz entre otros es la participación de los dirigentes del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), que se convirtieron en un partido político y desde entonces han participado en todos los procesos electorales, existiendo hoy en día representatividad de todas las tendencias política tanto en la Asamblea Legislativa como en varios municipios del país.

1.7.6.Las Elecciones como un Proceso de Comunicación

Las elecciones partidistas son consideradas como el acontecimiento político de mayor trascendencia en la vida democrática de un pueblo, debido a que es la única forma legítima de desarrollar la alternancia y reproducción del poder político.

Durante un periodo electoral la mayor parte de la población tiene diversas expectativas y esperanzas de que el resultado obtenido en los comicios cumpla con las promesas hechas durante la campaña electoral, a través de los protagonistas del mismo.

Al encontrarse ante un proceso comunicativo generado por un acontecimiento político, como es el proceso electoral, es notorio que éste se puede trasladar, sin ninguna dificultad, al modelo clásico de la comunicación. Por lo tanto, la culminación del sistema democrático pluralista se materializa en el momento de



la celebración de los comicios, es decir, cuando el ciudadano, mediante la emisión de su voto, confiere al elegido el poder de representación para intervenir en los asuntos públicos.

Los valores del sistema democrático en referencia se fundamentan sobre el principio de que los representantes, libre y voluntariamente elegidos por los ciudadanos, toman decisiones políticas de gobierno. En el caso de la conducta de voto, el ciudadano para poder expresarse en un determinado sentido, necesita de la previa disposición de argumentos, para llegar al convencimiento personal de obrar de acuerdo con sus propios intereses. Esa disposición es propiciada, innegablemente, a través de los Medios de Comunicación.



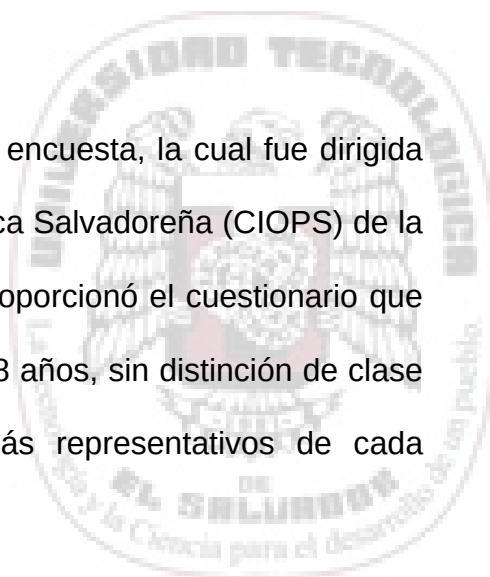
CAPÍTULO II

Investigación de Campo sobre “Los Medios de Comunicación Social Salvadoreños y su afinidad Ideológica Política, como Herramienta para incidir en la Población durante Periodos Eleccionarios”. (Elecciones: Diputados y Concejos Municipales – año 2003). Caso específico Telenoticiero: Cuatro Visión

2.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se empleó en el proceso de recolección de información fue a través de una guía de entrevista, en la cual se pretendió abordar a 3 personas que laboran en el telenoticiero Cuatro Visión (el director y dos periodistas) para conocer su opinión respecto al papel que desempeñan los telenoticieros dentro de la sociedad salvadoreña; además se entrevistaron 7 docentes del área de comunicaciones de diferentes universidades de prestigio ubicadas en San Salvador, que cuentan con la carrera de Comunicaciones, con el propósito de saber su opinión acerca del tema investigado.

Este estudio contó también con el apoyo de una encuesta, la cual fue dirigida por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador, quien proporcionó el cuestionario que se administró a hombres y mujeres mayores de 18 años, sin distinción de clase social, que transitaba por los 7 municipios más representativos de cada



departamento del país. Seguidamente se procedió a la tabulación, análisis e interpretación de los diferentes datos obtenidos y a la presentación de los resultados.

2.1.Objetivo

Identificar la influencia ideológica del telenoticiero Cuatro Visión en el comportamiento de los votantes en periodo de elecciones.

2.2.Diseño de la Investigación

La investigación que se realizó fue de carácter descriptivo, ya que se contó con material de apoyo bibliográfico. Además, se encontraron a nivel internacional estudios que hacen mención, en forma general, de la función que ejercen los medios de comunicación en las sociedades; también se tomaron en cuenta otros estudios realizados en El Salvador por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), en diciembre de 1999. Dichos estudios confirmaron que “los medios de comunicación social forman parte fundamental de los periodos eleccionarios, ya que la mayoría de las personas encuestadas manifestaron que prefieren informarse a través de los noticiarios televisivos, aunque reconocen que éstos favorecen la tendencia ideológica a la cual responden o se inclinan sus propietarios”, citado de la tesis “El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el Nuevo Escenario Político y cómo su Afinidad Ideológica- Política puede Incidir en la Población, Caso Específico

(Los Noticiarios Televisivos)” presentado por María Mirtala Peñate. Por medio de esta forma se pudo comparar, de alguna manera, las investigaciones anteriores con la que presente y obtener con ello, un mejor resultado.

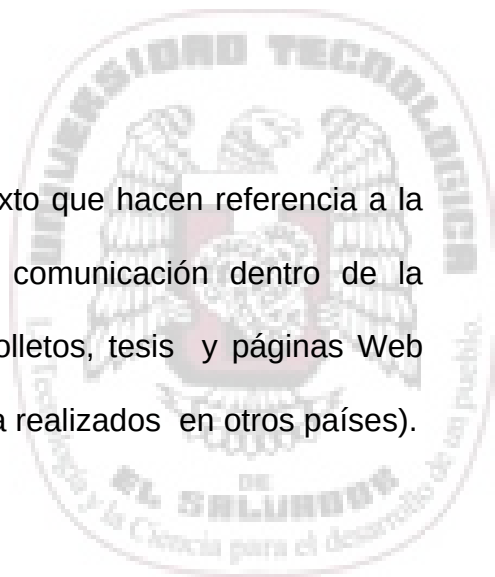
2.3. Fuentes de Información

➤ Primarias:

Para este estudio se tomó en cuenta las opiniones brindadas por expertos en la materia, tales como: 7 catedráticos del área de comunicaciones de universidades ubicadas en San Salvador las cuales son: Universidad Dr. José Matías Delgado, Universidad de El Salvador, Universidad Tecnológica y Escuela de Comunicación Mónica Herrera; así como también se quiso conocer las opiniones del director de Noticias Cuatro Visión y de dos reporteros. Además se tomó en cuenta la información brindada por hombres y mujeres mayores de 18 años que transitaba por los 7 municipios más representativos de cada departamento del país.

➤ Secundarias:

Se encontró información en libros de texto que hacen referencia a la función que ejercen los medios de comunicación dentro de la sociedad; así como también revistas, folletos, tesis y páginas Web (donde se encontraron estudios del tema realizados en otros países).



2.4.Unidades de Análisis

El conjunto de individuos que formaron parte del universo para la investigación fue:

- Telenoticiero Cuatro Visión
- Catedráticos
- Población en general

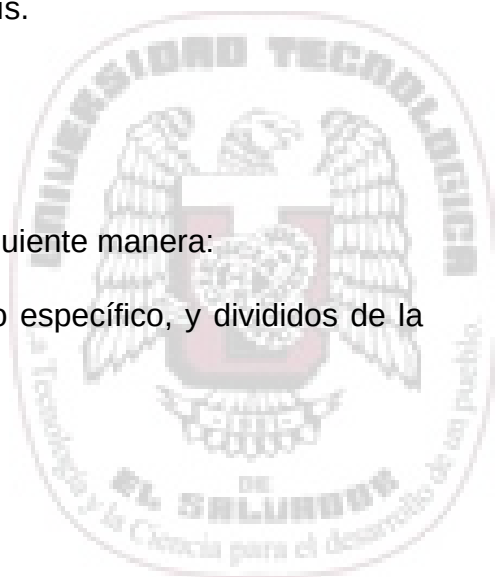
2.5.Sujetos de Estudio.

Se trató de abordar a 3 personas (el director y dos periodistas) que laboran en el telenoticiero Cuatro Visión, pero el acceso a dicha institución fue denegado; así como también se entrevistaron a 7 catedráticos del área de comunicaciones. También se contó con el apoyo del Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica, el cual realizó una encuesta a nivel nacional que fue dirigida a todas aquellas personas mayores de 18 años, ya sean hombres o mujeres que transitaba por los 7 municipios más representativos de cada departamento del país.

2.6.Determinación del Universo

El universo de la investigación se dividió de la siguiente manera:

- 10 personas contempladas dentro del caso específico, y divididos de la siguiente manera:



- Personal del telenoticiero Cuatro Visión (3)
 - Catedráticos del área de comunicaciones (7)
- Población en general (1,806): Este estudio tuvo la ayuda del CIOPS, el cual realizó una encuesta a nivel nacional; para ello, se contó con un universo finito, tomando en cuenta la información proporcionada por el Ministerio de Economía, a través del Censo Nacional de la Población y Vivienda, el cual fue de 5,118,599 habitantes, correspondiente a 1992.

2.7.Cálculo de la Muestra

El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), utilizó una fórmula, debido a que se empleó el muestreo por conglomerados, y seguidamente se distribuyó la muestra por cuotas en los 14 departamentos de acuerdo al porcentaje de cada uno en relación a la población real.

Es por ello que se tomó como base la siguiente fórmula finita:

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



Donde:

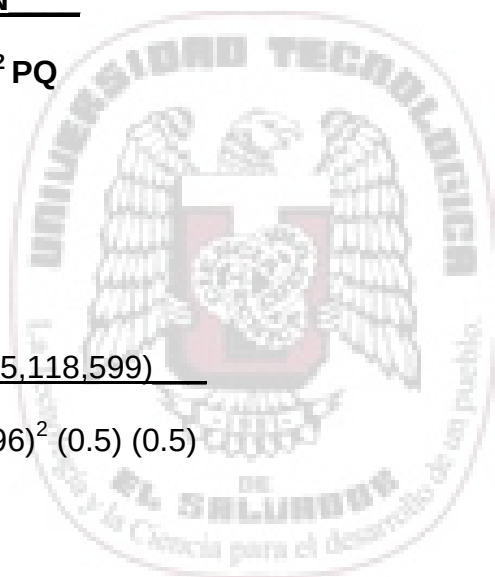
n = Tamaño de la muestra	(1800)
Z = El nivel de confianza	(1.96)
P = Probabilidad de éxito	(0.5)
Q = Probabilidad de fracaso	(0.5)
E = Error muestral	(0.025)
N = Universo	(5,118,599)

Desarrollando la fórmula se tiene:

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

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (5,118,599)}{(5,118,599-1)(0.025)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$



$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (5,118,599)}{(5,118,598) (0.000625) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{4,915,902.48}{(3,199.12375) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{4,915,902.48}{3200.08415}$$

$$n = 1,536 \text{ aproximándolo a}$$

$$n = 1,540 \text{ Habitantes}$$

De acuerdo al cálculo efectuado anteriormente, el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador determinó que la muestra a considerar era de **1,806 personas**.



Se distribuyó la muestra entre los catorce departamentos del país, los cuales estuvieron divididos en 5 sectores, detallándose a continuación:

Sector	Departamento	Población	Porcentaje	Muestra	Total
1	San Salvador	1,512,125	29.54%	532	532
2	Santa Ana	458,587	8.96%	161	380
	Sonsonate	360,183	7.04%	127	
	Ahuachapán	261,188	5.1%	92	
3	La Libertad	513,866	10.04%	181	306
	Chalatenango	177,320	3.43%	62	
	Cuscatlán	178,502	3.5%	63	
4	Cabañas	138,426	2.7%	49	294
	San Vicente	143,003	2.8%	50	
	Usulután	310,362	6.06%	109	
	La Paz	245,915	4.8%	86	
5	Morazán	160,146	3.13%	56	288
	San Miguel	403,411	7.9%	142	
	La Unión	255,565	5.0%	90	
Totales		5,118,599	100%	1,800	1,800

2.8. Técnicas de Investigación

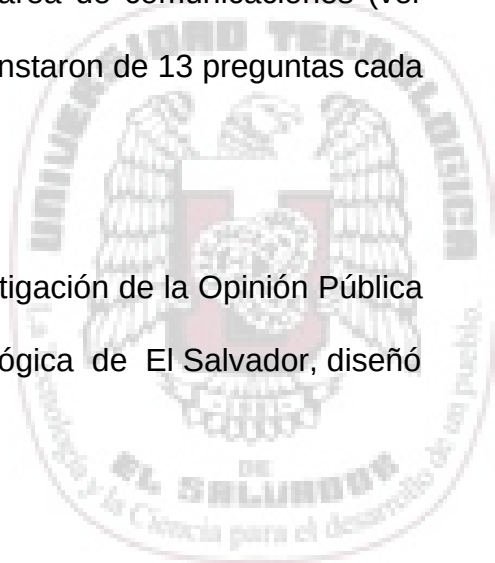
En el estudio de campo se utilizaron 2 tipos de técnicas para recolectar los datos, las cuales fueron:

- **Entrevista:** Se administró una guía a 7 docentes del área de comunicaciones de diferentes universidades para que brindaran sus apreciaciones respecto al tema planteado (ver anexo # 1).
- **Encuesta:** Fue proporcionada y supervisada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (ver anexo # 6).

2.9. Descripción de Instrumentos

Para sustentar la investigación se elaboraron 2 clases de guías de entrevistas estructuradas, una para el personal que labora en el telenoticiero Cuatro Visión (ver anexo # 3) y la otra para catedráticos del área de comunicaciones (ver anexo # 1) de diferentes universidades, la cual constaron de 13 preguntas cada una.

Para el estudio a nivel nacional el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador, diseñó



tres cuestionarios diferentes (ver anexo # 6) para evaluar la opinión pública. Cada cuestionario contenía preguntas cerradas, dándoles a conocer las categorías de respuesta y esto permitió obtener la información necesaria.

2.10. Presentación de Resultados

Para efectos de comprensión, se presentan los resultados obtenidos de la investigación de campo:



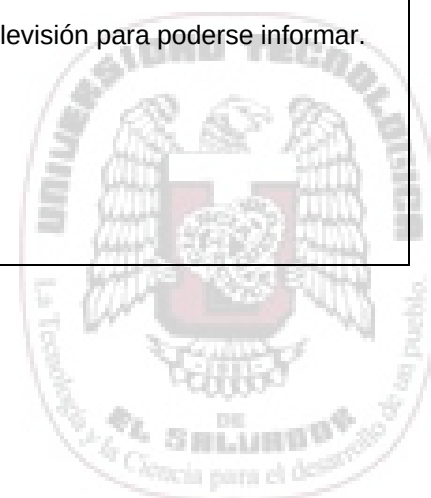
2.10.1. Matriz de Entrevista dirigida a los Catedráticos del Área de Comunicaciones

DATOS				
GENETALES	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
Cargo	Coordinador de Investigación Escuela de Comunicaciones y Coordinador de Post Grado	Decano de Arte y Cultura	Docente hora clase	Docente del Departamento de Periodismo
Empresa	Universidad Dr. José Matías Delgado	Universidad Tecnológica de El Salvador	Escuela de Comunicación Mónica Herrera	Universidad de El Salvador

DATOS			
GENETALES	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
Cargo	Docente y miembro de la Junta Directiva de la Facultad de Periodismo.	Docente Universitario	Director General y Docente hora clase
Empresa	Universidad de El Salvador	Universidad Tecnológica de El Salvador	Canal 33 y Universidad Tecnológica de El Salvador

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
1. De los medios de Comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es de su preferencia?	Todos, ya que mi trabajo es investigativo.	La radio por su cobertura; pero también la televisión, por ser de mayor impacto, ya que combina imagen y sonido.	Prensa escrita porque permite reflexionar lo que uno lee.	Televisión porque posee mayor cobertura y es instantánea.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
1. De los medios de Comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es de su preferencia?	Televisión, por cuestión de tiempo.	Televisión, porque es completa y dinámica.	Televisión. Por la falta de tiempo es más fácil utilizar la televisión para poderse informar.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?	Sí, porque pasan algunas cosas del país, no todo es estrictamente inventado. No, por el acercamiento que a veces le dan a los hechos que va de lo superficial a lo estrictamente ideológico.	No, la objetividad es la que pretende reflejar la realidad tal y como es; pero la radio, televisión y prensa pertenecen a la propiedad privada y obedecen a intereses del propietario.	No, porque tienen una posición ideológica que defender y por lo tanto que apoyar.	La objetividad siempre ha sido relativa, lo que podría cuestionarse es si informan parcial o imparcial.

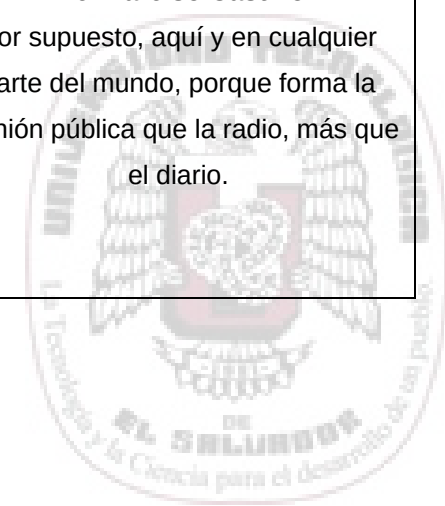
PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?	No porque tienen sus tendencias y preferencias políticas. Los dueños de los medios determinan la línea editorial e informativa.	No, porque todos tienen intereses económicos y partidistas de por medio.	Yo creo que no, porque son muy politizados, es muy importante la opinión política de sus propietarios y eso influye mucho. Los directores son sirvientes de la ideología de los dueños de comunicaciones y eso hace que sean opiniones muy sesgadas.

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?	Malo, porque ellos crean los hechos noticiosos con relación a las elecciones. Excelente en términos económicos porque es el periodo donde ganan mucho dinero.	Malo, porque en lugar de orientar desorientan con sus intereses de campos pagados por las grandes empresas y partidos políticos. Excelente porque cubren cualquier cosa en cualquier momento.	Depende de que posición ideológica se encuentren los medios.	Bueno, porque el tinte propagandístico que tiene la información noticiosa en los medios incide directamente en la atención del público. La televisión tiene una influencia poderosa en periodos electorales, es allí el peligro de la manipulación de la información, ya sea a favor o en contra.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?	Malo, porque los medios lo que hacen es enfilarse hacia una tendencia política con un partido.	Bueno, porque presentan información relativamente completa, aunque siempre orientada a favorecer al partido con cuya ideología se identifican.	No puedo catalogarlos ni de bueno ni de excelentes sino que de influyentes. Influyen de acuerdo al gusto, preferencia u opción de su dueño.

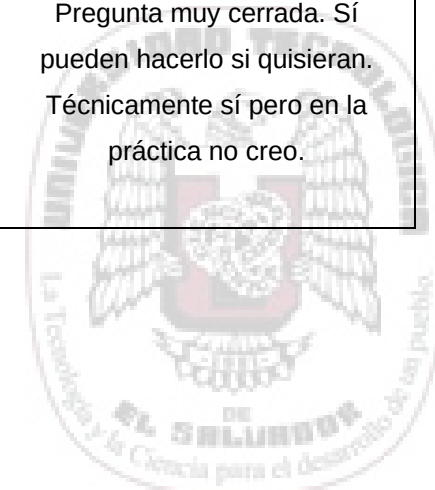
PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?	Sí, porque se constituyen como una fuente de información para la población.	Sí, el problema es quién descodifica los mensajes.	Sí, porque a veces independientemente del papel ideológico que tenga cada medio, en determinados momentos algo tienen que decir de real, pues algunos casos de corrupción han salido a luz pública y han sido producto de varias denuncias hechas por los medios de comunicación.	Sí, los noticieros son una forma inmediata para mantenerse informado, pero la misma fugacidad de la nota por televisión no permite ahondar ciertos aspectos.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?	Para el medio y la empresa privada es importante, pero el grueso de la sociedad generalmente es víctima de los medios de comunicación.	Sí, porque es el medio por el cual la mayoría de los salvadoreños nos informamos de lo que ocurre en nuestro país y el mundo.	Por supuesto, aquí y en cualquier parte del mundo, porque forma la opinión pública que la radio, más que el diario.



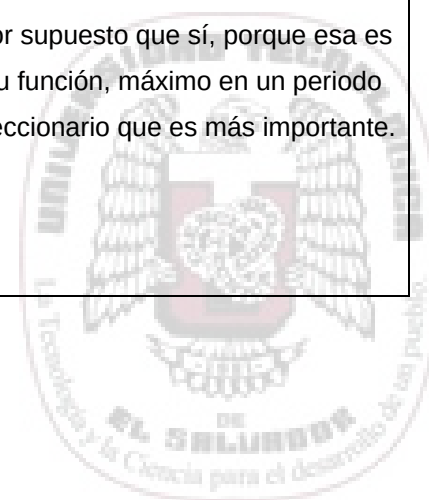
PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?	No están capacitados por razones ideológicas y profesionales, están bastante limitados y no tienen la formación para tratar los temas.	Pueden estar capacitados y ser profesionales, el problema es a la hora de dar los mensajes, que son de interés de la gran empresa y en ese sentido se pierde.	Sí, técnicamente y profesionalmente están capacitados, el problema es que se anteponen los intereses económicos.	No, creo que ningún medio está capacitado para informar objetivamente.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?	El problema no es de capacitación sino de tendencias y líneas editoriales.	No, porque hay muchos intereses de por medio, casi indestructibles.	Pregunta muy cerrada. Sí pueden hacerlo si quisieran. Técnicamente sí pero en la práctica no creo.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tiene el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?	Sí, pero deberían ofrecer información especializada, como por ejemplo: debates entre partidos políticos, periodismo investigativo, etc.	Sí, tienen la obligación de informar, entretener y educar; pero en realidad la función es económica.	Tienen ese deber por cuestiones éticas, pero el problema es el choque de la ética-moral con la realidad. Teóricamente tienen el deber pero la práctica es otra cosa.	Claro, comenzando con TSE que debería hacer una campaña informativa, sobre todo para disminuir el índice de abstencionismo.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tiene el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?	En periodos y no periodos, debe ser una tarea permanente en el planteamiento del deber ser.	Sí, por sus cinco roles básicos: 1)Informar 2)Educar 3)Entretener 4)Fiscalizar las acciones públicas 5)Proyectarse socialmente.	Por supuesto que sí, porque esa es su función, máximo en un periodo eleccionario que es más importante.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
7. ¿Cree usted que la ideología política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?	Claro que la ideología política influye.	Influye de gran manera, porque definitivamente la ideología es lo que mueve a las personas a actuar y comportarse de determinada manera.	Indiscutiblemente que sí, en primer lugar por intereses económicos, ideológicos e incluso religiosos.	Claro que sí, porque al público ya no se le puede engañar, ya que identifica que tal noticiero es partidario de tal ideología o causa política.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
7. ¿Cree usted que la ideología política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?	Por supuesto que influye en la población porque le dan una orientación ideológica en la información.	Sí, porque el tratamiento de toda información se hace con “autocensura”, la que obedece a los intereses del medio. Hay que informar, pero si la información perjudica directa o indirectamente al medio, se censura.	Sí influye por lo que dije anteriormente.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
8. ¿Está de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?	No, demasiado saturan de propaganda.	No podría opinar porque tendría que tener una especie de conocimiento objetivo de cuanto es el espacio que se le brinda a la noticia.	Se supone que una noticia debe ser bastante balanceada, pero específicamente Cuatro Visión no hay posibilidad del contraste de opinión.	No, porque hay mucha saturación de espacios políticos, y todo el tiempo el gobierno hace proselitismo divulgando las obras públicas que realiza con campañas, eslogans, frases, etc. y el público termina estresado.

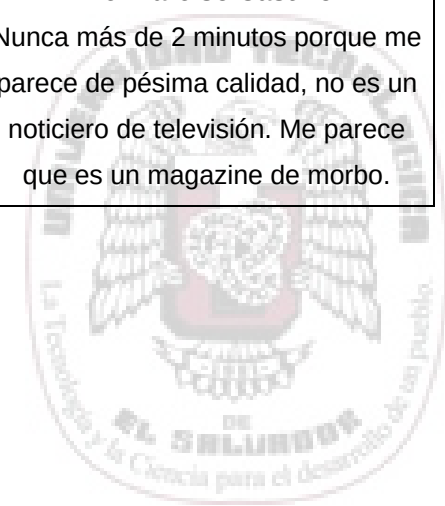
PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
8. ¿Está de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?	Evaluar esta parte es muy difícil en este momento, pero los partidos mayoritarios, principalmente el partido de gobierno, tiene los espacios establecidos.	No, es demasiada. Hay una sobresaturación de mensajes.	Sí le dan los suficientes espacios, yo creo que generalmente todos los medios del país le dan suficiente espacio del acontecer electoral.

PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?	No, porque la gente percibe que es mentira, por eso hay una reacción negativa. Por otra parte pueden incidir en la actitud de voto pero no es significativo.	Sí, pero depende de una serie de condiciones, de la naturaleza propia de la persona. Ejemplo: una persona que tenga plena convicción no es influenciada pero una que tiene dudas sí.	Estudios mundiales indican que normalmente la decisión de votar por uno u otro partido ya está tomada, la información debe ser orientada hacia los indecisos.	Sí, la televisión es la que puede incidir en el voto por un candidato.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?	Sí tiene incidencia, pero no en todos los sectores; es decir, hay grupos que son más críticos, en los que la publicidad no va a tener mayor impacto.	No, la mayoría vota por el partido con el que se identifica desde joven. Una noticia más o una noticia menos, no hace que la gente cambie radicalmente de decisión.	Sí porque los medios de comunicación influyen en la opinión pública. La gente se enterar y se informa a través de los medios de comunicación.

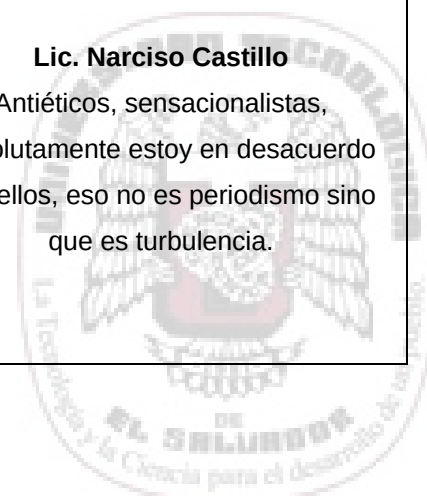
PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticiero Cuatro Visión?	Casi siempre, para ver cuál es el tratamiento de la información y porque presentan en el menú cosas muy diferentes.	Sí, porque me gusta hacer un análisis comparativo de la objetividad de todos los noticieros.	Sí, para formarme un juicio de qué tipos de hechos presenta y así tener una opinión crítica.	Sí, para analizarlo con una capacidad crítica. Abusan de ciertas libertades anteponiendo los intereses de la difusión de “rating”.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticiero Cuatro Visión?	Sí, porque es parte de mi profesión ver los medios de comunicación; aunque no es el medio de mi preferencia.	Sí, porque me ha llamado la atención alguna noticia en particular.	Nunca más de 2 minutos porque me parece de pésima calidad, no es un noticiero de televisión. Me parece que es un magazine de morbo.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?	Hacen la escenificación de los sucesos y además hay temas que salen de la órbita tradicional.	Es amarillista, tendencioso, poco objetivo, sensacionalista, obedece a ideologías determinadas por intereses de la derecha y lo que trata es de mantener un estatus de dominio.	En algunos casos no llegan ni a noticia, sino que son simples dramatizaciones de los hechos y este tipo de programas es dañino para la salud mental.	Es muy tremendo el impacto psicológico: escenas crudas, espeluznantes y creo que el público no está siendo bien orientado con ese tipo de hechos donde existe un mercantilismo.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?	La información es maltratada, mienten y en materia política están totalmente plegados a la política del gobierno.	Son básicamente notas policíacas y rojas. Para mi no es un noticiero, sino más bien, un espectáculo de información sobrecargada de amarillismo.	Antiéticos, sensacionalistas, absolutamente estoy en desacuerdo con ellos, eso no es periodismo sino que es turbulencia.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
12.¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?	Ideología política de derecha, a veces sacrifican el lenguaje profesional por el compadrazgo político.	Ideología política conservadora y me refiero del gran capital conservador tradicional.	Es ultraderecha, defienden los intereses de la empresa privada (gran capital)	La ideología política no se percibe muy bien.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
12.¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?	En términos ideológicos están ligados al poder económico que se encuentra en el poder político (defensa de la propiedad privada).	Derechista	Ultra derechista.



PREGUNTA	Lic. Mario Cantarero	Lic. Israel Noyola	Lic. Julio Grande	Lic. José Cubias
13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo eleccionario?	Sí, porque todo el enfoque que le dan a las noticias es de derecha, pero no cambia la decisión de voto.	Se puede, pero depende de la convicción natural de cada persona, de su nivel de conocimiento.	No, y sí se puede influir a unas personas pero va a ser mínimo y no va a cambiar el resultado de toda una elección.	No solo Cuatro Visión, sino todos los programas que tengan contenido político pueden incidir en el voto electoral, pues está comprobado que la televisión penetra por sus colores, símbolos, imagen, lenguaje corporal, etc. En este medio se puede difundir con más facilidad un mensaje propagandístico, incluso enviar mensajes subliminales y manipular.

PREGUNTA	Lic. Napoleón Rodríguez	Lic. Jonathan García	Lic. Narciso Castillo
13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo eleccionario?	Depende de los sectores, ya que los medios de comunicación no tienen el poder absoluto sobre la audiencia, pues va a depender de los niveles culturales, económicos y concepciones religiosas.	No, porque la mayoría vota por el partido con el que se identifica desde jóvenes.	No porque Cuatro Visión no tiene el poder de convencer a toda la sociedad salvadoreña, influye en su público. Cuatro Visión influye en la gente que ve esa clase de noticias.

2.10.2.Resultados de la Encuesta (Opinión Pública)

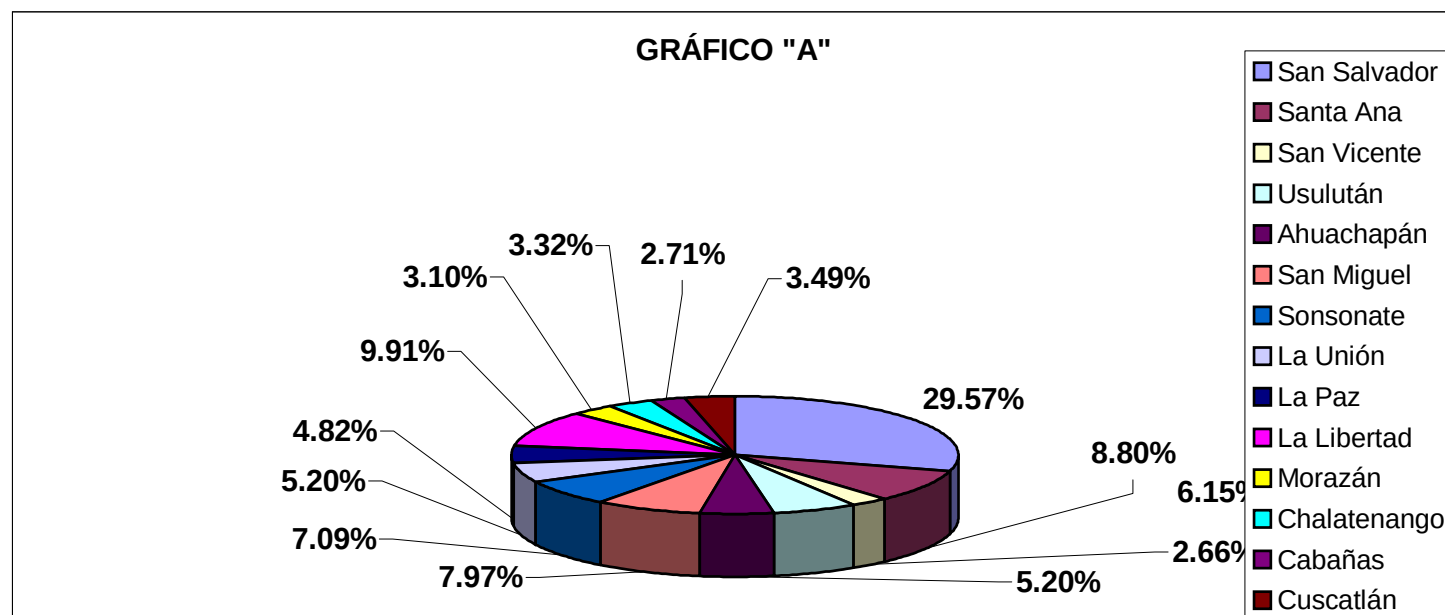
Nota: De la Encuesta de Televisión para la Opinión Pública realizada por el CIOPS, se seleccionaron las preguntas que tienen mayor relación con el tema de investigación, las cuales conservan el número que poseían en dicho cuestionario(ver anexo # 6).

DATOS GENERALES

OBJETIVO: Conocer el perfil de los encuestados para lograr analizar los resultados de forma objetiva.

DEPARTAMENTO CUADRO “A”

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Salvador	534	29.57%
Santa Ana	159	8.8%
San Vicente	48	2.66%
Usulután	111	6.15%
Ahuachapán	94	5.20%
San Miguel	144	7.97%
Sonsonate	128	7.09%
La Unión	94	5.20%
La Paz	87	4.82%
La Libertad	179	9.91%
Morazán	56	3.10%
Chalatenango	60	3.32%
Cabañas	49	2.71%
Cuscatlán	63	3.49%
TOTAL	1806	100%

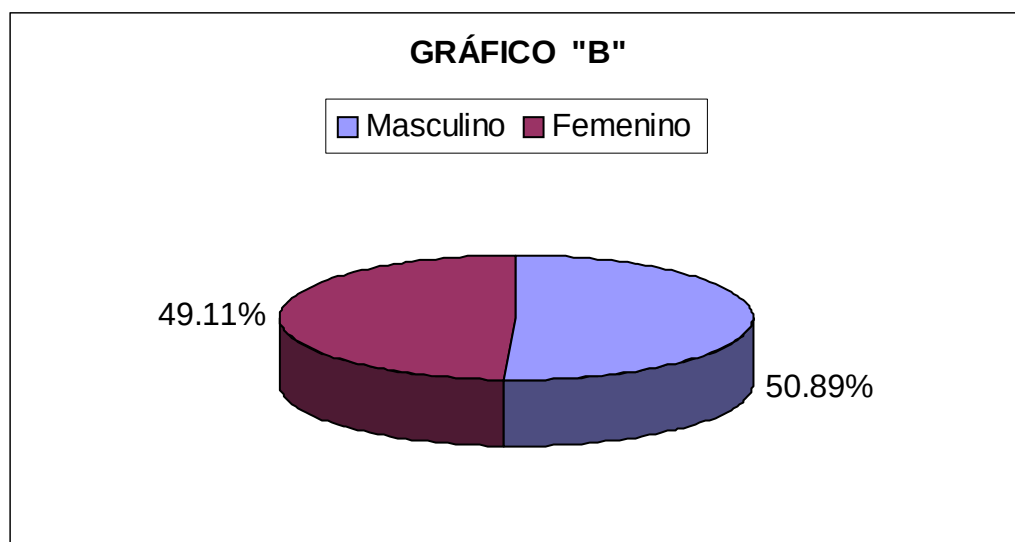


HALLAZGO: Los resultados demuestran que del 100% de las personas encuestadas el 29.57% pertenecían al departamento de San Salvador, el 9.91% al departamento de La Libertad, el 8.80% al departamento de Santa Ana, el 7.97% al departamento de San Miguel, el 7.09 % al departamento de Sonsonate, el 6.15% al departamento de Usulután, el 5.20% a los departamentos de Ahuachapán y la Unión, el 3.49% al departamento de Cuscatlán y 2.66% al departamento de San Vicente.

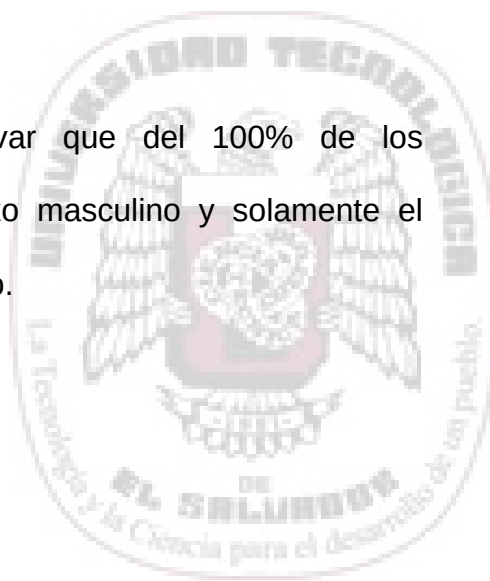
SEXO

CUADRO "B"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	919	50.98%
Femenino	887	49.11%
TOTAL	1806	100%



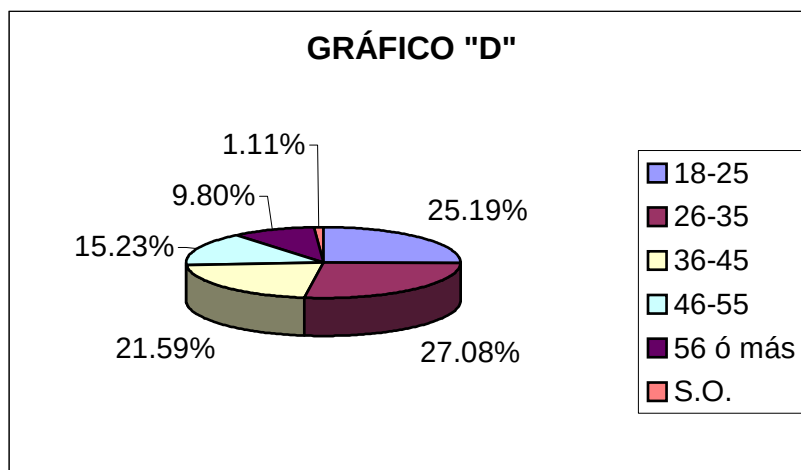
HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, el 50.98% eran personas del sexo masculino y solamente el 49.11% de ellos formaban parte del sexo femenino.



EDAD

CUADRO "D"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-25	455	25.19%
26-35	489	27.08%
36-45	390	21.59%
46-55	275	15.23%
56 ó más	177	9.80%
Sin Opinión	20	1.11%
TOTAL	1806	100%

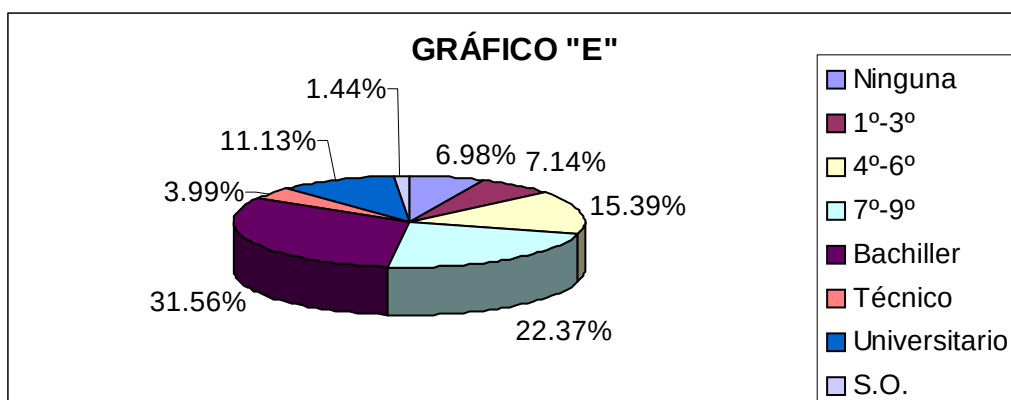


HALLAZGO: Las personas que oscilan entre las edades de 26-35 años ocupan la mayoría de los encuestados con un 27.08%, en segundo lugar están los de 18-25 años con un 25.19%, el tercero lo ocupan los de 36-45 años con un 21.59%, el cuarto es para los de 46-55 años con un 15.23%, el quinto es para los de 56 ó más con un 9.80% y en último lugar con el 1.11% están los de Sin Opinión.

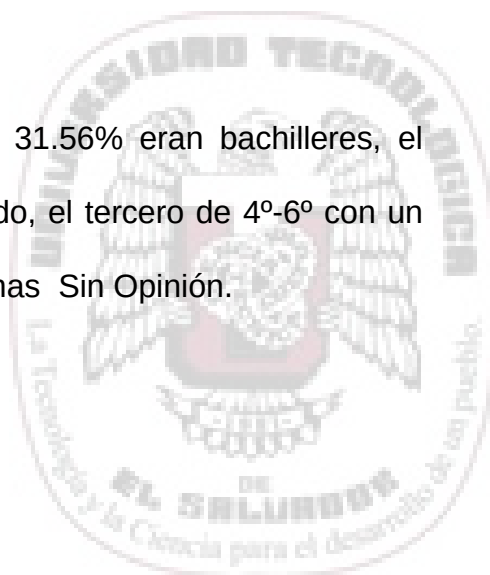
ESCOLARIDAD

CUADRO "E"

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%
Sin Opinión	26	1.44%
TOTAL	1806	100%



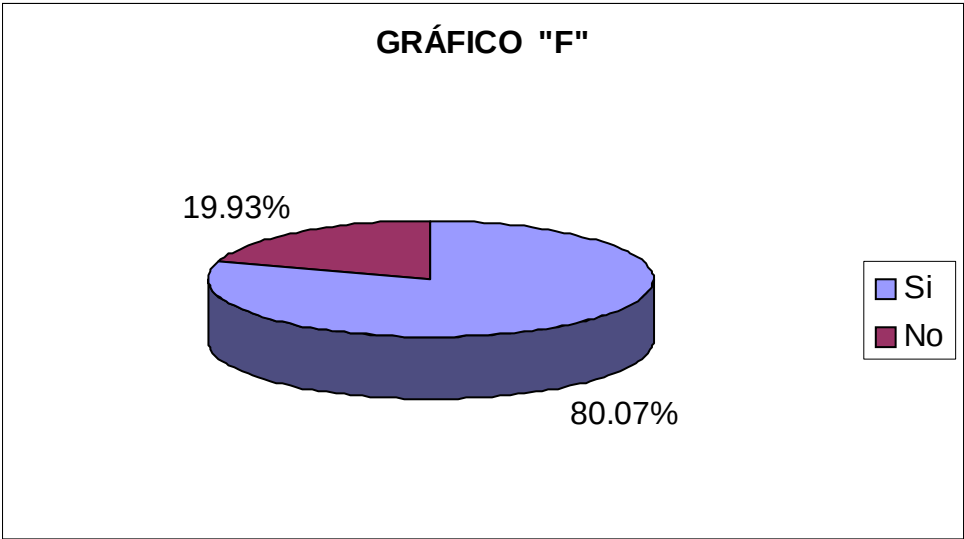
HALLAZGO: Del 100% de los encuestados el 31.56% eran bachilleres, el segundo lugar con un 22.37% eran de 7º-9º grado, el tercero de 4º-6º con un 15.39% y el último lugar con el 1.44% eran personas Sin Opinión.



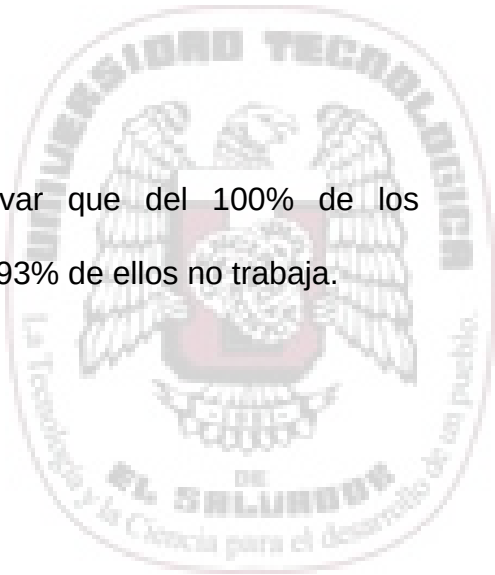
TRABAJA

CUADRO “F”

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1446	80.07%
No	360	19.93%
TOTAL	1806	100%



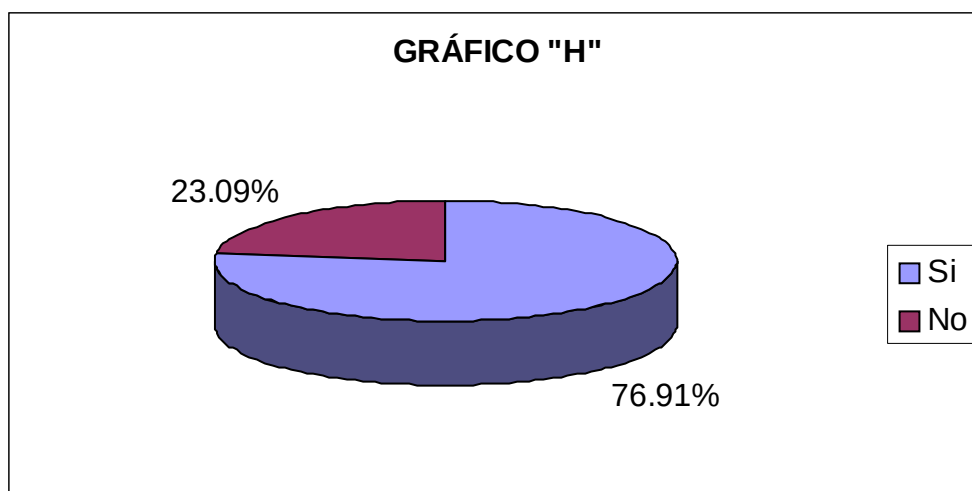
HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, el 80.07% trabaja y solamente el 19.93% de ellos no trabaja.



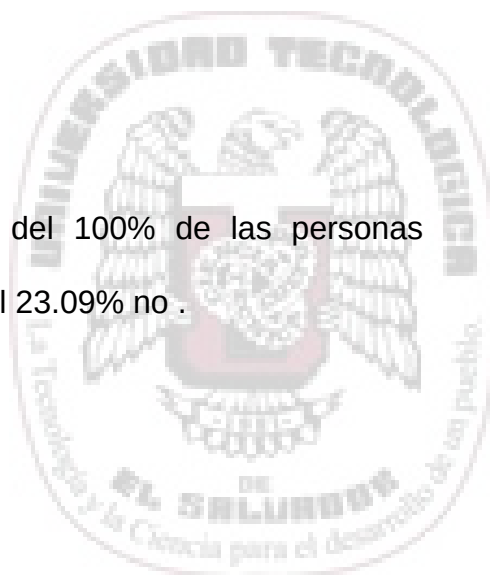
Posee carnet electoral

CUADRO "H"

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1389	76.91%
No	417	23.09%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Los resultados demuestran que del 100% de las personas encuestadas el 76.91% posee carnet electoral y el 23.09% no .



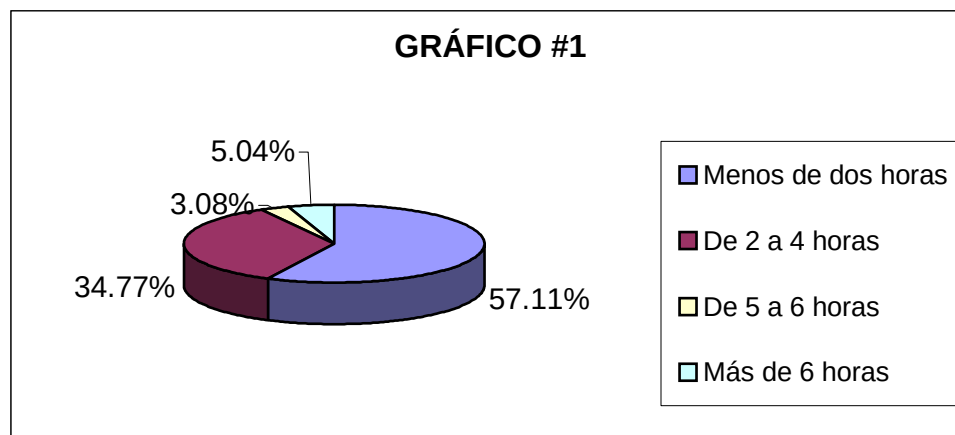
PREGUNTA # 1

¿Con qué frecuencia ve televisión diariamente?

OBJETIVO: Conocer la cantidad de tiempo que los encuestados usan para ver televisión diariamente.

CUADRO # 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de dos horas	1020	56.48%
De 2 a 4 horas	621	34.39%
De 5 a 6 horas	55	3.05%
Más de 6 horas	90	4.98%
Sin Opinión	20	1.11%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, el 56.48% ve televisión menos de dos horas diariamente; el 34.39% ve de 2 a 4 horas, el 4.98% ve más de 6 horas, el 3.05% ve de 5 a 6 horas y el 1.11% fue Sin Opinión.

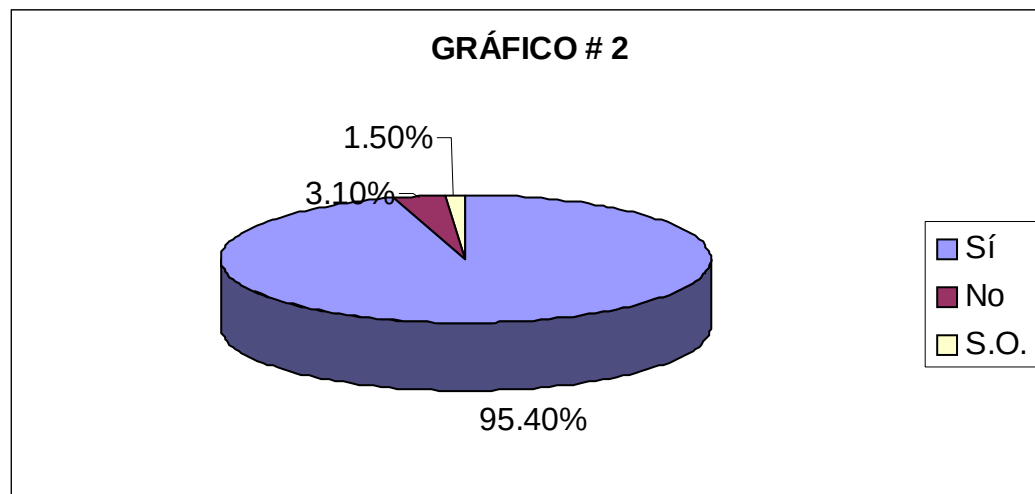
PREGUNTA # 2

¿Conoce los noticieros televisivos?

OBJETIVO: Identificar si los encuestados conocen los noticieros televisivos.

CUADRO # 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1723	95.40%
No	56	3.10%
Sin Opinión	27	1.50%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados el 95.40% opinó que conocen los noticieros televisivos, el 3.10% opinó que no los conocen y el 1.50% son Sin Opinión.

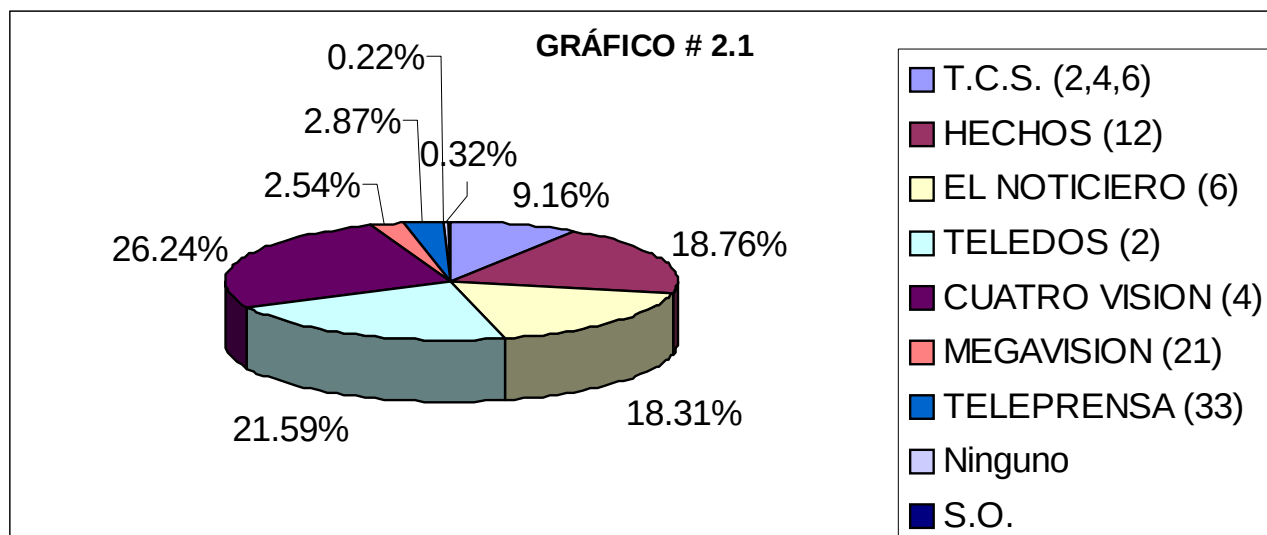
PREGUNTA # 2.1

Si contestó sí, ¿mencione los tres noticieros de su preferencia?

OBJETIVO: Identificar cuales son los noticieros que prefieren los encuestados.

CUADRO # 2.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S. (2,4,6)	425	9.16%
HECHOS (12)	871	18.76%
EL NOTICIERO (6)	850	18.31%
TELEDOS (2)	1002	21.59%
CUATRO VISION (4)	1218	26.24%
MEGAVISION (21)	118	2.54%
TELEPRENSA (33)	133	2.87%
Ninguno	10	0.22%
Sin Opinión	15	0.32%
TOTAL	4642	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 26.24% opinó que el noticiero más preferido es Cuatro Visión (4), el segundo lugar con un 21.59% es para Teledos (2) y el tercer lugar con un 18.76% es para el noticiero Hechos (12).

PREGUNTA # 3

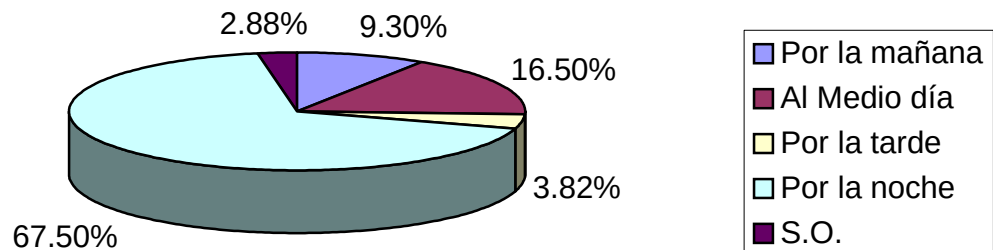
¿En qué horario acostumbra ver la transmisión de los noticieros?

OBJETIVO: Conocer el horario en que los encuestados acostumbran ver la transmisión de los noticieros.

CUADRO # 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la mañana	168	9.30%
Al Medio día	298	16.50%
Por la tarde	69	3.82%
Por la noche	1219	67.50%
Sin Opinión	52	2.88%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 3



HALLAZGO: Se puede constatar en el gráfico que del 100% de los encuestados, el 67.50% acostumbra ver los noticieros por la noche, en segundo lugar con un 16.50% lo ven al mediodía, el tercer lugar con un 9.30% lo ven por la mañana, el cuarto lugar con un 3.82% lo ven por la tarde y el último lugar con un 2.88% Sin Opinión.

PREGUNTA # 4

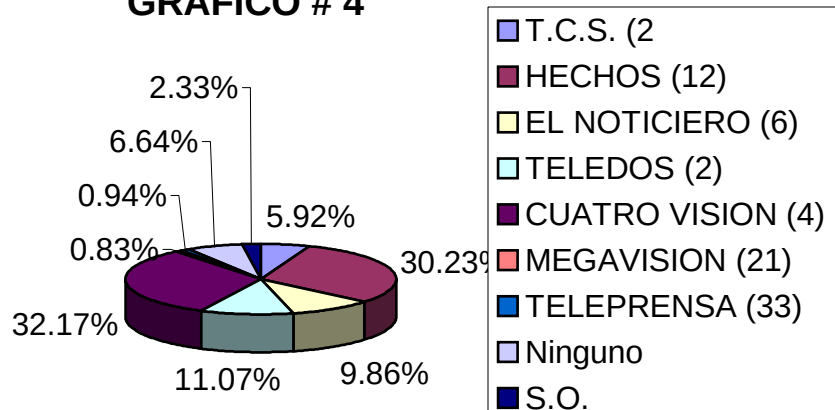
¿Cuál es según su criterio el noticiero de mayor credibilidad y objetividad?

OBJETIVO: Identificar cuál es para los encuestados el noticiero de mayor credibilidad y objetividad.

CUADRO # 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S. (2)	107	5.92%
HECHOS (12)	546	30.23%
EL NOTICIERO (6)	178	9.86%
TELEDOS (2)	200	11.07%
CUATRO VISION (4)	581	32.17%
MEGAVISION (21)	15	0.83%
TELEPRENSA (33)	17	0.94%
Ninguno	120	6.64%
Sin Opinión	42	2.33%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 4



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 32.23% opinó que Cuatro Visión es el noticiero de mayor credibilidad y objetividad, el segundo lugar con un 30.23% es para el noticiero Hechos (12), el tercer lugar con un 11.07% para Teledos y el último lugar es para el noticiero Megavisión (21) con un 0.83% .

PREGUNTA # 5

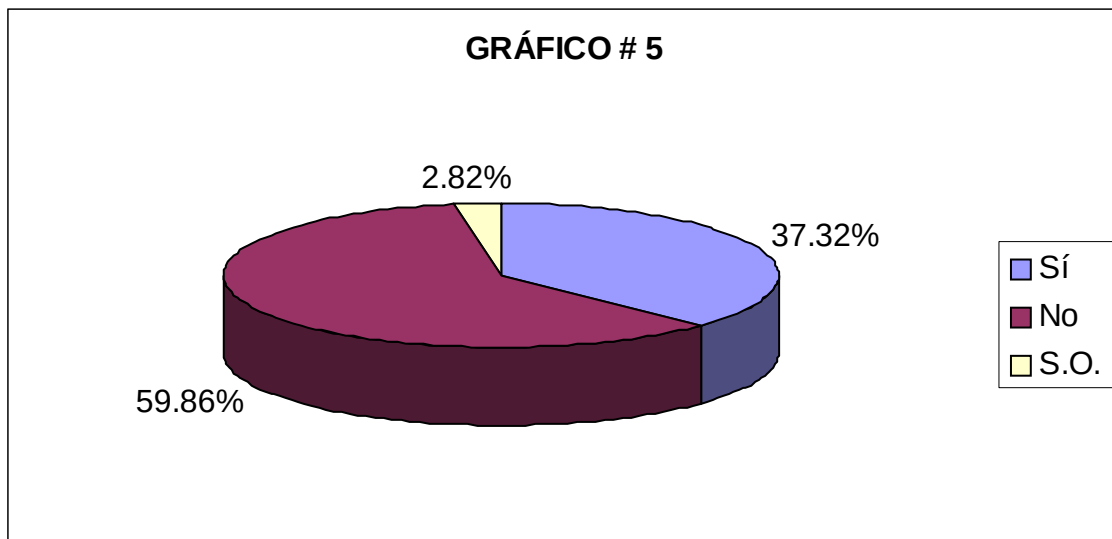
¿Influyen los noticieros televisivos en su decisión para ejercer el voto?

OBJETIVO: Conocer si los noticieros televisivos influyen en los encuestados en su decisión para ejercer el voto.

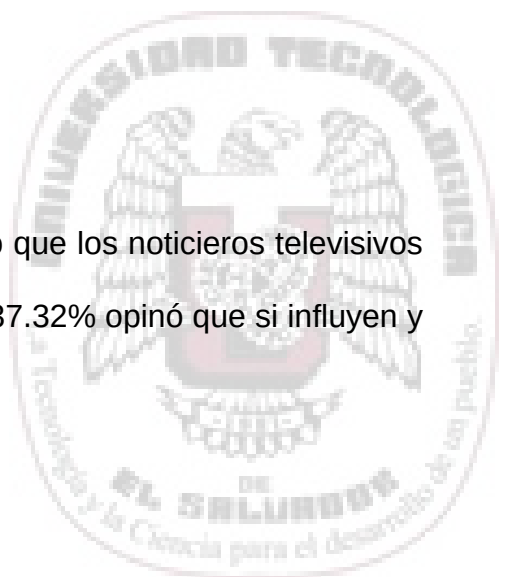
CUADRO # 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	674	37.32%
No	1081	59.86%
Sin Opinión	51	2.82%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 5



HALLAZGO: El 59.86% de los encuestados opinó que los noticieros televisivos no influyen en su decisión para ejercer el voto, el 37.32% opinó que si influyen y el 2.82% es Sin Opinión.



PREGUNTA # 6

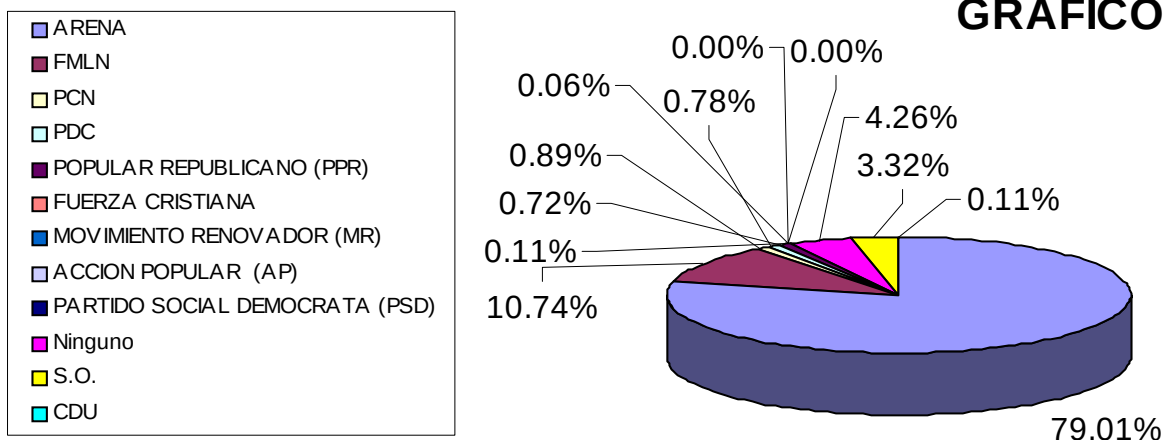
¿Mencione cuál es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos?

OBJETIVO: Identificar cuál es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos.

CUADRO # 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	1427	79.01%
FMLN	194	10.74%
PCN	16	0.89%
PDC	14	0.78%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	13	0.72%
FUERZA CRISTIANA	1	0.06%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	0	0%
ACCION POPULAR (AP)	0	0%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	2	0.11%
Ninguno	77	4.26%
Sin Opinión	60	3.32%
CDU	2	0.11%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 6



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados el 79.01% opinó que el partido ARENA es el que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos, el segundo lugar con un 10.74% es para el FMLN y en último lugar con un 0% se encuentran los partidos Movimiento Renovador y Acción Popular.

PREGUNTA # 6.1

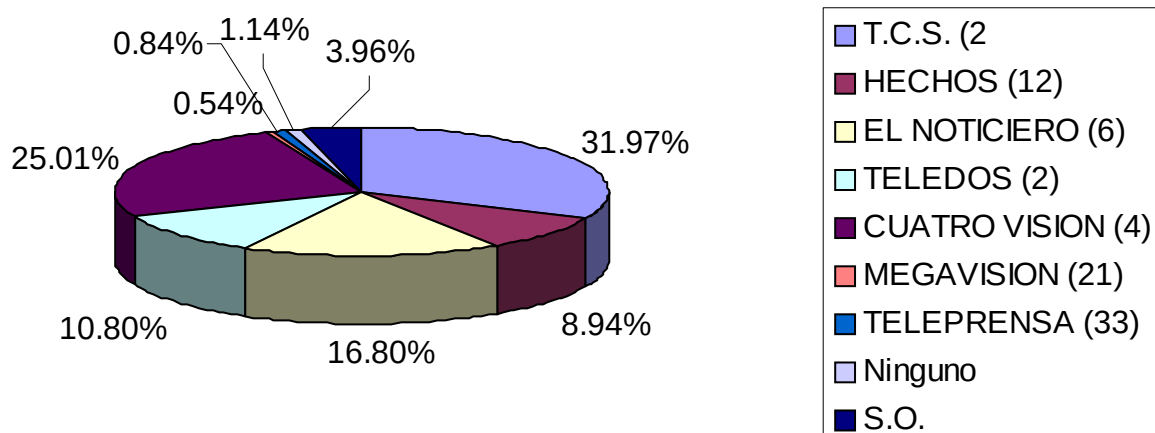
¿En cuál noticiero se da mayor cobertura a dicho partido?

OBJETIVO: Conocer el noticiero que da mayor cobertura a los partidos políticos, según los encuestados.

CUADRO # 6.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.C.S. (2)	533	31.97%
HECHOS (12)	149	8.94%
EL NOTICIERO (6)	280	16.80%
TELEDOS (2)	180	10.80%
CUATRO VISION (4)	417	25.02%
MEGAVISION (21)	9	0.54%
TELEPRENSA (33)	14	0.84%
Ninguno	19	1.14%
Sin Opinión	66	3.96%
TOTAL	1667	100%

GRÁFICO # 6.1



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 31.97% opinó que el noticiero que da mayor cobertura a los partidos políticos es el que transmite T.C.S. (2), en segundo lugar con un 25.02% es para Cuatro Visión (4), el tercer lugar con un 16.80% es para El Noticiero (6) y en último lugar con un 0.54% es para el noticiero Megavisión (21).

PREGUNTA # 7

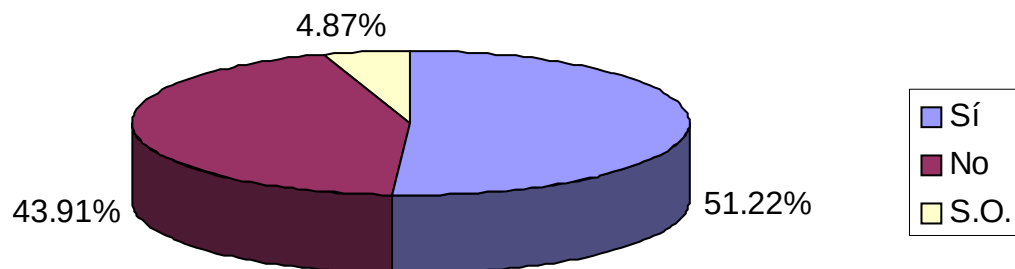
¿Considera imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados consideran imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política.

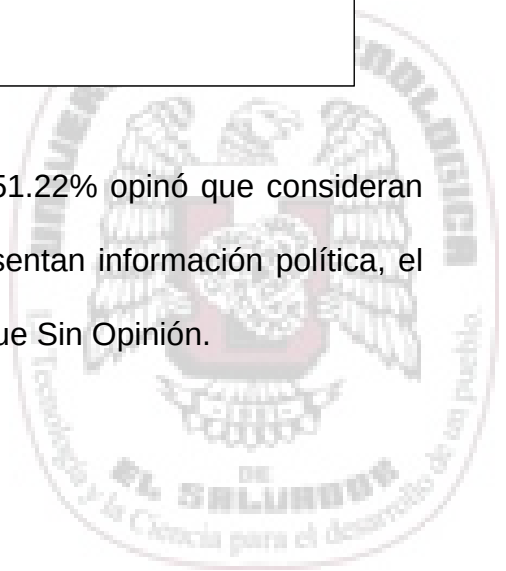
CUADRO # 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	925	51.22%
No	793	43.91%
Sin Opinión	88	4.87%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 7



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 51.22% opinó que consideran imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política, el 43.91% opinó que no son imparciales y el 4.87% fue Sin Opinión.



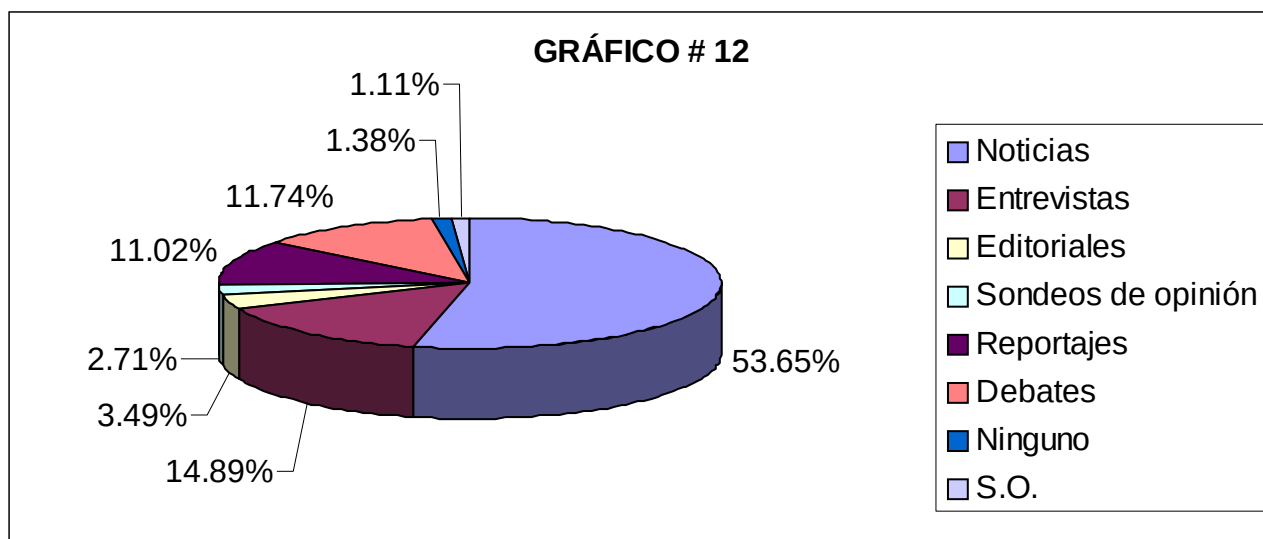
PREGUNTA # 12

De los siguientes programas informativos televisivos, ¿Cuál prefiere?

OBJETIVO: Conocer cuales son los programas informativos televisivos que prefieren los encuestados.

CUADRO # 12

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%
Sin Opinión	20	1.11%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 53.65% opinó que prefiere las noticias, el 14.89% prefiere las entrevistas, el 11.74% prefiere los debates , el 11.02% los reportajes y el 1.11% fue Sin Opinión.

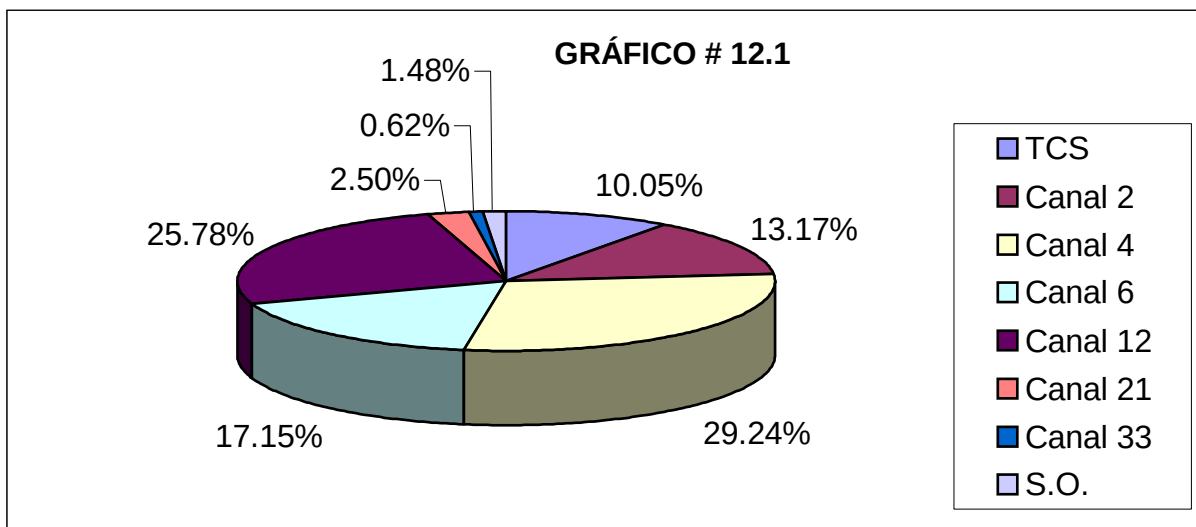
PREGUNTA # 12.1

¿En qué canal de televisión los prefiere ver?

OBJETIVO: Conocer el canal de televisión favorito para ver los programas informativos televisivos.

CUADRO # 12.1

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%
Sin Opinión	26	1.48%
TOTAL	1761	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 29.24% prefiere ver los programas informativos por el canal 4, en segundo lugar con un 25.78% los prefiere ver en canal 12, en tercer lugar con un 17.15% prefiere el canal 6 y en último lugar con un 0.62% prefiere el canal 33.

PREGUNTA # 12.2

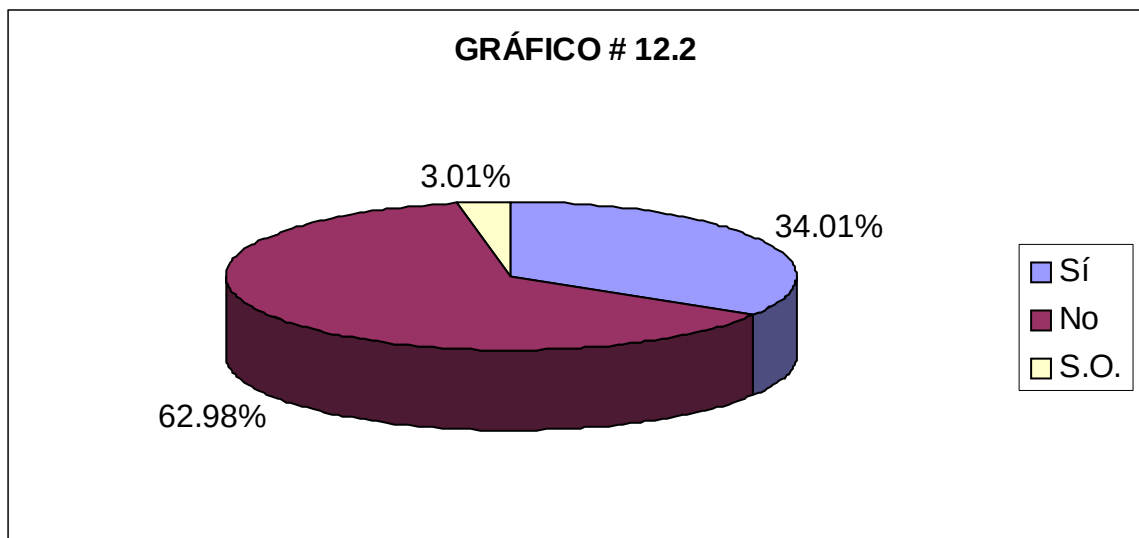
¿Este programa influye en su decisión de voto para las próximas elecciones?

OBJETIVO: Conocer si los programas televisivos influyen en los encuestados en su decisión de voto para las próximas elecciones.

CUADRO # 12.2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	599	34.01%
No	1109	62.98%
Sin Opinión	53	3.01%
TOTAL	1761	100%

GRÁFICO # 12.2



HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, un 62.98% opinó que los programas televisivos no influyen en su decisión de voto para las próximas elecciones, el 34.01% opinó que si influyen y el 3.01% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 13

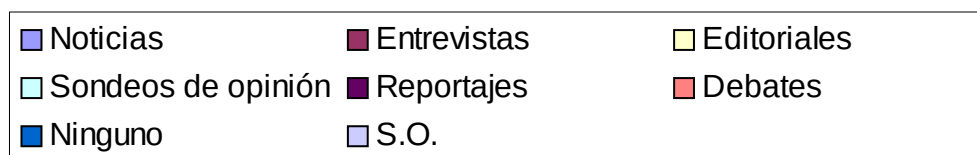
¿De los siguientes programas informativos televisivos cuál le orienta más en su decisión de voto?

OBJETIVO: Identificar cuál es el programa informativo televisivo que orienta más a los encuestados en su decisión de voto.

CUADRO # 13

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%
Sin Opinión	83	4.60%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 13



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 37.54% opinó que las noticias televisivas los orientan más en su decisión de voto, el 18.38% opinó que las entrevistas, el 16.45% de los encuestados dijo que ninguno y 2.38% opinó que los editoriales.

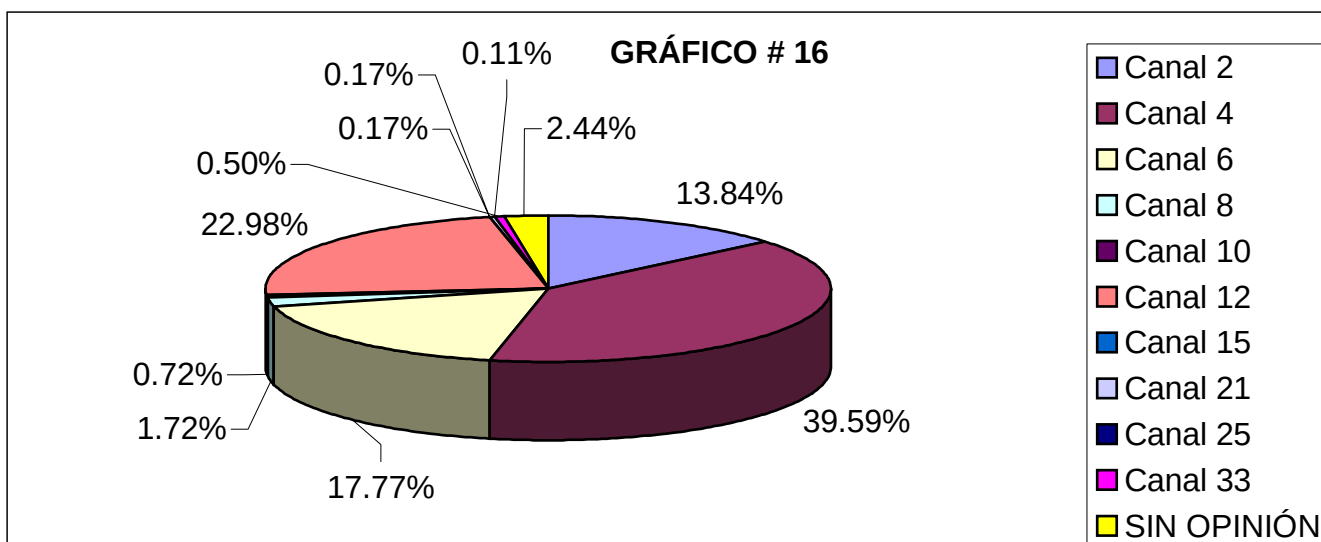
PREGUNTA # 16

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

OBJETIVO: Identificar cuál es el canal de televisión nacional que prefieren los encuestados.

CUADRO #16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canal 2	250	13.84%
Canal 4	715	39.59%
Canal 6	321	17.77%
Canal 8	31	1.72%
Canal 10	13	0.72%
Canal 12	415	22.89%
Canal 15	3	0.17%
Canal 21	3	0.17%
Canal 25	2	0.11%
Canal 33	9	0.50%
Sin Opinión	44	2.44%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: El canal de televisión que prefieren los encuestados es Canal 4 con un 39.59%, en segundo lugar esta el Canal 12 con un 22.89%, el tercer lugar es el Canal 6 con un 17.77% y el Canal 25 ocupa el último lugar con un 0.11%.

PREGUNTA # 17

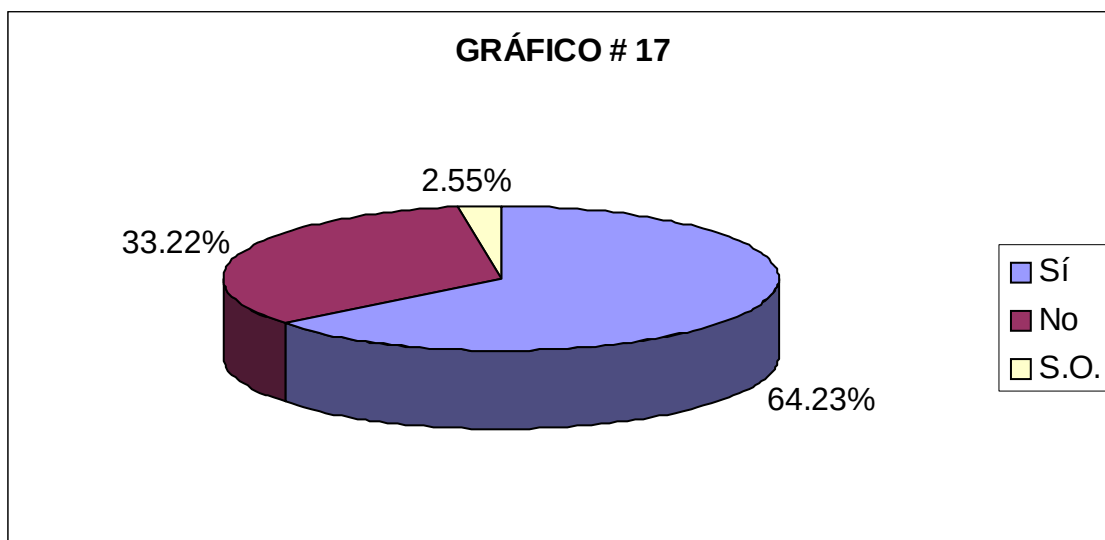
¿Considera que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar?

OBJETIVO: Conocer si la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar.

CUADRO # 17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1160	64.23%
No	600	33.22%
Sin Opinión	46	2.55%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 17



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 64.23% considera que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar, el 33.22% opinó que no influye y el 2.55% fue Sin Opinión.

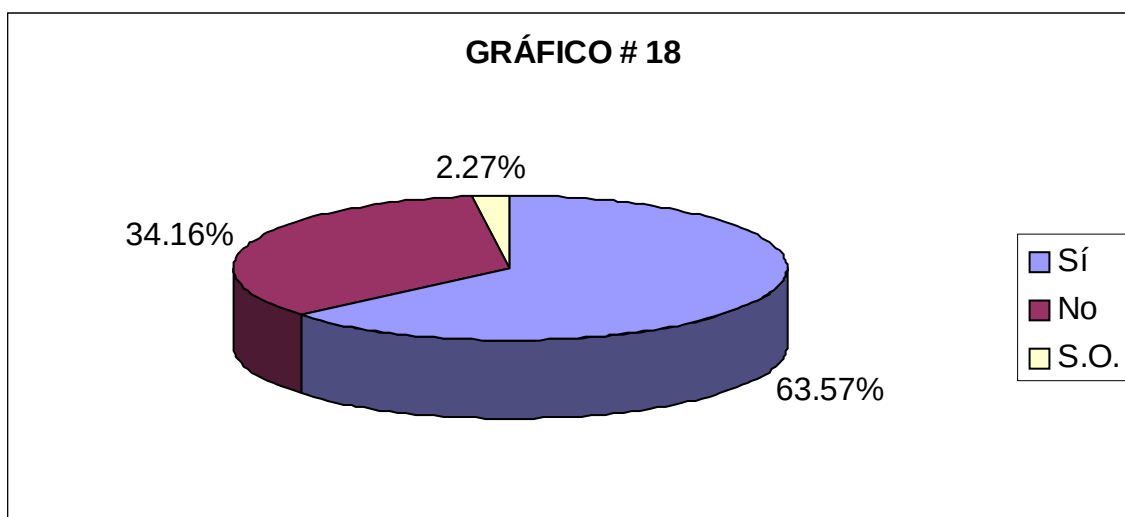
PREGUNTA # 18

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

OBJETIVO: Conocer si los encuestados están de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos.

CUADRO # 18

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1148	63.57%
No	617	34.16%
Sin Opinión	41	2.27%
TOTAL	1806	100%



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 63.57% opinó que están de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos, un 34.16% opinó que no y el 2.27% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 19

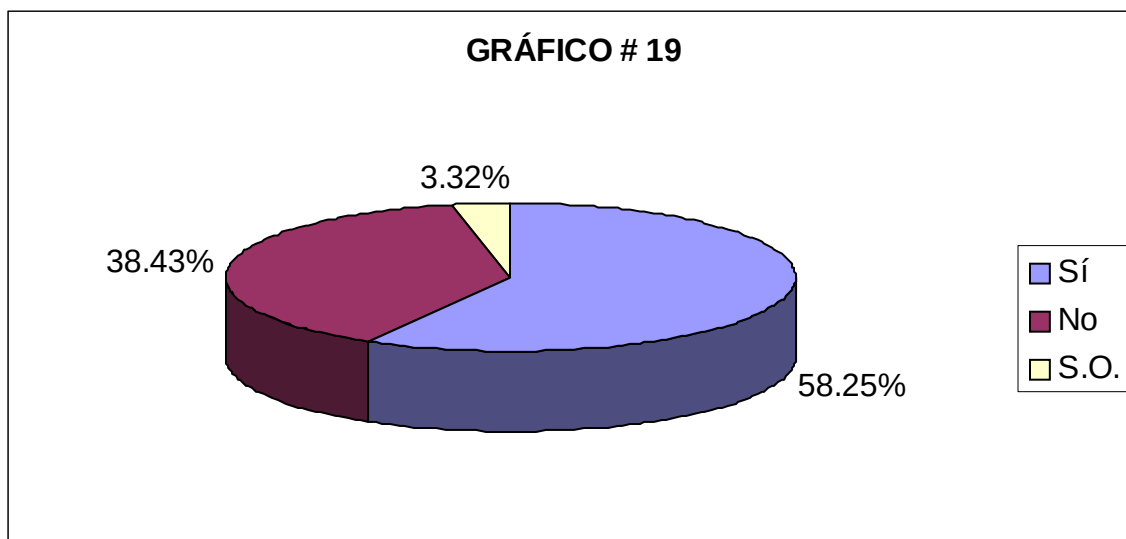
¿Las noticias transmitidas en los programas informativos generan credibilidad en la imagen de los políticos?

OBJETIVO: Conocer si las noticias transmitidas generan credibilidad en la imagen de los políticos.

CUADRO # 19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1052	58.25%
No	694	38.43%
Sin Opinión	60	3.32%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 19



HALLAZGO: Del 100% de las personas encuestadas, el 58.25% opinó que las noticias transmitidas en los programas informativos generan credibilidad en la imagen de los políticos, el 38.43% opinó que no y el 3.32% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 20

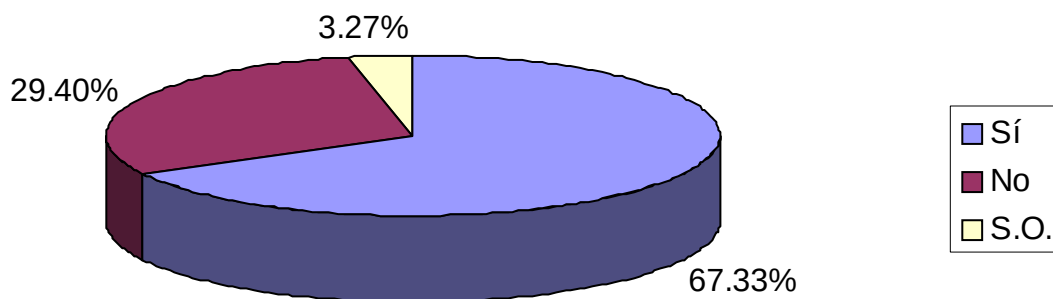
¿Las diferentes secciones de los noticieros televisivos le ayudan a una mejor comprensión de la realidad política?

OBJETIVO: Identificar si las diferentes secciones de los noticieros televisivos ayudan a los encuestados a una mejor comprensión de la realidad política.

CUADRO # 20

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1216	67.33%
No	531	29.40%
Sin Opinión	59	3.27%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 20



HALLAZGO: El 67.33% de los encuestados opinó que las diferentes secciones de los noticieros televisivos ayudan a una mejor comprensión de la realidad política, el 29.40% piensa que no y el 3.27% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 21

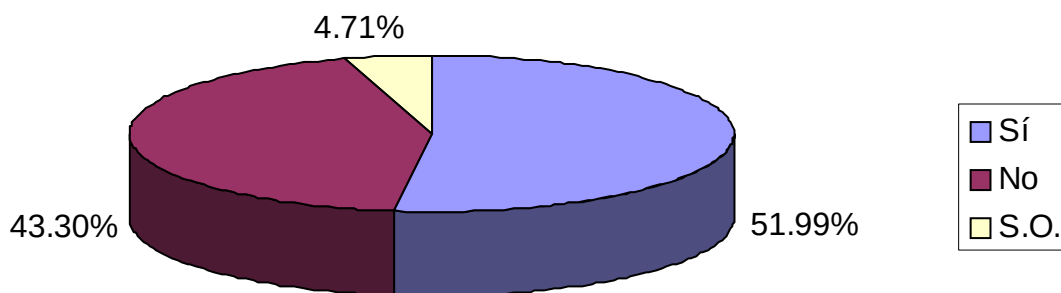
¿Considera que la información política transmitida a través de los medios televisivos, genera abstencionismo?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados consideran que la información política transmitida a través de los medios televisivos generan abstencionismo.

CUADRO # 21

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	939	51.99%
No	782	43.30%
Sin Opinión	85	4.71%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 21



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 51.99% considera que la información política transmitida a través de los medios televisivos genera abstencionismo, un 43.30% opinó que no y un 4.71% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 22

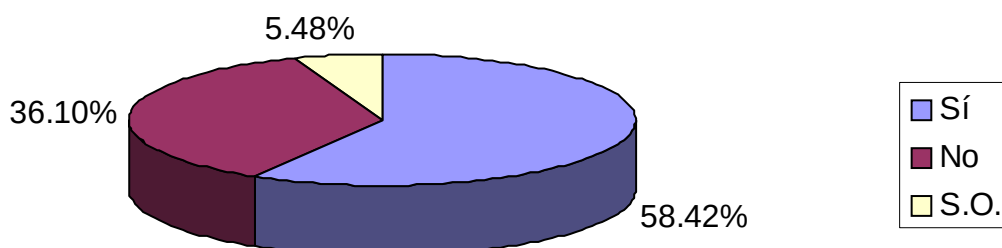
¿Considera que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política?

OBJETIVO: Conocer si los encuestados consideran que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política.

CUADRO # 22

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1055	58.42%
No	652	36.10%
Sin Opinión	99	5.48%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 22



HALLAZGO: En el gráfico se puede observar que del 100% de los encuestados, un 58.42% opinó que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política, un 36.10% dijo que no y un 5.48% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 24

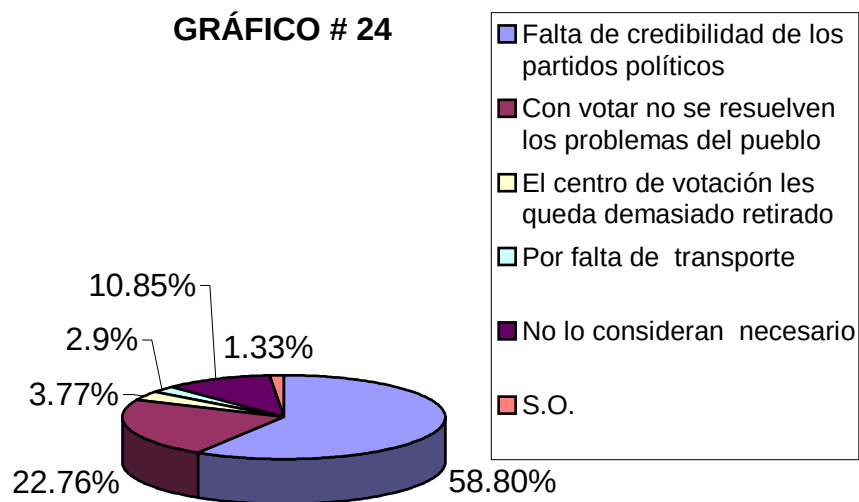
¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan?

OBJETIVO: Conocer la opinión de los encuestados del por qué algunos ciudadanos no votan.

CUADRO # 24

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de credibilidad de los partidos políticos	1062	58.80%
Con votar no se resuelven los problemas del pueblo	411	22.76%
El centro de votación les queda demasiado retirado	68	3.77%
Por falta de transporte	45	2.49%
No lo consideran necesario	196	10.85%
Sin Opinión	24	1.33%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 24



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 58.80% opinó que algunos ciudadanos no votan por falta de credibilidad de los partidos políticos, un 22.76% opinó que con votar no se resuelven los problemas del pueblo, un 10.85% no lo consideran necesario y un 1.33% fue Sin Opinión.

PREGUNTA # 25

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

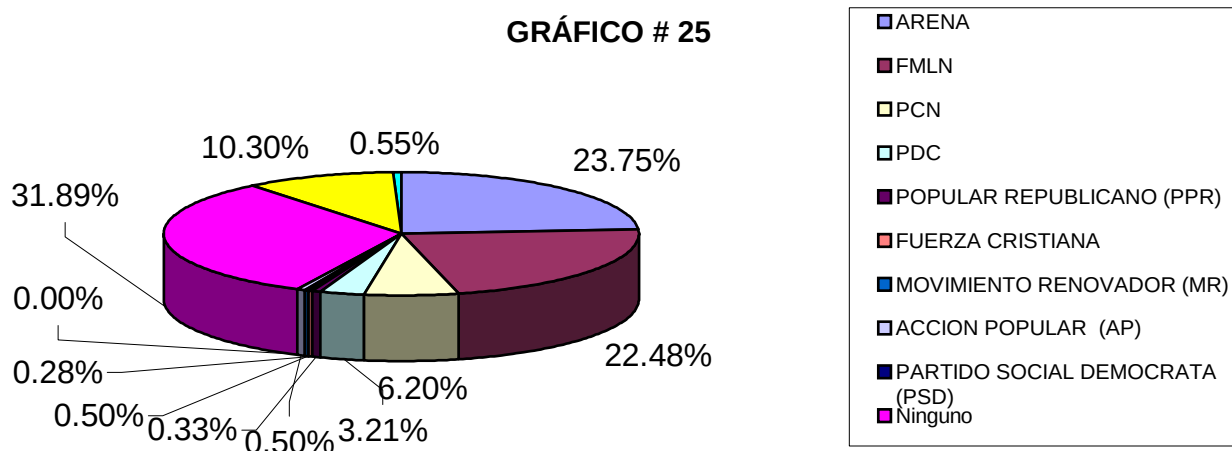
OBJETIVO: Conocer el partido político por el que votarían los encuestados para alcalde, si las elecciones fueran este día.

A. Alcalde

CUADRO # 25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	429	23.75%
FMLN	406	22.48%
PCN	112	6.20%
PDC	58	3.21%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6	0.33%
FUERZA CRISTIANA	5	0.28%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	9	0.50%
ACCION POPULAR (AP)	9	0.50%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0%
Ninguno	576	31.89%
Sin Opinión	186	10.30%
CDU	10	0.55%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 25



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 31.89% opinó que no votaría por ningún partido político, si las elecciones fueran este día; un 23.75% votaría por el partido ARENA, un 22.48% por el FMLN y en último lugar con 0% se encuentra el Partido Social Demócrata (PSD).

PREGUNTA # 25.1

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

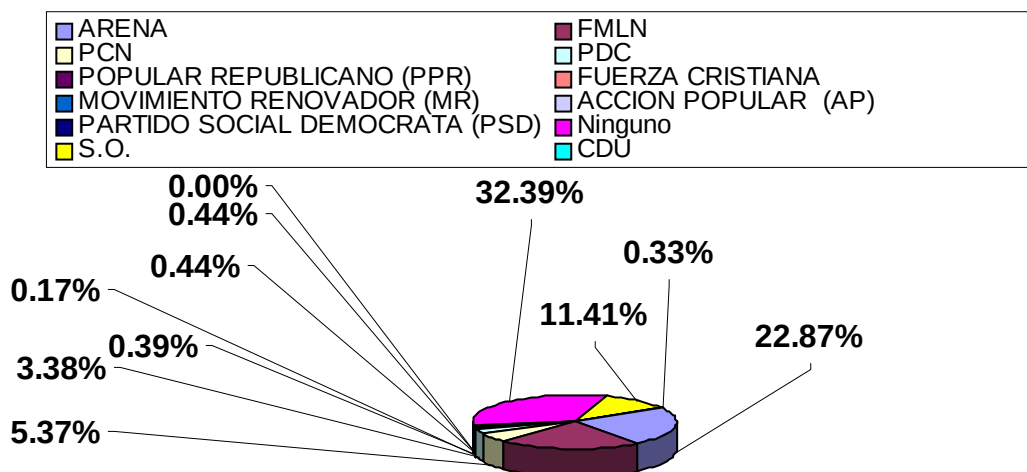
OBJETIVO: Conocer el partido político por el que votarían los encuestados para diputados, si las elecciones fueran este día.

B.- Diputado

CUADRO # 25.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARENA	413	22.87%
FMLN	412	22.81%
PCN	97	5.37%
PDC	61	3.38%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	7	0.39%
FUERZA CRISTIANA	3	0.17%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8	0.44%
ACCION POPULAR (AP)	8	0.44%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0%
Ninguno	585	32.39%
Sin Opinión	206	11.41%
CDU	6	0.33%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO # 25.1



HALLAZGO: Del 100% de los encuestados, un 32.39% opinó que no votaría por ningún partido político, si las elecciones fueran este día; un 22.87% votarían por el partido ARENA, un 22.81% por el FMLN y en último lugar con 0%, se encuentra el Partido Social Demócrata (PSD).

2.11.Alcances y Limitaciones de la Investigación

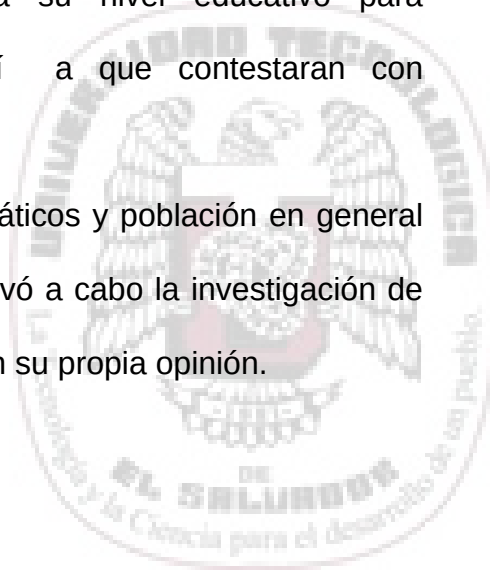
Después de haber dado a conocer los resultados de la información recabada, se describen los alcances y limitaciones experimentadas durante el desarrollo de la investigación de campo.

2.11.1.Alcances

Se conocieron las diferentes opiniones vertidas por los catedráticos del área de comunicaciones de diferentes universidades, así como también de la opinión pública, donde se obtuvieron respuestas valiosas.

2.11.2.Limitaciones

- No se logró entrevistar al Director y a dos reporteros del telenoticiero Cuatro Visión como se había previsto, ya que la solicitud (carta) fue denegada (ver anexo # 4 y 5).
- Por otra parte, en algunos de los encuestados se encontró dificultad en responder varias interrogantes, debido a su nivel educativo para comprender las preguntas, delimitando así a que contestaran con objetividad.
- Los diferentes argumentos vertidos por catedráticos y población en general solo tienen validez en el periodo en que se llevó a cabo la investigación de campo (diciembre/02 a enero/03) y representan su propia opinión.



2.12. Monitoreo del Telenoticiero Cuatro Visión (Del 03 al 07 de febrero/2003)

Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Lunes 03/02/03

Hora : 9:00 pm.

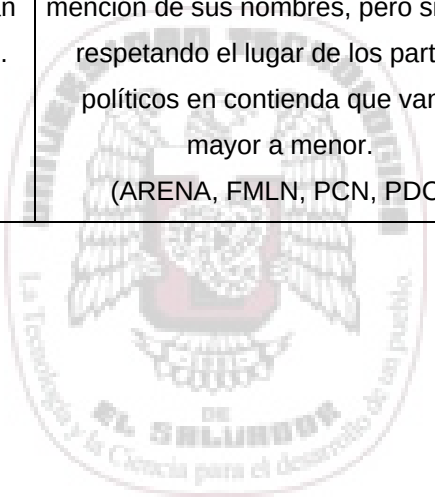
Tema de la Noticia	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Departamento de Chalatenango.	En la rama de Boxeo. Carlos "El Famoso" Hernández gana el título mundial Super Pluma.	El juzgado Octavo de Paz de San Salvador, instaló la audiencia inicial en contra de los Sindicalistas del Seguro Social.
Resumen del Contenido	Solo se dan a conocer los nombres de los ediles propuestos por los partidos políticos en contienda.	Un salvadoreño obtiene el título de campeón del mundo, por el Concejo Mundial de Boxeo en la categoría Super Pluma.	Los sindicalistas obtuvieron la libertad a pesar de que hallan sido acusados de actos de terrorismo y apoderamiento de las instalaciones del Seguro Social de Santa Anita.
Comentario	Parece curioso que los partidos políticos en contienda estén de mayoritarios a minoritarios. (ARENA, FMLN, PCN, PDC)	El Presidente de la República nunca ha sido visto en apoyo a la rama boxística del país. Sin embargo, el comentarista deportivo, asegura que el Presidente es el fan's número 1 del boxeador. El Presidente utiliza su rol para aumentar la posibilidad de engrosar las filas de su partido político incidiendo en la opinión de los practicantes del boxeo nacional.	El presentador acusa a los sindicalistas de haber provocado inconvenientes y al haber obtenido su libertad "seguirán provocando desordenes sin pena alguna". Cuando la ética profesional del periodista indica que no puede tomar parte de la nota informativa sino que debe mantener su objetividad.

Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Martes 04/02/03

Hora : 9:00 pm.

Tema de la Noticia	Carlos “El Famoso” Hernández, brinda conferencia de prensa después de su arribo en el Aeropuerto Internacional de Comalapa.	Médicos y Sindicalistas se van a huelga en el Hospital Rosales.	Presentación de los candidatos a Diputados para el Departamento de La Libertad.
Resumen del Contenido	El boxeador da declaraciones con respecto al título mundial Super Pluma, obtenido 01 de febrero de 2003 en Las Vegas Nevada.	La huelga en los hospitales sigue afectando a la población salvadoreña.	Solo dan a conocer los nombres de los candidatos.
Comentario	El presentador al final de la nota, se refiere al campeón del mundo como nacionalista y buen salvadoreño. Dándole un enfoque partidista a la noticia deportiva. ¿A caso los que no son nacionalistas, no son buenos salvadoreños?	Tanto el presentador como el periodista toman parte contraria a la huelga expresando lo siguiente: “Que ésta no tiene razón de ser”, y que “los médicos seguirán paseándose por los pasillos del hospital”.	Igual que en las anteriores presentaciones de candidatos ya sea para Diputados o Alcaldes solo hacen mención de sus nombres, pero siempre respetando el lugar de los partidos políticos en contienda que van de mayor a menor. (ARENA, FMLN, PCN, PDC)

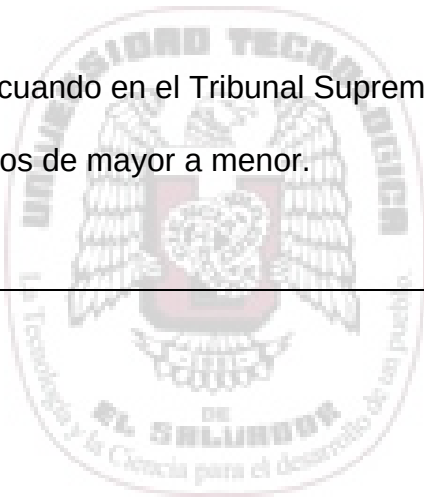


Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Miércoles 05/02/03

Hora : 12:30 del medio día

Tema de la Noticia	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Municipio de San Marcos.
Resumen del Contenido	Solo se dan a conocer los nombres de los ediles propuestos por los partidos políticos en contienda.
Comentario	Parece curioso que solo aparezcan cuatros partidos políticos, cuando en el Tribunal Supremo Electoral están inscritos 11 partidos, y están ordenados de mayor a menor. (ARENA, FMLN, PCN, PDC)

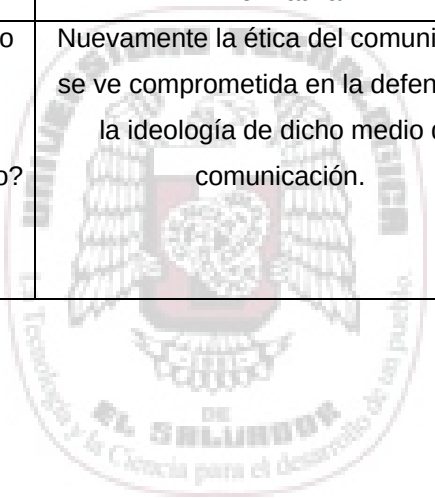


Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Jueves 06/02/03

Hora : 12:30 del medio día.

Tema de la Noticia	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Municipio de Mejicanos.	Homenaje al boxeador Carlos “El Famoso” Hernández y al futbolista Gorge “El Mágico” González.	Calles obstruidas por holgazanes que se hacen llamar Sindicalistas
Resumen del Contenido	Solo se dan a conocer los nombres de los propuestos por los partidos políticos en contienda.	Cambio de nombre de dos principales recintos deportivos (El Palacio de los Deportes y el Estadio Flor Blanca) ubicados en la Capital, por los nombres de los homenajeados.	El presentador indica que los sindicalistas y médicos son “holgazanes, faltos de ética y que dejan morir al pueblo”, y la agresión que sufrió el reportero que cubría la nota informativa.
Comentario	Debería de presentarse en el orden que aparecen en las papeletas para no hacer notar el favoritismo hacia el partido de gobierno.	Estando tan cerca de las elecciones, ¿No parece extraño que el Presidente de la República Francisco Flores preste su imagen en beneficio al partido de gobierno?	Nuevamente la ética del comunicador se ve comprometida en la defensa de la ideología de dicho medio de comunicación.



Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Jueves 06/02/03

Hora : 9:00 p.m.

Tema de la Noticia	Carlos “El Famoso” Hernández visita Hogar Providencia.	Testimonio de un Excombatiente Guerrillero (Primera Parte)
Resumen del Contenido	La visita del boxeador al Hogar de Niños Providencia, por ser uno de los padrinos de dicha institución, quién quiso compartir su triunfo.	Declaración cronológica de las diferentes actividades que él realizaba dentro del Partido Comunista Salvadoreño.
Comentario	En el reportaje de la visita del boxeador al Hogar Providencia, no hay razón de que la imagen del Presidente de la República aparezca en repetidas ocasiones, cuando los homenajeados son los niños de esta institución.	Las interrogantes hechas por el reportero son claramente identificadas con la ideología del medio de comunicación, de esta forma el medio está violando el Pacto de Caballeros que existe entre los partidos políticos en contienda.



Nombre del Programa : Noticias Cuatro Visión

Fecha : Viernes 07/02/03

Hora : 9:00 p.m.

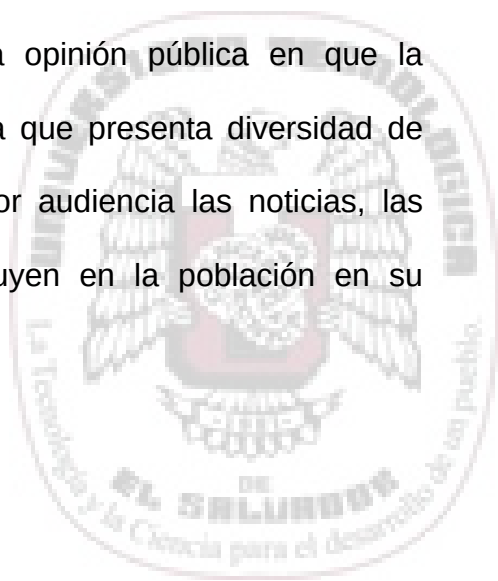
Tema de la Noticia	Testimonio de Excombatiente Guerrillero (Segunda Parte)	Inicia en el Departamento de La Unión Construcción del Complejo Deportivo nombrado “Mauricio Cienfuegos”	Presentación de candidatos a Alcaldes para el Municipio de Ciudad Delgado.
Resumen del Contenido	Declaración sobre la organización administrativa del Partido Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) y su apoyo a los diferentes protestas sociales del país.	El Vicepresidente de la República Lic. Quintanilla Smith inaugura la construcción del Complejo Deportivo, el cual contará con la colaboración del FISDL y los gobiernos locales del Cantón El Piche y El Carmen del Departamento de La Unión.	Solo se dan a conocer los nombres de los ediles propuestos por los partidos políticos en contienda.
Comentario	En esta entrevista él debería de hablar sobre su participación en el pasado conflicto armado, y no dejarse manipular por las interrogantes hechas por el periodista, ya que su única intención es encaminarlo a que mencione al partido opositor para desprestigiarlo, más aún en un periodo eleccionario.	En este caso el Vicepresidente de la República es quién se ve comprometido con prestar su imagen y de esta manera lograr obtener mayor adeptos hacia el partido que representa.	Siempre salen solo los cuatro partidos políticos ordenados de mayor a menor (ARENA, FMLN, PCN, PDC), ya que debería de presentarse en el orden que aparecen en las papeletas para no hacer notar el favoritismo hacia el partido de gobierno.

2.13. Análisis de Contenido

Por medio de la investigación de campo se conocieron las diferentes opiniones vertidas por catedráticos del área de comunicaciones, así como también de la opinión pública.

Expertos manifestaron que estos medios (radio, prensa y televisión) presentan información relativamente completa, aunque siempre orientada a favorecer al partido con cuya ideología se identifican, por tanto no hay objetividad a la hora de presentar los hechos, mas aún en periodos eleccionarios; por su parte la opinión pública manifestó que diariamente reciben información completa a través de los diferentes medios.

En cuanto a la televisión los expertos consideran que éste es el medio de mayor impacto porque combina imagen y sonido, es instantánea, completa y dinámica; siendo en sí la forma más inmediata para estar informados, y que las noticias transmitidas a través de ella, pueden o no influir, dependiendo de la convicción que tenga cada persona; coincidiendo con la opinión pública en que la televisión es el medio de mayor preferencia, ya que presenta diversidad de programas informativos, destacándose con mayor audiencia las noticias, las cuales, en opinión de los encuestados no influyen en la población en su decisión a la hora de ejercer el voto.



Los expertos indican que la mayoría de las personas no son influenciadas por este medio, ya que votan por el partido con el que se identifican desde joven; sin embargo, los encuestados consideran que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar.

Conocedores en la materia sostuvieron que los telenoticieros salvadoreños no están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer del proceso electoral en nuestro país; por otra parte la opinión pública expresó que sí están de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos en periodos eleccionarios.

Con respecto al telenoticiero Cuatro Visión los expertos opinaron que la ideología de dicho programa es de extrema derecha, porque defiende los intereses del gran capital y las noticias que presentan son dramatizaciones de hechos, haciendo de ello un espectáculo; sin embargo la opinión pública identificó al telenoticiero Cuatro Visión como uno de los tres preferidos, por ser según ellos, el de mayor objetividad y credibilidad.



CAPÍTULO III

Diagnóstico Situacional sobre “Los Medios de Comunicación Social Salvadoreños y su afinidad Ideológica Política, como Herramienta para incidir en la población durante periodos eleccionarios”. (Elecciones: Diputados y Concejos Municipales – año 2003). Caso específico Telenoticiero: Cuatro Visión.

3.Diagnóstico Situacional

Al revisar el Marco Teórico que se refiere a los medios de comunicación social, así como también la Investigación de Campo donde se encuentran las opiniones vertidas por expertos en el área de comunicaciones y la opinión de los salvadoreños; se puede constatar que los medios (prensa escrita, radio y televisión) juegan un papel importante dentro de la sociedad, ya que transmiten información nacional e internacional, permitiendo a la población enterarse de los hechos que acontecen día con día.

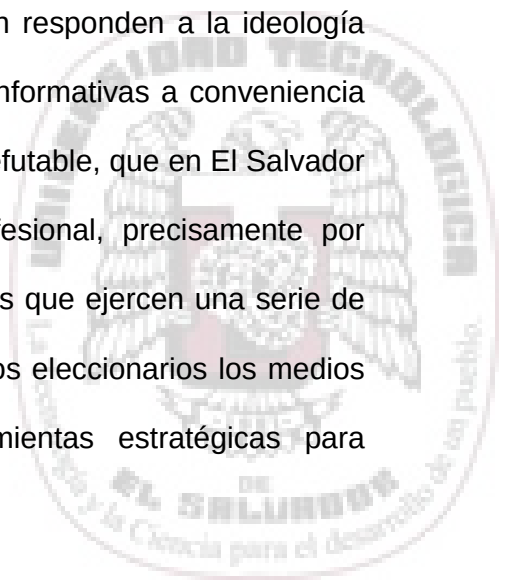
Los medios de comunicación social son un vehículo para transmitir masivamente un mensaje, ya que sus estrategias y técnicas permiten formar, proponer, crear imagen, vender productos, cultura, ideas, esquemas ideológicos y formas de vida a la sociedad.

En El Salvador, específicamente, los medios de comunicación social han cambiado y mejorado en relación a lo que se hacía y decía en la década pasada; ya que expertos afirman que han sido capaces de denunciar

algunos casos de corrupción, pero que la información que presentan es relativamente completa, aunque siempre orientada a favorecer al partido con cuya ideología se identifican y de esa manera influyen en algunas personas, porque éstos son generadores de opinión.

De hecho la opinión pública afirma que el medio de comunicación que más prefiere es en primer lugar la televisión y esto es confirmado por los expertos, ya que lo atribuyen a la combinación de imagen y sonido, por el impacto que causa, por cuestión de tiempo, es completa y dinámica; en un segundo lugar se encuentra la prensa escrita, que permite reflexionar lo que se lee, en forma periódica otorga el contacto con el mundo al que no se tiene acceso directamente; y en tercer lugar la radio, porque posee mayor cobertura, es omnipresente y se encuentra en todas partes. Sin embargo, uno de los entrevistados opinó que la internet es el medio donde se fusionan la radio, la televisión y la prensa escrita, permite al individuo consultar los diferentes hechos acontecidos a nivel mundial.

Se puede decir que los medios de comunicación responden a la ideología política de sus dueños porque editan las notas informativas a conveniencia de sus intereses económicos. Es una realidad irrefutable, que en El Salvador la información no acaba de ser del todo profesional, precisamente por ataduras, condicionamientos o presiones externas que ejercen una serie de sectores sobre el contenido noticioso. En periodos eleccionarios los medios de comunicación son utilizados como herramientas estratégicas para



penetrar en la mente del individuo, ya que bombardean constantemente dentro de los noticieros con espacios dedicados al partido de su conveniencia o desprestigiando al contrario; y en el país no es la excepción, por ello catedráticos y encuestados expresaron que estos medios saturan con propaganda política, especialmente el gobierno en función, el cual pasa informando o divulgando constantemente las obras públicas realizadas a nivel nacional a través de campañas, frases, eslogans, etc. y además utiliza las cadenas nacionales para enviar mensajes que favorecen al partido oficial; es por eso que las opiniones de los encuestados reflejan que algunos ciudadanos no le dan tanta importancia al ejercicio del sufragio por tres principales razones: a) hay una falta de credibilidad en los partidos políticos, b) con votar no se resuelven los problemas del pueblo, c) por falta de transporte: generándose por lo tanto el abstencionismo.

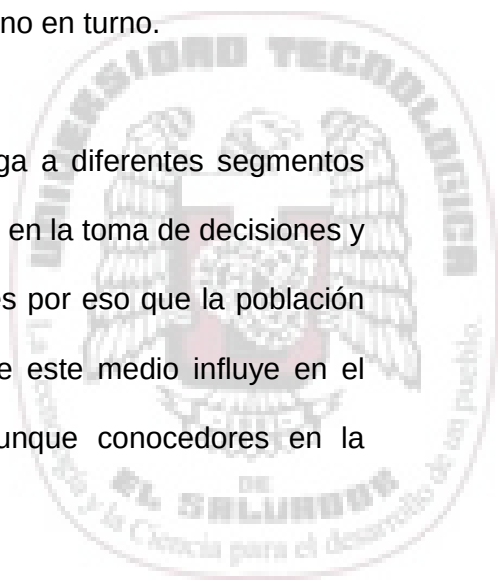
Raul Trejo, en la revista electrónica “Medios de Comunicación”, opina que “Resulta curioso como los medios de comunicación, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores sociales y políticos no lo son con ellos mismos, menos aún existen pautas para evaluar sus efectos más allá de asuntos circunstanciales” y que al final deberían regirse y estar regidos por las leyes establecidas por las normas de convivencia humana.

Por otra parte la televisión es el medio que permite mantener informada a la ciudadanía del acontecer nacional e internacional. Asimismo, los catedráticos afirman que una de las ventajas de la televisión es que se le

puede dedicar poco tiempo para ver los programas, más aún las noticias; y esto se puede comprobar con la información proporcionada por la opinión pública cuando se le cuestionaba de cuanto espacio dentro de sus labores diarias le dedicaba a este medio y su respuesta fue que menos de dos horas.

Sin embargo, todo gobierno necesita de los medios de comunicación para propagandizar su gestión; pero ante todo, necesita de la televisión para que sea ésta la que represente “aparentemente tal como es” la imagen del Estado, porque puede poner en escena las estrategias políticas, los objetivos de la economía y al mismo tiempo brindar entretenimiento a la población. En todo el mundo las investigaciones y encuestas muestran que los canales de televisión se han convertido, para los electores, como el mejor medio para obtener información durante una campaña electoral, ya que ésta se constituye en el único lugar y en el único momento en que un candidato se pone en contacto con todos, estén a favor o en contra. Además, en El Salvador se puede decir que este medio creció sujeto a las tendencias y a las contradicciones de cada gobierno en turno.

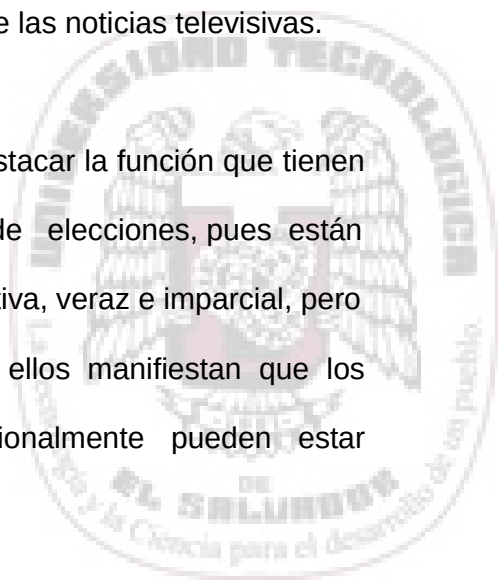
La televisión, como medio de comunicación, llega a diferentes segmentos de la sociedad, su objetivo primordial es influir en la toma de decisiones y esto se percibe más en periodos electorarios; es por eso que la población salvadoreña, a través de la encuesta, opina que este medio influye en el individuo para que decida por quién votar, aunque conocedores en la



materia poseen opiniones encontradas sobre este tema, ya que unos dicen que sí puede incidir y otros que no, porque depende de la naturaleza propia de la persona. En este sentido, cuando se habla de televisión se dice que forma parte del desarrollo de una campaña política que orienta al espectador sobre sus temas de conversación y sobre sus relaciones personales, es por eso que las personas encuestadas están de acuerdo con la forma en que el medio televisivo le da cobertura a los sucesos políticos; pero los catedráticos no, porque el público es acosado por informaciones fragmentadas, totalmente inapropiadas para formar un marco de conceptos adecuados a las opciones que el televidente recibe.

Según Jesús González Requena en su libro, “Discurso Televisivo Espectáculo de las Post-Modernidad”, “uno de los géneros de la programación televisiva es el informativo”, pues se constituye en parte fundamental de la sociedad, ya que los especialistas en comunicaciones aseguran que es una fuente inmediata para mantenerse informado de lo que ocurre en el país y el mundo. En este caso la mayoría de los encuestados afirman que prefieren estar informados a través de las noticias televisivas.

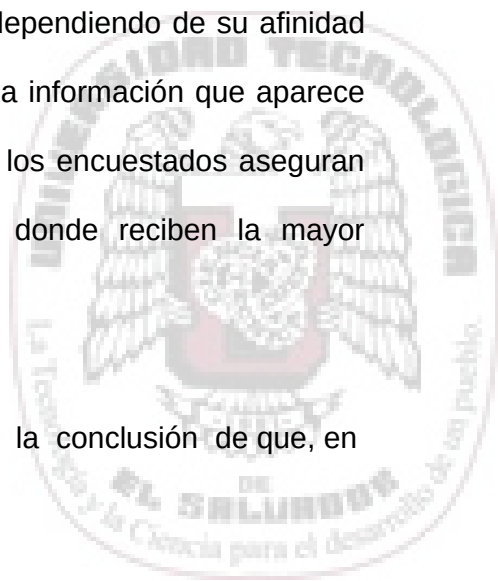
Por lo expresado anteriormente es importante destacar la función que tienen los noticiarios televisivos en un momento de elecciones, pues están obligados a presentar información que sea objetiva, veraz e imparcial, pero esto es criticado por los catedráticos, ya que ellos manifiestan que los telenoticiarios salvadoreños técnica y profesionalmente pueden estar



capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral, pero que en la práctica se anteponen los intereses económicos y políticos. Aunque la opinión pública afirma lo contrario, ya que para ellos los noticieros de mayor credibilidad y objetividad son: en primer lugar Noticias Cuatro Visión (canal 4), en segundo lugar el Noticiero Hechos (canal 12) y en tercer lugar Teledos (canal 2), y que acostumbran informarse con la transmisión de la noche.

En este mismo tema hay otro punto que los catedráticos cuestionan, y es que dentro de un proceso electoral, los telenoticieros deberían educar y orientar al público brindando información especializada, ya que muchas veces no le dan a conocer la verdad tal como es sino que se quedan como simples programas periodísticos sometidos a limitaciones de tiempo con acontecimientos ya seleccionados por los directores, quienes se transforman en sirvientes de la ideología de los dueños del medio, y es aquí donde la ideología política del programa noticioso influye en la población, porque el tratamiento que le dan a la nota informativa es de autocensura, ya que ésta debe obedecer a los intereses del medio, pues dependiendo de su afinidad ideológica, así le da mayor cobertura y destaca la información que aparece ligada a las fuerzas políticas en contienda. Pero los encuestados aseguran que es a través de los noticieros televisivos donde reciben la mayor orientación para decidir por quién votar.

En realidad, estudios mundiales han llegado a la conclusión de que, en



general, los medios de comunicación, y en particular los noticieros, simplemente fortalecen o refuerzan las creencias y opiniones ya existentes en el público. Se puede decir que los especialistas en comunicaciones comparten esta idea, ya que manifiestan que una noticia más o una noticia menos, no hace que la gente cambie radicalmente de decisión, y que la mayoría de personas vota por el partido con el que se identifica desde joven, por lo que la información política debe ir orientada hacia los indecisos. Para tener más claro este punto de vista, basta revisar las opiniones de los encuestados (personas con un nivel académico no universitario), ya que según ellos manifiestan que los telenoticiarios no ejercen influencia para que decidan por quién votar.

La televisión a nivel mundial está altamente relacionada con la proliferación de programas que espectacularizan lo cotidiano, exhiben las emociones, se recrean en el dolor y la desgracia, y divulgan todo tipo de miserias. A este fenómeno se le ha bautizado como “Reality Show”. Se puede decir que en El Salvador, la televisión ofrece ciertos programas que son prototipo de este género: Misterios sin Resolver, Ocurrió Así, Primer Impacto, Al Rojo Vivo, Laura en América, etc., también existe un programa noticioso que ha tomado dicho formato, caso específico es Noticias Cuatro Visión, este, pese a lo negativo de su discurso, alcanza los mayores niveles de audiencia y está colocado entre los espacios más vistos de la programación salvadoreña. Esto se puede comprobar con la información vertida por la opinión pública a través de la encuesta, en la que

manifestaron que uno de los tres noticieros de su preferencia es Noticias Cuatro Visión.

Por otra parte, los profesionales en comunicaciones tiene una percepción diferente sobre Noticias Cuatro Visión, ya que ellos expresan que solo ven este programa para hacer un análisis comparativo de la objetividad de los hechos que presenta. También, afirman que abusan de ciertas libertades al presentar las noticias anteponiendo los intereses de difusión y de “rating” a los derechos fundamentales del ser humano, convirtiéndose en un “espectáculo” caracterizado en dramatizar los hechos noticiosos sobre cargados de amarillismo y sensacionalismo.

Para estos expertos lo que más cuestionan es cómo sacrifican el lenguaje profesional por el compadrazgo político, defendiendo la ideología derechista; ya que en las notas informativas se pueden visualizar cómo le dan énfasis a las obras que realiza el gobierno a través de las entidades estatales, incluso el apoyo que éste le brinda al deporte nacional; lo que hace la Policía Nacional Civil para mantener el orden y la seguridad social, entre otros. En este programa a menudo se escuchan comentarios, críticas u opiniones relativas a determinados hechos que son el sentir y pensar de los presentadores o periodistas, muy alejados de la verdad. Sin embargo, se puede decir que la objetividad de las noticias será más firme, si la fuente que las genera, tiene sustentación técnica que posibilite defenderse ante los grupos de poder que siempre tratan de desvirtuar o desprestigiar una nota

informativa cuando ven afectados sus propios intereses, especialmente cuando el hecho tiene incidencia en la opinión pública y máximo aún cuando se está cerca de un evento electoral. Por último, los catedráticos afirman que la ideología política que posee este telenoticiario va a incidir, dependiendo del nivel cultural, académico, económico y religioso que tenga cada persona; y según el Lic. Narciso Castillo asegura que el telenoticiario Cuatro Visión, no tiene el poder para convencer a toda la sociedad salvadoreña, ya que solamente influye en las personas que lo miran o sea en su público.

Finalmente, cuando se aproxima un evento electoral (Elecciones: Diputados y Concejos Municipales 2003), la mayor parte de la población tiene diversas expectativas y esperanzas de que el resultado obtenido en los comicios cumpla con las promesas hechas durante la campaña electoral, a través de los protagonistas del mismo. Por lo tanto, los resultados de las encuestas reflejan que los tres partidos que más tienen aceptación, tanto para diputados como para alcaldes, son: en primer lugar es Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), en segundo lugar se encuentra el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) y en tercer lugar el Partido de Conciliación Nacional (PCN); aunque la mayoría de ellos comparten la idea de que ningún partido político los pueda representar.

En conclusión se comprobó que los objetivos y las hipótesis planteadas al inicio de la investigación se cumplieron, ya que los resultados que se obtuvieron se apegaron a la realidad que se vive.

ANEXO # 1 Formato de Entrevista para Docentes de Comunicaciones

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales



Con la presente Guía de Entrevista se pretende conocer la percepción que tienen los catedráticos del área de comunicaciones de la Universidad de El Salvador, Universidad Matías Delgado, Universidad Tecnológica y Escuela de Comunicación Mónica Herrera acerca del papel que juegan los medios de comunicación social y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante periodos electorarios. (Elecciones: diputados y concejos municipales- año 2003) Caso específico telenoticiarios: Cuatro Visión, por lo que pedimos su valiosa colaboración contestando sinceramente las siguientes preguntas, la información será manejada en forma confidencial y anónima. Gracias de antemano.

DATOS GENERALES

Estado Civil: Soltero ☐
Casado ☐
Divorciado ☐
Viudo ☐
Acompañado ☐

Edad entre: 18 – 27 años ☐
28 – 37 años ☐
38 – 47 años ☐
48 – 57 años ☐
58 – o más años ☐

Sexo: Femenino ☐
Masculino ☐

Ocupación: Profesional ☐
Estudiante ☐
Empleado ☐

Cargo: _____

Empresa: _____

PREGUNTAS:

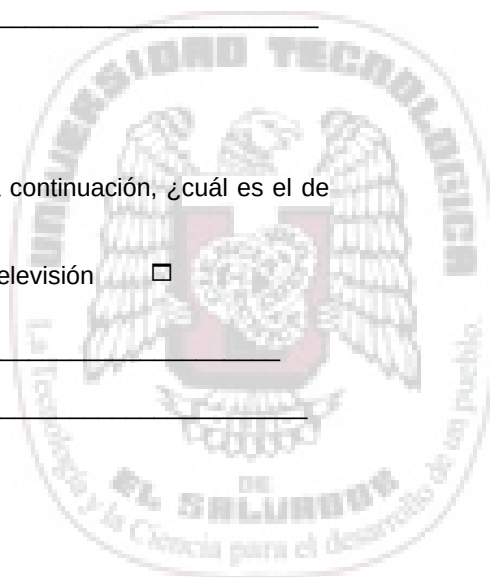
1- De los medios de comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es el de su preferencia?

a) Radio ☐

b) Prensa ☐

c) Televisión ☐

¿Por qué? _____



- 2- ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

SÍ ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

- 3- ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?

a)Excelente ☐

b) Muy bueno ☐

c) Bueno ☐

d) Malo ☐

¿Por qué? _____

- 4- ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

SÍ ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

- 5- ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

SÍ ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

- 6- ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

SÍ ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

- 7- ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

SÍ ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

- 8- ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

SÍ ☐

NO ☐

¿Por qué? _____



- 9- ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

SÍ ☐ NO ☐

¿Por qué? _____

- 10- ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

SÍ ☐ NO ☐

¿Por qué? _____

- 11- ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiario Cuatro Visión?

R/ _____

- 12- ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiario Cuatro Visión?

R/ _____

- 13- ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiario Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un período electoral?

SÍ ☐ NO ☐

¿Por qué? _____

GRACIAS POR LA COLABORACIÓN BRINDADA



Anexo # 2 Resultados de las Entrevistas dirigida a los Catedráticos del Área de Comunicaciones

Nombre : Lic. Mario Cantarero

Cargo : Coordinador de Investigación de la Escuela de
Comunicaciones y Coordinador de Post Grado

Institución : Universidad Dr. José Matías Delgado

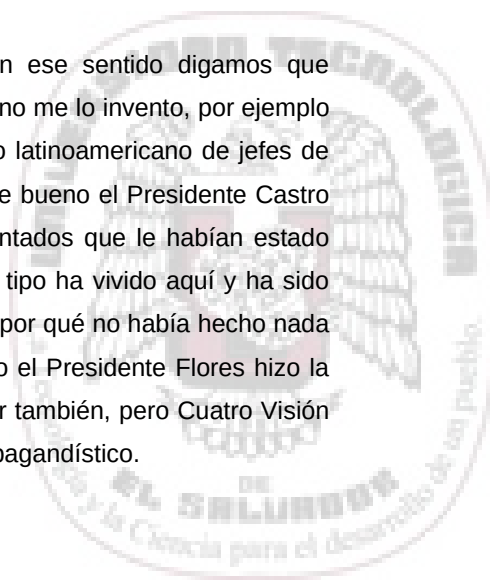
1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es el de su preferencia?

R/ Yo los prefiero a los tres (televisión, radio y prensa escrita) y falta uno que es el internet, lo único que... prefiero a los cuatro porque tengo una especie de dieta de los medios de comunicación; y como es mi campo de trabajo, entonces me toca estarlos monitoreando a todos para poder hacer mis trabajos de investigación y también para dar sugerencias. Pero porque me gustan todos, vaya porque mi profesión tiene que ver con eso, como profesor me toca estarlos monitoreando, también como investigador y sería también como periodista.

2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

R/ Sí y No; si porque de alguna manera estos apuntan o pulsan algunas de las cosas que pasan aquí en el país; no todo es estrictamente inventado, entonces, digamos que esa es una intensidad de objetividad porque de alguna manera le dan el dato a las personas, en ese sentido hay un nivel de objetividad, es decir hay una especie de aproximación a las cosas. Pero no, en el acercamiento que a veces le dan a los hechos que va de lo superficial a lo estrictamente ideológico, hay abordajes que están determinados por muchos factores, por ejemplo el enfoque que ellos les dan; si ustedes ven el grupo de TCS, va de lo más amarillista, ejemplo de ello es Cuatro Visión que hacen todo un espectáculo de las cosas y con una alineación ideológica política del partido ARENA, incluso de los subgrupos políticos.

Entonces, Cuatro Visión es de los más radicales que hay, en ese sentido digamos que informan pero están tomizados por sus opciones políticas. Y esto no me lo invento, por ejemplo cuando el Presidente Flores estuvo participando en un encuentro latinoamericano de jefes de gobierno en Panamá y que estuvo allí el Presidente Castro, y que bueno el Presidente Castro acusó a este gobierno de no hacer nada con relación a los atentados que le habían estado provocando a él y a sus funcionarios por Posada Carriles, y ese tipo ha vivido aquí y ha sido funcionario de gobierno; entonces, cuando Castro le reclama que por qué no había hecho nada el gobierno, el otro le saco la espada desenvainada, pero incluso el Presidente Flores hizo la ridiculez de manejar los aspectos históricos mientras el otro señor también, pero Cuatro Visión hizo un gran espectáculo que el Presidente...entonces eso es propagandístico.



3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?

R/ Malísimo por una parte y excelente por la otra. Excelente porque digamos... el papel que juegan en términos económicos, es quizás el periodo donde los medios quedan llenos de plata, porque todos los partidos pautan allí cantidad de plata; contratan asesores en comunicaciones y a veces es extranjera, productores, etc. ... por eso les dijera que excelente para ellos. Ahora, mala para la población porque no le ofrecen nada y por lo que yo he investigado, la gente no se siente aludida, la gente se siente aturdida por los medios de comunicación.

Los medios hacen mal en saturar de información relacionada a la política y las personas las hartan y ya no les prestan atención. Y en el país, es malo eso porque ellos crean los hechos noticiosos con relación a las elecciones, y esto los medios no tendrían que hacerlo porque no es parte de su trabajo informativo; por ejemplo que hagan una noticia de lo que un candidato anda haciendo en el pueblo de Cujucuyo, eso no tienen porque sacarlo, pues eso no es noticia. Esta bien que los partidos paguen publicidad allí, pero que el medio haga noticia de las elecciones me parece un poco atrevido en el sentido de hacer campaña a favor del candidato. Y segundo... a veces están patrocinando campañas electorales a través de encuestas. También mal porque no ofrecen referencia cabal, digamos a nivel de otro tipo de discurso, que es la entrevista: sobre qué es cada partido, cuál es su proyecto, cuáles son las visiones, cuáles son las acciones que van a tomar si ganaran las elecciones, y esto casi no lo promueven.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

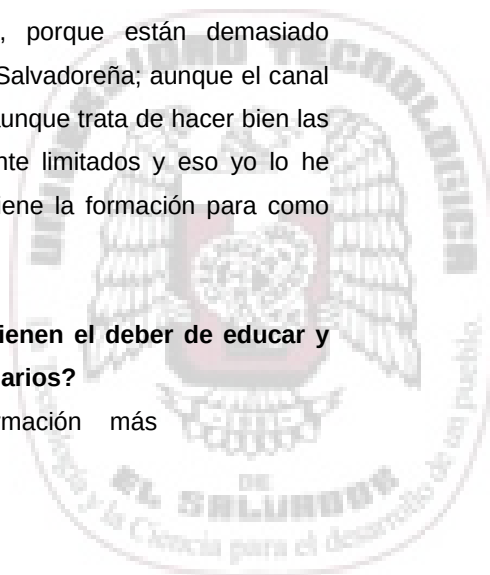
R/ Sí, porque se constituyen como una fuente de información para la población, o sea, la población los tiene como referencia, incluso si yo les pregunto a ustedes que es lo que está pasando en el campo internacional, lo de Estados Unidos con Irak ...y cómo se dieron cuenta? a través de los medios. Los telenoticieros se constituyen como una fuente de información para la gente y que ésta se de cuenta de lo que está pasando en la actualidad.

5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

R/ No están capacitados por razones ideológicas políticos, porque están demasiado maniatados por grupos políticos, especialmente Telecorporación Salvadoreña; aunque el canal 12 igual, tiene de tras un planteamiento ideológico de izquierda, aunque trata de hacer bien las cosas. También por razones profesionales porque están bastante limitados y eso yo lo he constatado, no solo el problema ideológico, sino que ellos no tiene la formación para como tratar los temas.

6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ Sí, deberían de ofrecer mayores...digamos que información más



especializada, pues sí, porque a través de la información los medios educan; pero no solo ofrecer los grandes volúmenes de propaganda política que pasan en sus medios sino que deberían superar la nota fría y ofrecer por ejemplo los debates entre los partidos políticos, hacer periodismo investigativo sobre las propuestas que hacen.

7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Claro que la ideología política influye, aquí las remitiría a un artículo que yo escribí que se llama “Periodismo de Investigación Amarrado por las Presiones y los Temores”, este es un análisis de todos los factores, no solo ideológico político sino económicos, jurídicos, organizacionales, etc.; o sea, que influyen en el telenoticiero.

8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ Me parece que no estoy de acuerdo, porque deberían de ser más conmedidos en el tipo de información, demasiado saturan de propaganda y deberían de ser más mesurados, y si quieren inundar con los hechos que están en la agenda pública deberían tratarlos con otro formato.

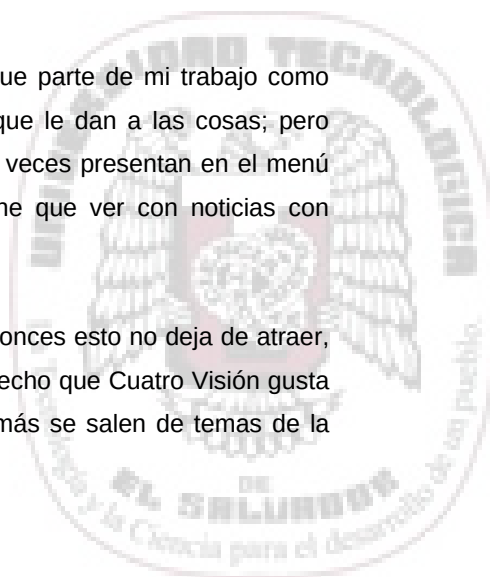
9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ Aquí mi planteamiento es que no, o sea, no inciden porque de alguna manera... si en la medida que lo que hacen es como calentar el ambiente, como poner en sobre aviso a las personas... mire hay elecciones y estos mañosos son los que van como candidatos; o sea que inciden en la actitud de voto pero no es significativo, porque la gente al contrario, yo lo que veo es una reacción negativa, de rechazo porque les están obstaculizando digamos la información a través de los cuales ellos se divierten o se entretienen; y también una aversión porque la gente percibe que es mentira, son cuentecitos que ya se lo saben ellos, de que solo los visitan cuando hay elecciones y por eso es que la gente no va a votar.

10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

R/ Casi siempre lo veo, y por qué lo veo?...bueno primero porque parte de mi trabajo como investigador es estar viendo cuál es el tratamiento informativo que le dan a las cosas; pero habría que señalar también que tal vez me gusta verlo porque a veces presentan en el menú cosas muy diferentes que no tratan los demás, cosas que tiene que ver con noticias con montajes sobre un hecho, sobre un crimen.

Ellos no se quedan con la noticia sino que hacen un montaje, entonces esto no deja de atraer, incluso nos hemos dado cuenta por investigaciones que hemos hecho que Cuatro Visión gusta por esto, porque hacen la escenificación de los sucesos y a demás se salen de temas de la



agenda de otros medios, por ejemplo: cuando te presentan historias que te llaman al sentimiento porque hay un niño que necesita ayuda, eso yo lo valoro bueno; y temas que se salen de la órbita tradicional, por ejemplo: recuerdo yo cuatro reportajes que sacaron hace tres años sobre la historia de un pollo pelón... ha pero eso no es noticia y la gente se divierte viendo eso, y que hay una chiva que nació con dos cabezas, entonces, digamos que por eso me gusta y creo que es el criterio de la mayoría; y no me gusta cuando pasan el amarillismo, como por ejemplo cuando hay un accidente...allí donde va corriendo la sangre hacen un movimiento de cámara exagerado.

11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Bueno, ya se los dije anteriormente.

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ La ideología política es de derecha, pero de lo más recalcitrante, o sea que a veces sacrifican el lenguaje profesional periodístico por el compadrazgo político; por ejemplo: la niña esta que sale con Juan Barrera...Katya esta muchachita que comenzó en el canal 12 lo hacía bien bonito, bien lista...allí se va a lo extremo diciendo nuestro héroe y etc., eso ya no es periodístico.

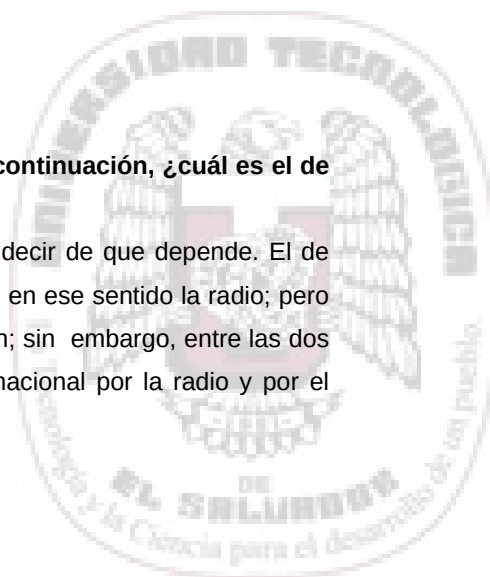
13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un período electoral?

R/ Sí, en la ideología, si porque todo el enfoque que le dan a las noticias son de derecha, ejemplo ahora las noticias que están pasando es sobre la huelga de los médicos, lo están pasando como que los médicos le están haciendo daño a la gente...que hay una señora que ya se va a morir...etc., eso de que cambian la decisión de voto eso me parece que no.

Nombre : Lic. Israel Noyola
Cargo : Decano de Arte y Cultura
Institución : Universidad Tecnológica de El Salvador

1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es el de su preferencia?

R/ Depende, no hay ninguna situación para escoger, y le voy a decir de que depende. El de mayor cobertura para toda la población por su acceso es la radio, en ese sentido la radio; pero la de mayor impacto que combina imagen y sonido es la televisión; sin embargo, entre las dos alternativas quizá me inclinaría más por el grado de cobertura nacional por la radio y por el impacto por la televisión.



2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

R/ No, porque la objetividad es la que pretende reflejar la realidad tal y como es, y en nuestro medio....hablo de medio en el ambiente....en nuestra realidad se observa que tanto los medios de comunicación hegemónicos masivos diría que algunos como la radio, la prensa y la televisión son propiedad privada y obedecen a los intereses del propietario privado, por lo tanto la objetividad de ellos es la objetividad de la empresa privada pero no la objetividad que debe de ser, el reflejo de la realidad.

3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?

R/ Yo tendría que decir que malo, porque en lugar de orientar desorientan con sus intereses de campos pagados por las grandes empresas con los partidos políticos de su interés que son casi todos a excepción del FMLN, por lo tanto hay una desorientación programada por fines comerciales terrible. En ese sentido para mi es malo porque desorientan a la gente. Es excelente en el sentido que están cubriendo cualquier cosa a cualquier rato pero el grado de objetividad es el malo.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

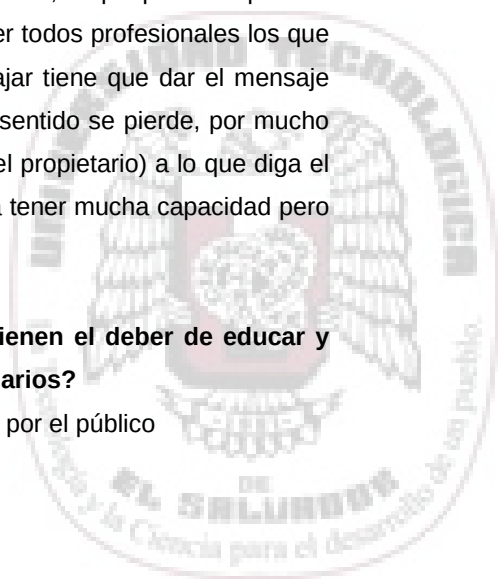
R/ Sí, juegan un papel importantísimo en la sociedad aquí el problema que tenemos es quién descodifica los mensajes; si la persona... es una persona que conoce objetivamente el medio, conoce la realidad, pues va a gozar con una serie de cosas que los medios de comunicación le dicen, y va también a poder analizar y va a poder decir si esto es cierto o esto no es cierto; pero la gente que no tiene ese grado de....digamos científico de cultura, de educación como para poder descodificarlo va a ser engañada.

5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

R/ Yo digo que sí están capacitados para informar de manera objetiva, lo que pasa es que esa capacitación que pueden tener todos los profesionales; pueden ser todos profesionales los que estén laborando en el medio pero resulta que a la hora de trabajar tiene que dar el mensaje que es de interés de la empresa o de la gran empresa y en ese sentido se pierde, por mucho profesionalismo se tiene que subordinar el empleado (que no es el propietario) a lo que diga el propietario a través de sus diferentes empleados, entonces pueda tener mucha capacidad pero termina siendo doblegado.

6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ Sí tiene la obligación, una obligación que debería ser exigida por el público



porque es una finalidad establecida moralmente en la tradición de nuestra sociedad, las finalidades y las funciones específicas de los medios se supone que oficialmente son de informar, entretener y educar; pero en la realidad la función es económica y esas cosas quedan en segundo plano.

7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Bueno yo diría que influyen de gran manera, definitivamente la ideología es lo que mueve a las personas a actuar y comportarse de determinada manera, por ejemplo: la ideología religiosa, ideología política, la ideología empresarial, etc. todo eso hace que la persona actúe de acuerdo a una ideología y en nuestro medio las ideologías son fuertes aunque las personas no la puedan ver, como por ejemplo una silla o una mesa.

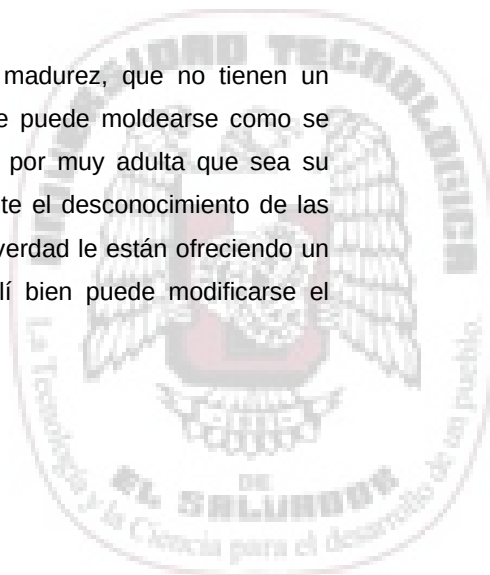
8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ Bueno no podría opinar al respecto porque tendría que tener una especie de conocimiento objetivo de cuanto es el espacio que se brinda a la noticia dentro de todo lo que es de programa comercial y dentro de lo que se le brinda a la noticia, cuanto es el espacio lo que se le da a lo que es deporte. Si el deporte es una noticia yo creo que debería de darse, pero sino es una noticia sino que es un soporte, entonces no debería de darse.

9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ Considero que sí, que inciden directamente y muy fuertemente. Sin embargo, depende de una serie de condiciones de la naturaleza propia de la persona, ejemplo: una persona que tenga plena convicción y que conozca la realidad, no lo va hacer cambiar una noticia que parezca supuestamente atractiva o superficialmente atractiva porque sabe que el fondo es el mismo; entonces, en otras palabras no le van a dar atol con el dedo, siempre su convicción está ya trazada.

Pero si va influir mucho en las personas que no tienen una madurez, que no tienen un conocimiento pleno de la realidad y que duda, y que fácilmente puede moldearse como se moldea la conducta de un niño. En esta parte la gente adulta, por muy adulta que sea su conducta va estar digamos siendo manejada ante el engaño, ante el desconocimiento de las cosas, que en un momento determinado pueda creer de que en verdad le están ofreciendo un millón de dólares cuando realmente se lo están quitando y allí bien puede modificarse el comportamiento.



10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

R/ Sí, lo he visto en alguna oportunidad, porque me gusta hacer digámoslo así un análisis comparativo de la objetividad de todos los noticieros, entonces no veo solamente el cuatro, veo todos los noticieros en los canales locales y en los canales no locales; entonces, no solo estoy al tanto de las noticias en televisión sino que también en las noticias transmitidas en la radio y también en los impresos, en ese sentido lo he visto alguna vez pero definitivamente en cuanto a su contenido es un noticiero que necesita un señalamiento de culpabilidad por tendencioso, amarillista, falso muy grande.

11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

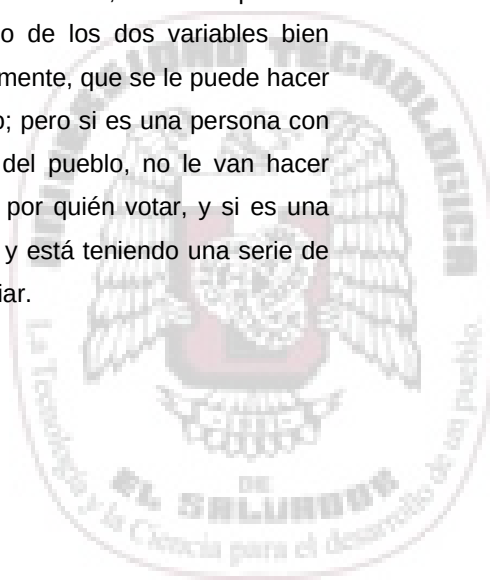
R/ Eso es lo que decía anteriormente es amarillista, es poco objetivo, es tendencioso, obedece a ideologías determinadas por intereses de la derecha, conservadores, etc. y lo que trata es de mantener un estatus de dominio y en algún momento va a tratar de cambiarlo o intentar cambiarlo por muy real que sea las cosas; entonces, es muy tendencioso y además de eso sensacionalista, amarillista y yo creo que en lugar de ser bien hace el mal .

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ La ideología política es definitivamente una ideología política conservadora...conservadora del gran capital...no hablo del capital progresista sino que del gran capital conservador tradicional, solo a cambiado tal vez de nombre a través de partidos políticos; ahora es ARENA, PCN, Democracia Cristiana antes fue el PCN, el PRUS y mucho antes fue Pro Patria de Maximiliano Martínez, etc...etc.

13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un período electoral?

R/ Aquí volvemos a la pregunta que me hizo anteriormente, esta pregunta como que viene siendo una pregunta de enlace entre una y otra para ver el grado digamos de convicción que tiene la persona hacia lo mismo; definitivamente si puede, pero depende de la convicción natural de cada persona, de su nivel de conocimiento. Repito nuevamente, si es una persona que tiene poco nivel cultural y poco nivel educativo, como uno de los dos variables bien importantes, pues, es como un niño que se le puede moldear fácilmente, que se le puede hacer creer que hay viene el viejo y se lo va a llevar y a allí estuvo todo; pero si es una persona con convicción clara, que se interesa por ejemplo por el bienestar del pueblo, no le van hacer cambiar el voto por mucho que él lo oculte siempre va a saber por quién votar, y si es una persona profesional convencido de que está bien con la derecha y está teniendo una serie de privilegios, entonces por ese va a votar y no se lo van hacer cambiar.



Nombre : Lic. Julio Cesar Grande
Cargo : Docente Hora Clase
Institución : Escuela de Comunicación Mónica Herrera

1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es el de su preferencia?

R/ La prensa escrita, porque en primer lugar a uno le permite reflexionar más sobre lo que precisamente uno lee, por eso fundamentalmente y cuando hablo de prensa me refiero fundamentalmente a medios escritos porque en una revista también pude saber la problemática, pero también la televisión.

2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

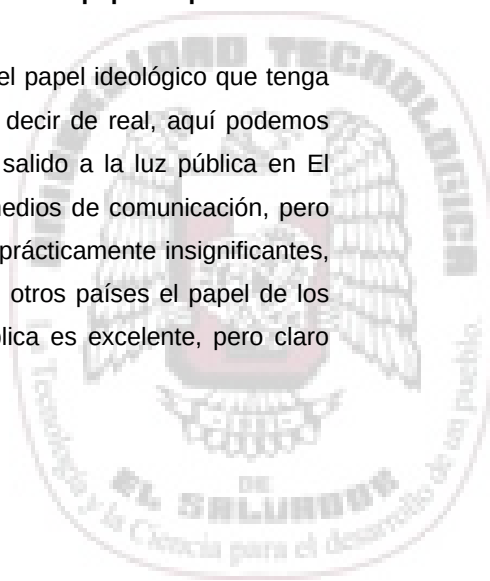
R/ No, porque todo medio no solo aquí en El Salvador sino que en todo el mundo siempre tienen una posición ideológica que defender y por lo tanto que apoyar, y eso es así históricamente, y no puede ser de otra manera. Usted pone un medio de comunicación, si tuviera los suficientes recursos para ponerlo, y usted es por ponerle un ejemplo de ARENA, mire usted va a defender su posición y va contratar empleados que defiendan su posición, no va a llevar un reportero que defienda la posición del FRENTE y usted pagándole, así de fácil.

3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?

R/ Bueno depende, es decir, si los medios en general, le voy a poner un ejemplo: si yo soy de ARENA y los medios de comunicación social apoyan mi posición ideológica le voy a decir que no, pero si apoyan la posición ideología de un partido contrario le voy a decir que es malo, por eso le digo que depende. Todo depende de cuando usted escuche y vea la noticia, me entiende, entonces, allí habría que definir desde que punto de vista se puede decir si es buena o mala o regular.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

R/ Definitivamente que sí, porque a veces independientemente del papel ideológico que tenga cada medio, bueno en determinados momentos algo tienen que decir de real, aquí podemos poner muchos ejemplos: algunos casos de corrupción que han salido a la luz pública en El Salvador han sido producto de algunas denuncias de algunos medios de comunicación, pero claro, si usted analiza cuantos casos de corrupción han salido... prácticamente insignificantes, pero bueno los medios han dado su contribución a eso; pero en otros países el papel de los medios en ese sentido como fiscalizadores de la actuación pública es excelente, pero claro nuestra democracia es incipiente totalmente.



5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

R/ Definitivamente que sí, si están capacitados técnicamente; pero una cuestión es estar capacitados técnicamente, profesionalmente y otra cosa es la conveniencia económica. Le voy a poner un ejemplo: si yo soy el dueño del canal cuatro y yo necesito una reportera, y usted ofrece sus servicios como reportera a mi empresa, bueno yo le voy a poner mis condiciones de acuerdo a mi ideología, pero usted me dice, yo no voy a aceptar porque yo soy del FRENTE, bueno que le vaya bien, no se preocupe que hay mil allí esperando trabajo. Que usted acepte o no acepte depende de otros factores, no que no esté capacitado.

Profesionalmente y técnicamente le digo yo que soy docente desde hace diez años de periodismo, infinidad de los que allí andan trabajando han sido mis alumnos y son mis alumnos algunos, capacidad tienen, el problema es que se anteponen los intereses económicos, y usted tiene que tomar una decisión o se muere de hambre o siga pensando lo que usted crea conveniente. Esas son realidades que muchos no entienden, hay estómagos que llenar y si tenemos hijos qué?...hay casa que pagar, vehículo que pagar...nada es regalado en este mundo, la ropa, los estudios, esas son las realidades; yo creo que técnicamente y profesionalmente si hay capacidad, y se lo digo yo que conozco a muchos.

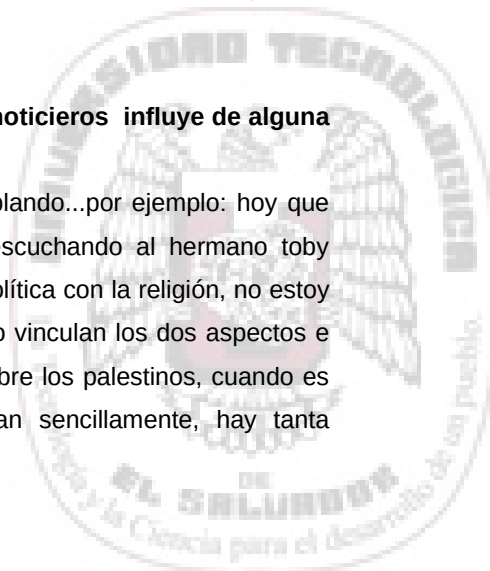
6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ Claro que tienen el deber por cuestiones éticas, por ejemplo: la asignatura de ética periodística o en comunicaciones, a ustedes le enseñan eso, pues sí; entonces, volvemos a la realidad. Usted sabe que ciertas cosas no pueden ser correctas o incluso pueden ser malas, una casa es que sean malas y otra cosa es que sean correctas, pero usted tiene prioridades también, entonces allí es donde choca la ética y lo moral con la realidad.

Usted como empleado sabe que no puede hacer lo que usted quiere, pero el dueño si puede hacer lo que quiere con el medio; entonces desde el punto de vista ético y desde el punto de vista moral que son dos cosas diferentes, si tiene el deber, teóricamente sí lo tienen pero la práctica eso es otra cosa.

7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Indudablemente, precisamente por todo lo que veníamos hablando...por ejemplo: hoy que ha estado bastante complicado allá en Israel, yo he estado escuchando al hermano toby ...bueno hablando cosas que van obviamente de la mano de la política con la religión, no estoy diciendo yo que su posición sea buena o sea mala, pero si como vinculan los dos aspectos e incluso justificándolos. Por ejemplo: los bombardeos de Israel sobre los palestinos, cuando es una cuestión tan compleja que no se puede abordar así tan sencillamente, hay tanta



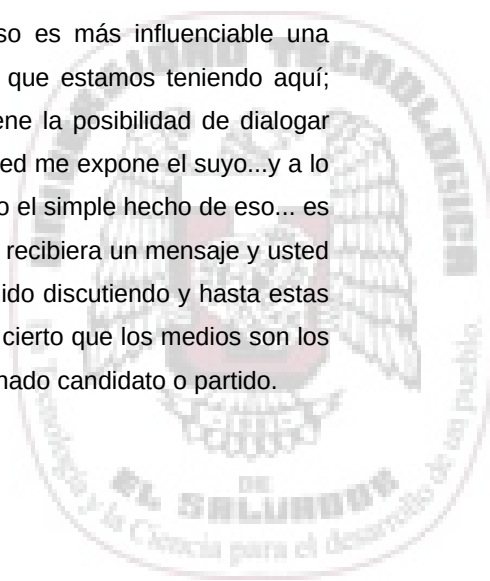
complejidad de los problemas que difícilmente se puede decir que se está enviando un mensaje puro... en el sentido de objetivo, yo creo que es difícil.

8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ Mire una de las técnicas periodísticas que se enseñan en todas las universidades, es de que se supone que una noticia debe de ser bastante balanceada. Por ejemplo: si él cometiera un crimen y ella es la periodista, y yo soy el defensor y usted es la fiscal. Pues ella como periodista tiene que conocer mi versión y su versión, y lo legítimo. Lo correcto en términos puramente periodístico es que saque las dos versiones, porque si solo saca la suya obviamente la gente lo que va a conocer es su versión, y si solo saca la mía solo van a conocer mi versión, obviamente yo lo voy a defender a él y obviamente usted lo va a atacar a él; entonces lo correcto desde el punto de vista periodístico es que debe de salir las dos versiones, el problema es que en muchos noticieros....específicamente Cuatro Visión, allí no hay posibilidad del contraste de opinión, definitivamente no la hay, en Teledos y en EL Noticiero un poco menos. En la cantidad de tiempo normalmente va inclinado hacia la derecha.

9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ Mire si uno analiza las encuestas, que ya comenzaron a salir , usted puede notar fácilmente que a veces el FRENTE sube un poquito o a veces ARENA sube un poquito, pero la diferencia en general se mantiene. Lo que pasa que el gran porcentaje son gente indecisa que anda por el 50%; los estudios que se han hecho a nivel mundial indican que normalmente que la decisión de votar por uno u otro partido normalmente ya está tomado, usted siempre conserva un pensamiento de derecha o de izquierda, difícilmente que uno del FRENTE por más que lo estén bombardeando va a cambiar, lo mismo con uno de ARENA. Entonces, a donde queda orientada en este caso esta información?...hacia los indecisos. Ahora, es un error creer que son los medios los que van a orientar, eso son investigaciones que viene haciendo Estados Unidos desde 1940 y los datos casi concluyentes son de que en realidad los electores no se mueven por lo que están diciendo los medios, sino que incluso es más influenciable una persona en la medida en que puede tener una platica como la que estamos teniendo aquí; porque en la televisión y la radio, usted solo recibe pero no tiene la posibilidad de dialogar como lo estamos haciendo. Yo le expongo mi punto de vista y usted me expone el suyo...y a lo mejor yo la logre convencer o usted me logre convencer a mí, pero el simple hecho de eso... es como aceptar la teoría de la vara mágica...que bastaba que usted recibiera un mensaje y usted ya quedaba como imnotizada. Esa teoría desde 1920, se ha venido discutiendo y hasta estas alturas es una teoría que casi está desechada. En general no es cierto que los medios son los determinan la actitud de la persona y la simpatía hacia un determinado candidato o partido.



10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Sí lo he visto, en primer lugar porque como profesional de la comunicación si necesito verlo, para tener opinión porque me preguntan, así como lo está haciendo usted. Para mí es una cuestión que forma parte de mi formación académica, por lo tanto mi opinión puede ser muy diferente a la de ellos, porque yo lo veo desde mi punto de vista crítica, en el sentido que tengo que formarme un juicio de que tipo de hechos presenta. Entonces, es bien diferente como lo ve usted y de como lo veo yo, incluso usted si lo ve y lo está haciendo en función del trabajo que esta realizando. Hay gente que lo ve porque siente gratificación con ese tipo de noticias; o sea, la teoría de los usos y gratificación, pero eso son ellos, incluso una persona que no pueda escribir ni leer lo va a ver por otra situación y en eso hay que tener mucho cuidado.

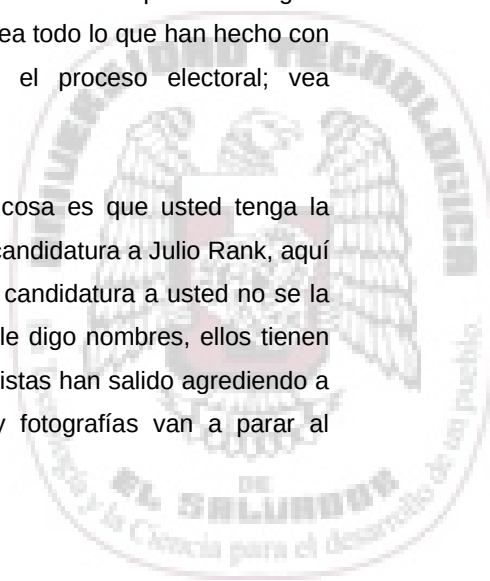
11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

R/ En definitiva algunos casos no llegan ni a noticias sino que son simples dramatizaciones de hechos...lo que se llama el ducodrama, donde incluso usted puede ver allí que a veces han matado a alguien y aparece allí la ficción...caso típico del ducodrama; eso definitivamente se lo digo así independientemente de formación académica que usted y yo podamos tener, no aporta nada al desarrollo cultural. Por el contrario se ha considerado que este tipo de programas exactamente como el de Cuatro Visión son tremendamente dañinos para la salud mental. Uno, porque recrean hechos de violencia que no tienen ningún sentido...si hay alguien que se ahorcó...sacan al ahorcado hasta con la lengua de fuera, si hay un macheteado....se lo sacan. Entonces lo que han estudiado en otros países este tipo de programas como el de Cuatro Visión, y sí definitivamente han llegado a la conclusión que son dañinos para la población, en la medida en que este tipo de programas...incluso le meten miedo a la gente...y hay mucha gente que dice hay yo no salgo ya porque es peligroso salir y quién metió el miedo? lo metió el medio, porque en que a usted le pase algo...le puede pasar en cualquier lugar.

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Es ultra derecha, porque ellos como medio de derecha que son defienden los intereses de la empresa privada...pero cuando digo empresa privada me estoy refiriendo al que tiene el gran capital, defienden a capa y espada sus intereses económicos. Y vea todo lo que han hecho con la huelga del seguro...no basta irse tan atrás...y hoy con el proceso electoral; vea inmediatamente con la toma de Catedral, vincularon al FMLN.

Ahora, pudiera ser...pero una cosa es que pudiera ser y otra cosa es que usted tenga la certeza de que así es. Ve usted ahora con el lanzamiento a una candidatura a Julio Rank, aquí no hay donde engañarse.... Hay sale que el propio director...una candidatura a usted no se la van a ofrecer por su cara linda...no...en algunos medios que no le digo nombres, ellos tienen equipos especiales incluso de espías...por eso es que los sindicalistas han salido agrediendo a ciertos periodistas, y sabemos que muchos de esos videos y fotografías van a parar al



organismo de inteligencia del Estado...y eso es conocidísimo ...desde la época de la guerra viene eso, y en todo el mundo es así...eso no es nada solo de aquí.

13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un período electoral?

R/ No, definitivamente no y es de lo que estábamos hablando. Eso no quiere decir que en alguna gente no influye, pero que en esa gente que influye considero yo que va a ser mínima; no va a cambiar el resultado de toda una elección. Por ejemplo: si en Soyapango votan 100mil personas, pero alguna gente si se vio influenciada por este medio supongamos que fueron 500; entonces, 500 votos no cambia toda una elección, no quiero decir que no sean importantes, pero es difícil.

Nombre : Lic. José Eduardo Cubías Colorado

Cargo : Docente del Departamento de Periodismo

Institución : Universidad de El Salvador

1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación, ¿cuál es el de su preferencia?

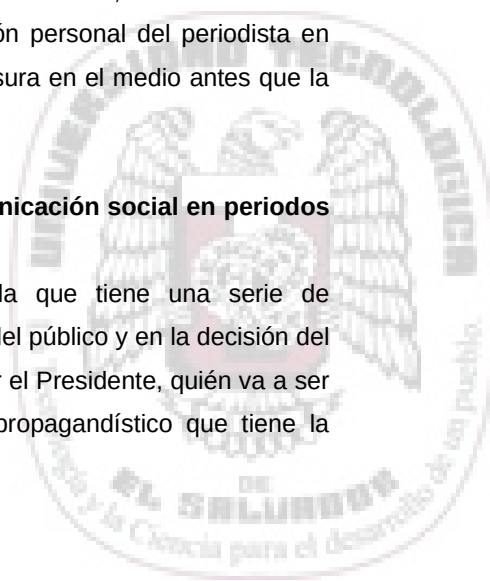
R/ Por hoy televisión, porque tiene una cobertura mayor, más instantánea, hay más opciones y hay más profesionalismo en el aspecto noticioso; así como también hay programas de debates, de entrevistas y puede decirse que hay una oportunidad para que el público entre en contacto con el medio a través de algunos programas de micrófono abierto, incluso consultas vía internet, correo electrónico en el mismo momento que se está dando una entrevista, un debate, algo así.

2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

R/ La objetividad siempre ha sido relativa, lo que podría cuestionarse es si informan parcial o imparcial. Siempre hay una parcialidad de acuerdo a la ideología del medio, a la línea editorial y al enfoque que se le da a la noticia; siempre hay una posición personal del periodista en primer lugar y luego del medio. Entonces hay censura y autocensura en el medio antes que la noticia salga publicada.

3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos electorales?

R/ Yo diría que bueno, porque es la coyuntura electoral la que tiene una serie de acontecimientos de tipo político...que inciden pues, en la opinión del público y en la decisión del votante. De hecho la televisión es la que determina quién va a ser el Presidente, quién va a ser el Alcalde, quienes van a ser los Diputados; porque el tinte propagandístico que tiene la



información noticiosa en los medios incide directamente en la atención del público en su momento de decidir. La televisión tiene una influencia poderosa en periodos electorales y de allí el peligro de la manipulación de la información, ya sea a favor o en contra de un partido o de un candidato. Han habido campañas que han llegado más al personalismo y no al debate político, y por eso se cuestionan a los medios...de que son tendenciosos en el enfoque de algunos hechos o noticias.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

R/ Sí, los noticieros es la forma más inmediata para mantenerse informado. La televisión hoy es accesible a medio mundo, y la gente le tiene fe a lo que dicen los medios...y eso no es cierto, aunque a veces la misma fugacidad de la nota por televisión no permite ahondar ciertos aspectos. La radio ha sido desplazada por la televisión y también los periódicos para cierto tipo de público.

5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

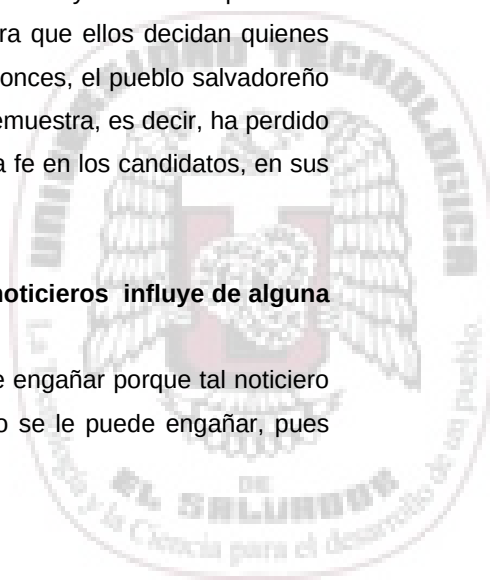
R/ No, creo que ningún medio está capacitado para informar objetivamente, sobre todo en nuestro país, que se percibe la tendencia ideológica del medio y la gente se da cuenta de la inclinación hacia determinado partido o a determinado candidato; incluso, llegan hasta el aspecto ético que no se sabe si la noticia es objetiva o si es parte de una campaña proselitista u orquestada donde los medios juegan un papel importante.

6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ Claro, comenzando desde el Tribunal Supremo Electoral que debe de hacer una campaña informativa sobre todo para disminuir el índice de abstencionismo. Debe hacer una campaña multimedia que debe ser coordinada por el TSE para que el público tome más conciencia de ese derecho y ese deber como es...el de ejercer el sufragio. Yo creo que políticamente nuestro país ha tenido malas experiencias en periodos electorales anteriores y es de allí que no le hemos heredado a nuestros hijos una buena escuela política para que ellos decidan quienes van a ser sus representantes, que no decidan otros por ellos. Entonces, el pueblo salvadoreño no está educado políticamente y el índice de abstencionismo lo demuestra, es decir, ha perdido fe en los partidos políticos, en los institutos políticos, ha perdido la fe en los candidatos, en sus funcionarios por la corrupción.

7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Claro, se nota el tinte que tiene y al público ya no se le puede engañar porque tal noticiero es partidario de tal ideología, de tal causa política. Al público no se le puede engañar, pues



percibe para donde o para que rumbo se lo quiere llevar un periodista con una nota, un presentador en el noticiero, un moderador en un programa. La gente ya tiene experiencia en eso en detectar la tendencia de un noticiero, de una columna periodística, etc.

8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ No, demasiado; bueno una cuestión de tarifas publicitarias en concepto político; creo que tiene un porcentaje considerable adicional la nota periodística o el anuncio, mejor dicho un espacio de campaña política es un costo más que el de simple publicidad, por eso es que los medios se alegran...porque facturan más; el espacio vale más...y los espacios de los medios, los tiempos de los medios se ven saturados.

Por eso es que siempre se ve durante un tiempo, aunque debería de hacerse verdadera campaña; pero digamos que algunos organismos como por ejemplo el gobierno que hace proselitismo mucho más antes, divulgando las obras públicas con campañas, con slogan, con frases. Yo creo que pueden reducirse más las franjas, porque el público después de un periodo de campaña política termina estresado y los medios omiten muchas veces información muy importante por noticias de tipo político.

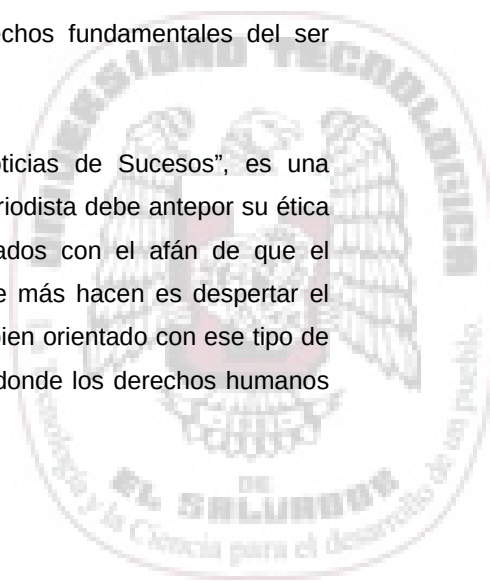
9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ Sí, ya se lo dije anteriormente que la televisión es la que puede incidir en el voto por un candidato, más que la radio y más que la prensa.

10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

R/ Sí lo veo, para analizarlo con una capacidad crítica. Ver sus contenidos, ver sus formatos, ver el tipo de enfoque que les dan a los acontecimientos; y para mí es un antiperiodismo, como de otros programas de otros países que abusan del sensacionalismo y violan los derechos humanos sobre todo al derecho a la intimidad; es decir, abusan de ciertas libertades anteponiendo los intereses de difusión y de rating a los derechos fundamentales del ser humano.

Cabalmente estoy leyendo este documento llamado: "Las Noticias de Sucesos", es una investigación que analiza una serie de momentos en el que el periodista debe antepor su ética ante los hechos que pueden ser sensacionalizados o exagerados con el afán de que el periódico circule o que el noticiero tenga un gran rating. Lo que más hacen es despertar el morbo y bajos sentimientos. Creo que el público no está siendo bien orientado con ese tipo de hechos, porque se le está haciendo una apología a la violencia donde los derechos humanos no son apreciados y donde existe un mercantilismo.



11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Es digamos la paradoja. En investigaciones que se han hecho, ese tipo de noticias es la que demanda el público y eso hay que destipificarlo, porque no es cierto...no es cierto que al público le agrade ese tipo de noticias, es más...en muchas casas no ven ese noticiario...no lo ven sobretodo por la influencia de impacto, es muy tremendo el impacto psicológico...escenas crudas, espeluznantes...pero ese es el periodismo para ellos, y eso es lo que hace vender el espacio con buenos anunciantes y sobretodo lo tienen en franjas de mucha audiencia.

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Bueno ideología política no se percibe muy bien. Creo que...lo que se ve...es de mantener un estado de cosas propio de la violencia, donde estén en primer plano los cuerpos de seguridad...o sea, la PNC como los baluartes, como los defensores de los derechos humanos para mantener el orden. La cultura de la violencia está presente en ese tipo de programas que quieren mantener al pueblo atemorizado para justificar más una inversión en PNC, en los Organos Judiciales, en fin donde la justicia sea un punto de interés del gobierno. Yo no le veo ideología, lo que le veo yo...es mercantilismo.

13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un período eleccionario?

R/ No específicamente Cuatro Visión, sino que todos los programas que tengan contenido político inciden en el voto electoral. Pues eso está comprobado; que la televisión penetra por la imagen, por los colores, las consignas, los símbolos, el lenguaje corporal de los candidatos; es el medio a donde se puede difundir con más facilidad el mensaje propagandístico. Incluso pueden enviarse mensajes subliminales y no se da cuenta la gente que lo están manipulando sobretodo si le muestran por quién debe votar o a donde tiene que poner la "X", desprestigiando al partido contrario, en fin.

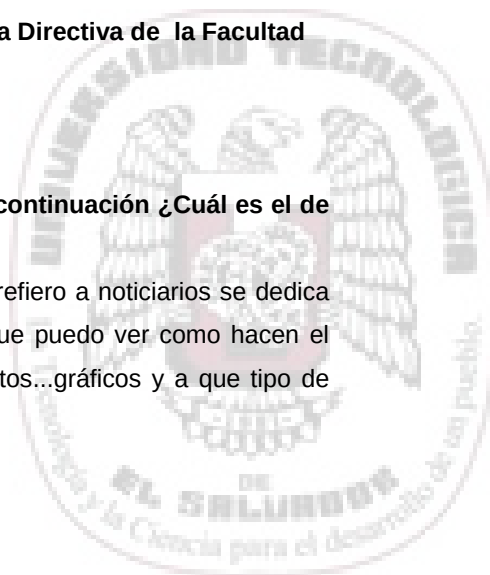
Nombre : Lic. Napoleón Rodríguez

Cargo : Profesor Universitario 2 y Miembro de la Junta Directiva de la Facultad de Periodismo

Institución : Universidad de El Salvador

1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación ¿Cuál es el de su preferencia?

R/ Televisión, por cuestión de tiempo; precisamente cuando me refiero a noticiarios se dedica menos para verlo, y también me interesa la prensa escrita porque puedo ver como hacen el tratamiento de la información, es decir como utilizan los elementos...gráficos y a que tipo de tendencia pertenece.



2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

R/ Muy cerrado esto, es que el problema de la objetividad es bien difícil decir si o no. Generalmente los medios de comunicación tienen tendencias, por lo tanto una objetividad, es bien difícil de definirla. Si la pregunta fuera cerrada yo diría no porque tienen sus tendencias y sus preferencias políticas; son los dueños de los medios los que determinan la línea editorial e informativa. Bueno si fuera lo contrario habría que hablar de casos, porque habrá que hacer diferencias entre algunos medios; algunos que tienen un poco más de credibilidad incluso porque tienden más a la objetividad que otros. Y habrá también que ver ciertos periodos y habrá que ver que ciertos temas...de todo eso depende la objetividad.

3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?

R/ Bueno, desde mi punto de vista como comunicador creo que es malo, primero porque los medios de comunicación lo que hacen es enfilarse hacia una tendencia política con un partido, es obvio eso...y ya lo comenzaron hacer...desde ese momento no puedo considerar que me están informando.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

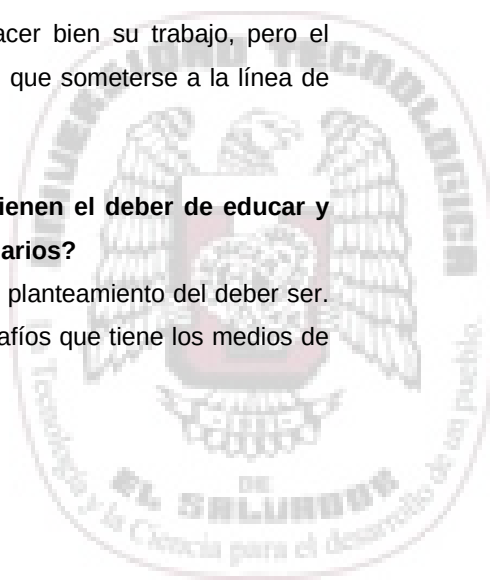
R/ Depende para quién sea la importancia; para el medio es muy importante el papel que ellos juegan, para la empresa privada es también muy importante el papel que ellos juegan...por eso le digo que depende... Porque para el grueso de la sociedad...generalmente es víctima del papel que juegan los medios de comunicación, a partir...repito de la tendencia política que ellos defiendan; dejan toda su posibilidad de objetividad y toman partido.

5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

R/ Bueno yo quiero creer que sí están capacitados, el problema no es de capacitación sino que de tendencias y de líneas editoriales. Es decir,... el periodista que tiene formación académica tiene las herramientas digamos teóricas y tecnológicas para hacer bien su trabajo, pero el problema es la línea editorial , a lo que lo mandan hacer. Tienen que someterse a la línea de los dueños de los medios y ese es el problema.

6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ En periodos y en no periodos, es una tarea permanente en el planteamiento del deber ser. Cuando se habla del papel de los medios, eso es uno de los desafíos que tiene los medios de comunicación, ahora en periodos electorales se esperaría más.



7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Por supuesto, influyen porque le dan una orientación al tipo de información que le da, dan un punto de vista y orientan al televidente o al lector o al radioescucha hacia esa tendencia...entonces sí tiene influencia política.

8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ Evaluar esta parte es bien difícil en este momento porque no ha iniciado la campaña política. Sin embargo, los partidos mayoritarios principalmente el partido gobernante si tiene los espacios establecidos...ya se pueden ver los espacios que los grandes medios le están dando, que es parte de su tendencia política. Para darle un dato más cercano, en la última década...los medios de comunicación han estado claramente definidos principalmente los grandes medios...estamos hablando de Telecorporación, las cadenas de radio y los dos periódicos mayoritarios de este país...su lineamiento lo mantienen y por supuesto para la hora de dar espacios van a elegir su preferencia política.

9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ Depende de los sectores, si tiene incidencia pero no en todos los sectores. Es decir, que hay grupos que son más críticos, que la publicidad no va a tener mayor impacto...allí podríamos hablar por ejemplo: de estudiantes universitarios, profesionales, incluso de clase media que también tiene un nivel cultural distinto...entonces, el impacto no es igual.

Pero si hay sectores en el cual el impacto va a ser mayor. Y sí inciden en la parte electoral porque van creando imágenes, van creando tendencias pero no es parejo para toda la población.

10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

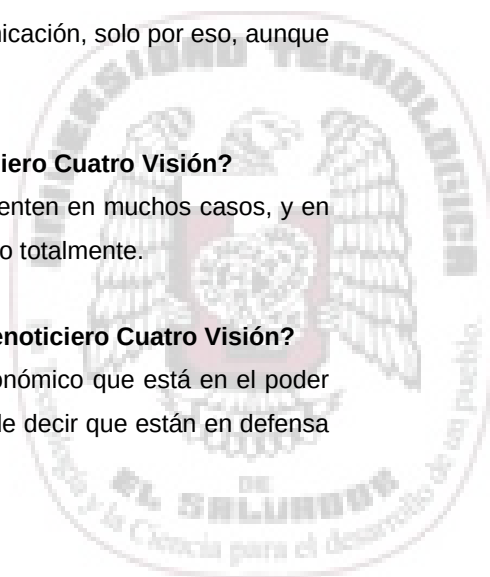
R/ Sí lo veo porque es parte de mi profesión ver medios de comunicación, solo por eso, aunque no son los medios de mi preferencia.

11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Bueno en términos generales la información es maltratada, mienten en muchos casos, y en materia política están totalmente pegados a la política del gobierno totalmente.

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Bueno en términos de la ideología, están ligados al poder económico que está en el poder político...es la defensa precisamente de...incluso no en términos de decir que están en defensa



de la propiedad privada sino que están en defensa de una concepción de cómo gobernar este país y defendiendo todos los proyectos de gobierno.... Entonces la tendencia de ellos está ligada al poder político.

13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo electoral?

R/ Depende de los sectores, los medios de comunicación no tiene el poder absoluto sobre la audiencia; sino que depende de niveles culturales, de intereses económicos, incluso de militancias políticas, de concepciones religiosas...depende de todo eso...de allí que en algunos sectores va incidir con mayor fuerza y en otros menos.

Nombre : Lic. Jonathan García
Cargo : Catedrático Universitario
Institución : Universidad Tecnológica

1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación ¿Cuál es el de su preferencia?

R/ Televisión, por ser el más completo y dinámico.

2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

R/ No, todos tienen intereses económicos y partidistas de por medio.

3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos electorales?

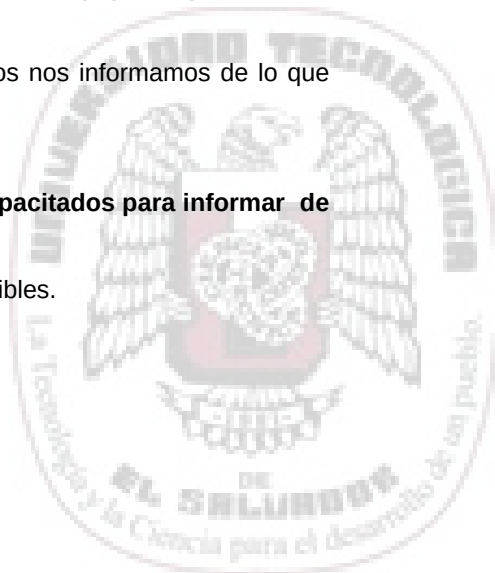
R/ Bueno, porque presentan información relativamente completa, aunque siempre orientada a favorecer al partido con cuya ideología se identifican.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

R/ Sí, porque es el medio por el cual la mayoría de salvadoreños nos informamos de lo que ocurre en nuestro país y el mundo.

5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

R/ No, porque hay muchos intereses de por medio, casi indestructibles.



6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ Sí, porque es uno de sus 5 roles básicos (1. Informar, 2. Educar, 3. Entretener, 4. Fiscalizar las acciones públicas, 5. Proyectarse socialmente).

7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Sí, porque es el tratamiento de toda información se hace con “autocensura”, la que obedece a los intereses del medio. Si hay que informar, pero esa información perjudicará directa o indirectamente al medio, se censura.

8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ No, porque es demasiada. Hay una sobresaturación de mensajes.

9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ No, porque a mayoría vota por el partido con el que se identifica desde jóvenes. Una noticia más o una noticia menos, no hace que le gente cambie radicalmente de decisión.

10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

R/ Sí, porque me ha llamado la atención alguna noticia en particular.

11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Son básicamente notas policíacas y rojas. Para mí no es un noticiario, sino más bien, un espectáculo de información sobrecargada de amarillismo.

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Derechista.

13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo eleccionario?

R/ No, por razones expuestas en la pregunta 9.



Nombre : Lic. Narciso Castillo

Cargo : Director General/Catedrático hora clase

Institución : Canal 33/Universidad Tecnológica

1. De los medios de comunicación social que se detallan a continuación ¿Cuál es el de su preferencia?

R/ Televisión porque me agrada más, es más fácil convivir con ella sin necesidad de dedicarle tiempo. Por la falta de tiempo es más fácil informarte por medio de la televisión.

2. ¿Cree usted que los medios de comunicación social en El Salvador informan de manera objetiva?

R/ Yo creo que si me preguntan en general...yo creo que no porque me parece que son muy politizados sobre todo los que dicen que no son políticos, es muy importante la opinión política de sus propietarios y eso influye mucho. De hecho los directores son nombrados en El Salvador por su criterio político más que por su capacidad. En el fondo los directores de los medios se transforman en sirvientes de la ideología de los dueños de comunicaciones y eso hace que sean opiniones muy sesgadas.

3. ¿Cómo cataloga el papel que juegan los medios de comunicación social en periodos eleccionarios?

R/ No puedo catalogarlos ni de buenos ni de excelentes sino que de influyentes. Posiblemente sea malo porque influye en el electorado. Influyen de acuerdo al gusto, preferencia u opción de su dueño.

4. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños juegan un papel importante en nuestra sociedad?

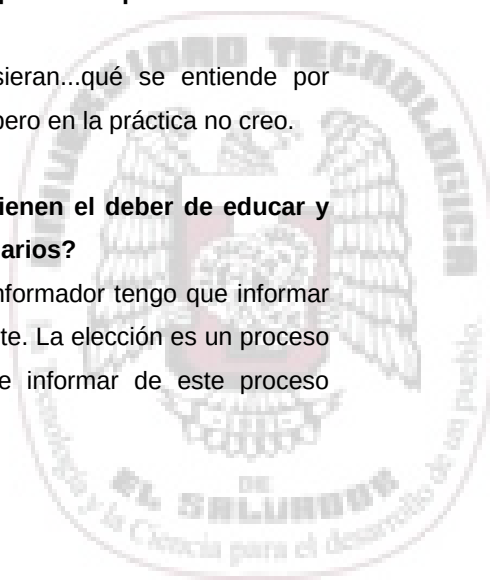
R/ Por supuesto, aquí y en cualquier parte del mundo. El noticiero televisivo hoy por hoy en cualquier parte del mundo donde esté son muy importantes y forman la opinión pública que la radio, más que el diario.

5. ¿Cree usted que los telenoticieros salvadoreños están capacitados para informar de manera objetiva el acontecer de un proceso electoral?

R/ Pregunta muy cerrada. O sea, sí pueden hacerlo si quisieran...qué se entiende por capacidad?...que tenga periodistas preparados. Técnicamente sí pero en la práctica no creo.

6. ¿Considera usted que los telenoticieros salvadoreños tienen el deber de educar y orientar al público cuando se celebran periodos eleccionarios?

R/ por supuesto que sí porque esa es su función, si yo soy un informador tengo que informar siempre; máximo en un periodo eleccionario que es más importante. La elección es un proceso social o político importante por lo tanto los medios tiene que informar de este proceso importante.



7. ¿Cree usted que la ideología-política que poseen los telenoticieros influye de alguna manera en las noticias que presentan?

R/ Sí influyen por lo que dije anteriormente...sí influyen.

8. ¿Esta de acuerdo con la cantidad de espacio que brindan los telenoticieros a los partidos políticos en un proceso electoral?

R/ Sí le dan suficientes espacios, yo creo que en general todos los medios del país le dan suficientes espacios del acontecer electoral.

9. ¿Cree usted que las noticias transmitidas en los telenoticieros inciden significativamente en el comportamiento electoral de la población salvadoreña a la hora de ejercer el voto?

R/ Sí, lo que dije al principio. Los medios influyen en la opinión pública, usted recuerde que la gente se entera por los medios y se informa, y si usted le informan de determinada manera eso es lo que la gente cree...la forman como le informan. Las campañas que se hacen hoy en día se hace a través de los medios de comunicación, antes se hacía casa por casa y usted podía ver al candidato de frente, y usted evaluaba si le gustaba o no le gustaba. Entonces, los medios de comunicación hoy le dan servido el palto y le dicen éstos son los candidatos. Por eso usted tiene que elegir el medio de comunicación que esté cerca más de su creencia política y que a usted le parezca mejor.

10. ¿Ha visto alguna vez el telenoticieros Cuatro Visión?

R/ Nunca más de 2 minutos porque me parece de pésima calidad, me parece que no es un noticiero de televisión...me parece que es un "magazine" de morbo.

11. ¿Qué opina usted de las noticias que presenta el telenoticiero Cuatro Visión?

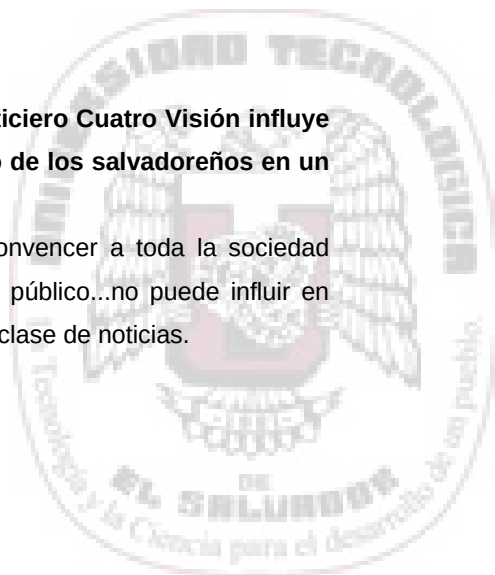
R/ Antiperiodismo, sensacionalista, absolutamente estoy en desacuerdo con ellos, eso no es periodismo...eso es turbulencia.

12. ¿Cuál considera usted que es la ideología política del telenoticiero Cuatro Visión?

R/ Ultra derecha.

13. ¿Cree usted que la ideología política que posee el telenoticiero Cuatro Visión influye en las noticias que presenta y cambia la decisión de voto de los salvadoreños en un periodo eleccionario?

R/ No porque Cuatro Visión no tiene el poder...digamos...de convencer a toda la sociedad salvadoreña, influye en su público. Cada noticiero influye en su público...no puede influir en todos los públicos. Y Cuatro Visión influye en la gente que ve esa clase de noticias.



ANEXO # 3 Formato de Entrevista para el Personal del Telenoticiero Cuatro Visión

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales



Con la presente guía de entrevista se pretende conocer la opinión de las personas que laboran en el telenoticiero Cuatro Visión y el papel que éste juega en la sociedad salvadoreña, por lo que pedimos su valiosa colaboración contestando sinceramente las siguientes preguntas, la información será manejada en forma confidencial y anónima. Gracias de antemano.

DATOS GENERALES

Estado Civil: Soltero (a) ☐	Edad entre: 18 – 27 años ☐
Casado (a) ☐	28 – 37 años ☐
Divorciado (a) ☐	38 – 47 años ☐
Viudo (a) ☐	48 – 57 años ☐
Acompañado (a) ☐	58 – o más años ☐
Sexo: Femenino ☐	Ocupación: Profesional ☐
Masculino ☐	Estudiante ☐
	Empleado ☐

Cargo: _____

Empresa: _____

PREGUNTAS:

1- ¿Cuál es la filosofía que posee el telenoticiero?

Explique _____

2- ¿Cuál es el público meta del telenoticiero CuatroVisión?

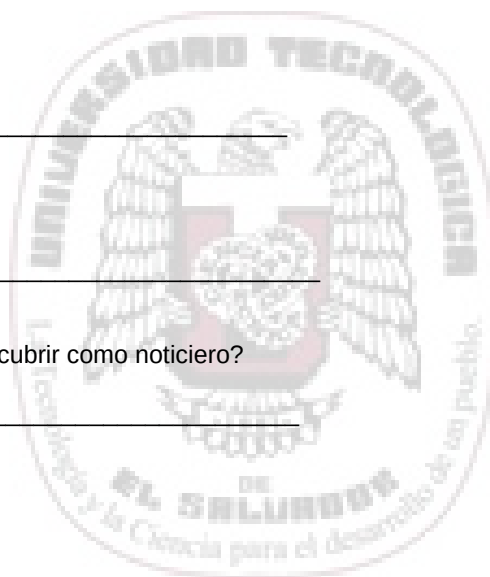
Explique _____

3- ¿Qué tipo de noticias presenta Cuatro Visión?

Explique _____

4- ¿Cuáles noticias cree usted que son las más importantes cubrir como noticiero?

Explique _____



5- ¿Qué tipo de formato utiliza Cuatro Visión para las noticias que presenta?

Explique _____

6- ¿Cree usted que Cuatro Visión juega un papel importante en nuestra sociedad?

Explique _____

7- ¿Transmite Cuatro Visión noticias que hacen referencia al aspecto político que vive El Salvador?

SÍ _____ NO _____

¿Por qué? _____

8- ¿Considera usted que Cuatro Visión beneficia a un partido político en particular por el tipo de noticias que presenta?

Explique _____

9- ¿Cómo cataloga el papel que juega Cuatro Visión en periodos de elecciones?

Explique _____

10- ¿Para usted qué es sensacionalismo y amarillismo?

Explique _____

11- ¿Cree usted que las noticias que presenta Cuatro Visión poseen sensacionalismo?

Explique _____

12- ¿Cree usted que las noticias que presenta Cuatro Visión se inclinan al tipo de ideología que posee el medio?

Explique _____

13- Además de informar. ¿Qué otros aspectos cumple Cuatro Visión como telenoticiero?

Explique _____

GRACIAS POR LA COLABORACIÓN BRINDADA



Universidad Tecnológica de El Salvador

ANEXO # 4 Carta de Solicitud de Entrevista



San Salvador, 5 de diciembre de 2002.

Reenviado 9/enero/03

Sr. Rodrigo Calvo
Director de Noticias Cuatro Visión
Presente.

Esperando se encuentre desarrollando de manera exitosa sus labores diarias.

Expreso a usted atentamente que las estudiantes que a continuación menciono: Sandra Esmeralda Cuéllar Rodríguez carnet 34-4135-98
Patricia Elizabeth Zelaya Osegueda carnet 34-3648-93
Se encuentran actualmente en el Proceso de Grado, siendo el tema de investigación "Los medios de Comunicación social salvadoreños y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante periodos electorales" (elecciones: diputados y concejos municipales año 2003) Caso específico: Telenoticiario Cuatro Visión.

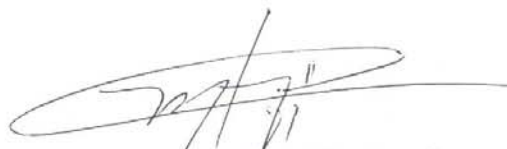
Para lo cual le solicitamos su valiosa colaboración para que les brinde la información de los antecedentes de noticias cuatro visión, así como también concederles una cita con tres personas que laboran en dicha institución para realizar una entrevista.

En espera de una resolución favorable, expreso a usted mis agradecimientos por la atención prestada a mi solicitud.

Atentamente,



*248-54 44.
Reisy Bolaños
fax: 248-54 26 48*


Lic. Mauricio Henríquez
Coordinador del Proceso de Grado.
Universidad Tecnológica de El Salvador

Favor Comunicarse con Srta. Sandra Cuéllar al tel. 276-8147 ó 760-9957 o con la Srta. Patricia Zelaya al tel. 277-8686 ó 854-5730 Gracias.

ANEXO # 5 Carta de Solicitud de Constancia de Negación

Universidad Tecnológica de El Salvador



San Salvador, 21 de enero de 2003.

Sr. Rodrigo Calvo
Director de Noticias Cuatro Visión
Presente.

Esperando se encuentre desarrollando de manera exitosa sus labores diarias.

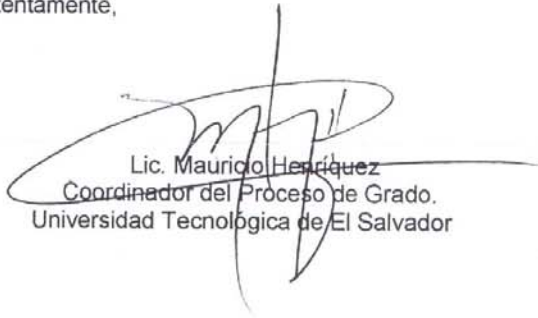
Expreso a usted atentamente que las estudiantes que a continuación menciono: Sandra Esmeralda Cuéllar Rodríguez carnet 34-4135-98
Patricia Elizabeth Zelaya Osegueda carnet 34-3648-93
Se encuentran actualmente en el Proceso de Grado, siendo el tema de investigación "Los medios de Comunicación social salvadoreños y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante periodos electorales" (elecciones: diputados y concejos municipales año 2003) Caso específico: Telenoticiario Cuatro Visión. Para lo cual le solicitamos su valiosa colaboración para que les brinde la información de los antecedentes de noticias cuatro visión, así como también concederles una cita con tres personas que laboran en dicha institución para realizar una entrevista.

Al lo mencionado anteriormente le solicitamos que les proporcione una carta donde haga constar que ellas no pudieron obtener información para que lo puedan anexar al informe final ya que esto será de mucha ayuda.

En espera de una resolución favorable, expreso a usted mis agradecimientos por la atención prestada a mi solicitud.

Atentamente,




Lic. Mauricio Henríquez
Coordinador del Proceso de Grado.
Universidad Tecnológica de El Salvador

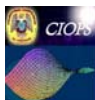
Favor Comunicarse con Srta. Sandra Cuéllar al tel. 276-8147 ó 760-9957 o con la Srta. Patricia Zelaya al tel. 277-8686 ó 854-5730 Gracias.

ANEXO # 6 (CIOPS) Formato Encuesta de Televisión para la Opinión Pública

Encuesta de Opinión Pública para Televisión 14 y 15 de Diciembre 2002		CIOPS	
Objetivo: Conocer la incidencia de los diferentes medios de comunicación en la población durante los periodos electorarios			
NOTA: ESTA ENCUESTA SE REALIZARÁ A PERSONAS QUE VEAN TELEVISIÓN			
DEPARTAMENTO		1. Si	2. No
MUNICIPIO		Si contestó SI, ¿En qué Sector? 1. Público 2. Privado	
SEXO	1. Masculino 2. Femenino	COTIZA	
ESTADO CIVIL	1. Soltero 2. Casado 3. Acompañado 4. Divorciado 5. Viudo 6. Sin Opinión	1. Si 2. No	
EDAD	1. 18-25 2. 26-35 3. 36-45 4. 46-55 5. 56 ó más 6. S.O.	Posee carnet electoral: 1. Si 2. No	
ESCOLARIDAD	1. Ninguna 2. 1°-3° 3. 4°-6° 4. 7°-9° 5. Bachiller 6. Técnico 7. Universitario 8. S.O.	¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su hogar? 1. Menos de \$ 2500. 2. De \$ 2500 a \$ 5000. 3. De \$ 5000. a \$ 7500. 4. Más de \$ 7500. 5. S.O.	
¿Vota usted en este municipio? 1. Si 2. No 3. S.O.			
PREGUNTAS			
Indicaciones: Traslade el número de respuesta al cuadro de la derecha.			
1. ¿Con qué frecuencia ve televisión diariamente? 1.- Menos de dos horas 2.- De 2 a 4 horas 3.- De 5 a 6 horas 4.- Más de 6 horas 5.- S.O.		8.- ¿Considera imparcial la actitud de los conductores de las ENTREVISTAS TELEVISIVAS? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.	
2.- ¿Conoce los NOTICIEROS TELEVISIVOS? 1.- Si 2.- No 3.- S.O. Si contestó sí, ¿Mencione los tres noticieros de su preferencia? (Nivel de memoria) 1.- T.C.S. (2,4,6) 2.- HECHOS (12) 3.- EL NOTICIERO (6) 4.- TELEDOS (2) 5.- CUATRO VISION (4) 6.- MEGAVISION (21) 7.- TELEPRENSA (33) 8.- Ninguno 9.- S.O.		Si contestó No, ¿Hacia qué sector se inclinan los siguientes programas de entrevistas? 1.- Izquierda 2.- Centro 3.- Derecha 4.- Ninguno 5.- S.O. Frente a Frente (2,4,6) Entrevista Al Día (12) Mundo 21 (21) Primera entrevista (33) De Cerca (33)	
3.- ¿En qué horario acostumbra ver la transmisión de los NOTICIEROS? 1.- Por la mañana 2.- Al Medio día 3.- Por la tarde 4.- Por la noche 5.- S.O.		9.- ¿Considera que las ENTREVISTAS POLITICAS en los canales televisivos poseen tendencia hacia un determinado sector? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.	
4.- ¿Cuál es según su criterio el NOTICIERO de mayor credibilidad y objetividad? (Nivel de memoria) 1.- T.C.S. (2,4,6) 2.- HECHOS (12) 3.- EL NOTICIERO (6) 4.- TELEDOS (2) 5.- CUATRO VISION (4) 6.- MEGAVISION (21) 7.- TELEPRENSA (33) 8.- Ninguno 9.- S.O.		Si contestó sí, ¿Hacia qué sector? 1.- Hacia el partido del Gobierno 2.- Hacia los partidos de oposición 3.- Ambos 4.- S.O.	
5.- ¿Influyen los NOTICIEROS TELEVISIVOS en su decisión para ejercer el voto? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.		10.- ¿Considera que los canales de T.V. privados proyectan el pensamiento del sector empresarial? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.	
6.- ¿Mencione cuál es el partido político que recibe mayor cobertura por parte de los noticieros televisivos? (Nivel de memoria) 1.- ARENA 2.- FMLN 3.- PCN 4.- PDC 5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR) 6.- FUERZA CRISTIANA 7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR) 8.- ACCION POPULAR (AP) 9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD) 10.- Ninguno 11.- S.O. 12. CDU ¿En cuál noticiero se da mayor cobertura a dicho partido? 1.- T.C.S. (2,4,6) 2.- HECHOS (12) 3.- EL NOTICIERO (6) 4.- TELEDOS (2) 5.- CUATRO VISION (4) 6.- MEGAVISION (21) 7.- TELEPRENSA (33) 8.- Ninguno 9.- S.O.		11.- ¿Considera que el Gobierno de la República utiliza las cadenas nacionales de televisión para enviar mensajes que favorecen al partido oficial? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.	
7.- ¿Considera imparcial la actitud de los reporteros cuando presentan información política? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.		12.- De los siguientes programas informativos televisivos, ¿Cuál prefiere? (Mostrar ficha) 1.- Noticias 2.- Entrevistas 3.- Editoriales 4.- Sondeos de opinión 5.- Reportajes 6.- Debates 7.- Ninguno 8.- S.O. ¿En qué canal de televisión los prefiere ver? (Nivel de memoria) 1.- TCS 2.- Canal 2 3.- Canal 4 4.- Canal 6 5.- Canal 12 6.- Canal 21 7.- Canal 33 8.- S.O. ¿Este programa influye en su decisión de voto para las próximas elecciones? 1.- Si 2.- No 3.- S.O.	

13.- ¿De los siguientes programas informativos televisivos cuál le orienta más en su decisión de voto? (Mostrar ficha) <table border="0"><tr><td>1.- Noticias</td><td>2.- Entrevistas</td></tr><tr><td>3.- Editoriales</td><td>4.- Sondeos de opinión</td></tr><tr><td>5.- Reportajes</td><td>6.- Debates</td></tr><tr><td>7.- Ninguno</td><td>8.- S.O.</td></tr></table>	1.- Noticias	2.- Entrevistas	3.- Editoriales	4.- Sondeos de opinión	5.- Reportajes	6.- Debates	7.- Ninguno	8.- S.O.	☐	25.- ¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado? A.- Alcalde <table border="0"><tr><td>1.- ARENA</td><td>2.- FMLN</td></tr><tr><td>3.- PCN</td><td>4.- PDC</td></tr><tr><td>5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)</td><td>6.- FUERZA CRISTIANA</td></tr><tr><td>7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)</td><td>8.- ACCION POPULAR (AP)</td></tr><tr><td>9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)</td><td>10.- Ninguno</td></tr><tr><td>11.- S.O.</td><td>12.- <u>CDU</u></td></tr></table> B.- Diputado <table border="0"><tr><td>1.- ARENA</td><td>2.- FMLN</td></tr><tr><td>3.- PCN</td><td>4.- PDC</td></tr><tr><td>5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)</td><td>6.- FUERZA CRISTIANA</td></tr><tr><td>7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)</td><td>8.- ACCION POPULAR (AP)</td></tr><tr><td>9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)</td><td>10.- Ninguno</td></tr><tr><td>11.- S.O.</td><td>12.- <u>CDU</u></td></tr></table>	1.- ARENA	2.- FMLN	3.- PCN	4.- PDC	5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6.- FUERZA CRISTIANA	7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8.- ACCION POPULAR (AP)	9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	10.- Ninguno	11.- S.O.	12.- <u>CDU</u>	1.- ARENA	2.- FMLN	3.- PCN	4.- PDC	5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6.- FUERZA CRISTIANA	7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8.- ACCION POPULAR (AP)	9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	10.- Ninguno	11.- S.O.	12.- <u>CDU</u>	A ☐ B ☐
1.- Noticias	2.- Entrevistas																																		
3.- Editoriales	4.- Sondeos de opinión																																		
5.- Reportajes	6.- Debates																																		
7.- Ninguno	8.- S.O.																																		
1.- ARENA	2.- FMLN																																		
3.- PCN	4.- PDC																																		
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6.- FUERZA CRISTIANA																																		
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8.- ACCION POPULAR (AP)																																		
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	10.- Ninguno																																		
11.- S.O.	12.- <u>CDU</u>																																		
1.- ARENA	2.- FMLN																																		
3.- PCN	4.- PDC																																		
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6.- FUERZA CRISTIANA																																		
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8.- ACCION POPULAR (AP)																																		
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	10.- Ninguno																																		
11.- S.O.	12.- <u>CDU</u>																																		
14.- ¿Considera que los debates televisivos influyen en su decisión de voto por un determinado partido político? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O.	☐																																		
15.- ¿En los NOTICIEROS de su preferencia se realizan sondeos de opinión? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O. Si contestó sí, ¿Confía en los resultados que presentan? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O. Si contestó sí, ¿Modifican su opinión acerca de los partidos políticos? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O.	☐																																		
16.- ¿Cuál es el canal de televisión nacional de su preferencia? (Colocar el número)	☐																																		
17.- ¿Considera que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién votar? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O.	☐																																		
18.- ¿Está de acuerdo con la forma en que los medios de comunicación televisivos le dan cobertura a los sucesos políticos? 1.- Sí 2.- NO 3.- S.O.	☐																																		
19.- ¿Las noticias transmitidas en los programas informativos generan credibilidad en la imagen de los políticos? 1.- Sí 2.- NO 3.- S.O.	☐																																		
20.- ¿Las diferentes secciones de los noticieros televisivos le ayudan a una mejor comprensión de la realidad política? 1.- Sí 2.- NO 3.- S.O.	☐																																		
21.- ¿Considera que la información política transmitida a través de los medios televisivos, genera abstencionismo? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O.	☐																																		
22.- ¿Considera que el enfoque de los programas informativos televisivos tiene tendencia para favorecer alguna ideología política? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O. Si contestó sí, mencione el programa que considera más tendencioso: (Nivel de memoria) ¿Cuál es la tendencia de dicho programa? 1.- Izquierda 2.- Centro 3.- Derecha 4.- S.O.	☐																																		
23.- ¿Considera que las entrevistas televisivas son un medio para el lanzamiento de nuevos líderes y partidos políticos? 1.- Sí 2.- No 3.- S.O.	☐																																		
24.- ¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan? (Mostrar ficha) 1.- Falta de credibilidad de los partidos políticos 2.- Con votar no se resuelven los problemas del pueblo 3.- El centro de votación les queda demasiado retirado 4.- Por falta de transporte 5.- No lo consideran necesario 6.- S.O.	☐	Supervisor _____ Encuestador _____ Fecha _____																																	

10602



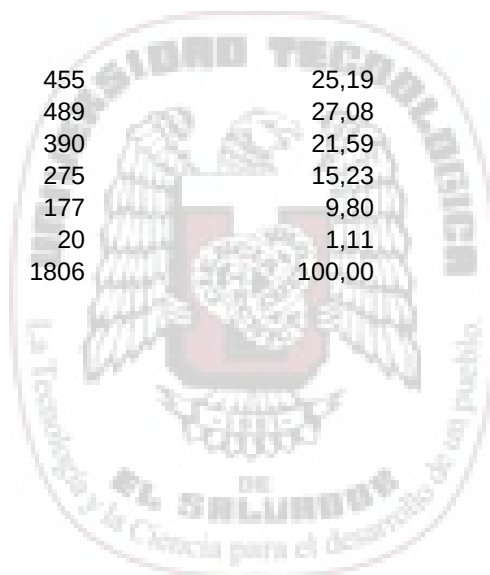
ANEXO # 7 ENCUESTA DE OPINION PUBLICA PARA TELEVISION



CENTRO DE INVESTIGACION DE LA OPINION PUBLICA SALVADOREÑA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

INFORME GENERAL TV

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
DEPARTAMENTO		
San Salvador	534	29,57
Santa Ana	159	8,80
San Vicente	48	2,66
Usulután	111	6,15
Ahuachapán	94	5,20
San Miguel	144	7,97
Sonsonate	128	7,09
La Unión	94	5,20
La Paz	87	4,82
La Libertad	179	9,91
Morazán	56	3,10
Chalatenango	60	3,32
Cabañas	49	2,71
Cuscatlán	63	3,49
	1806	100,00
SEXO		
1. Masculino	919	50,89
2. Femenino	887	49,11
	1806	100,00
ESTADO CIVIL		
1. Soltero	811	44,91
2. Casado	651	36,05
3. Acompañado	252	13,95
4. Divorciado	42	2,33
5. Viudo	41	2,27
6. Sin Opinión	9	0,50
	1806	100,00
EDAD		
1. 18-25	455	25,19
2. 26-35	489	27,08
3. 36-45	390	21,59
4. 46-55	275	15,23
5. 56 ó más	177	9,80
6.- S.O.	20	1,11
	1806	100,00



ESCOLARIDAD

1. Ninguna	126	6,98
2. 1º-3º	129	7,14
3. 4º-6º	278	15,39
4. 7º-9º	404	22,37
5. Bachiller	570	31,56
6. Técnico	72	3,99
7. Universitario	201	11,13
8.- S.O.	26	1,44
	1806	100,00

TRABAJA

1. Si	1446	80,07
2. No	360	19,93
	1806	100,00

Si contestó SI

1. Público	423	29,25
2. Privado	1023	70,75
	1446	100,00

COTIZA

1. Si	623	43,08
2. No	823	56,92
	1446	100,00

Posee carnet electoral :

1. Si	1389	76,91
2. No	417	23,09
	1806	100,00

¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su hogar?

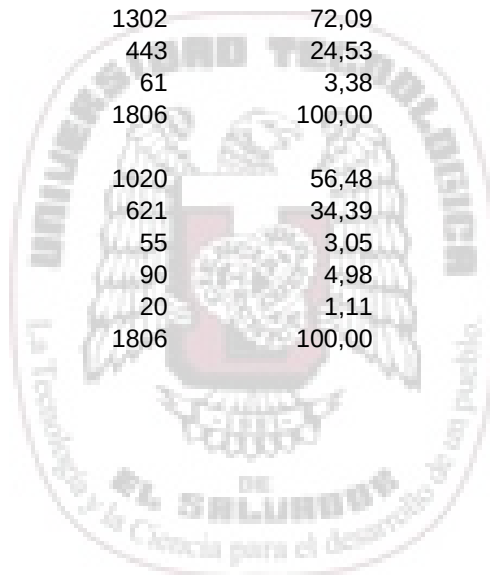
1. Menos de ¢ 2500."	1021	56,53
2. De ¢ 2500 a ¢ 5000."	532	29,46
3. De ¢ 5000." a ¢ 7500."	74	4,10
4. Más de ¢ 7500."	33	1,83
5. S.O.	146	8,08
	1806	100,00

¿Vota usted en este municipio?

1.- Sí	1302	72,09
2.- No	443	24,53
3.- S.O.	61	3,38
	1806	100,00

1.- ¿Con qué frecuencia ve televisión diariamente?

1.- Menos de dos horas	1020	56,48
2.- De 2 a 4 horas	621	34,39
3.- De 5 a 6 horas	55	3,05
4.- Más de 6 horas	90	4,98
5.- S.O.	20	1,11
	1806	100,00



2.- ¿Conoce los NOTICIEROS TELEVISIVOS?

1.- Sí	1723	95,40
2.- No	56	3,10
3.- S.O.	27	1,50
	1806	100,00

Si contestó sí, ¿Mencione los tres noticieros de su preferencia?

1.- T.C.S. (2)	425	9,16
2.- HECHOS (12)	871	18,76
3.- EL NOTICIERO (6)	850	18,31
4.- TELEDOS (2)	1002	21,59
5.- CUATRO VISION (4)	1218	26,24
6.- MEGAVISION (21)	118	2,54
7.- TELEPRENSA (33)	133	2,87
8.- Ninguno	10	0,22
9.- S.O.	15	0,32
	4642	100,00

3.- ¿En qué horario acostumbra ver la transmisión de los NOTICIEROS?

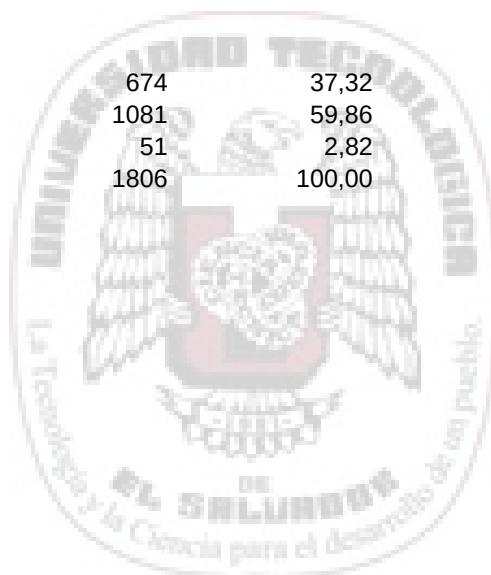
1.- Por la mañana	168	9,30
2.- Al Medio día	298	16,50
3.- Por la tarde	69	3,82
4.- Por la noche	1219	67,50
5.- S.O.	52	2,88
	1806	100,00

4.- ¿Cuál es según su criterio el NOTICIERO de mayor credibilidad y objetividad?

1.- T.C.S. (2)	107	5,92
2.- HECHOS (12)	546	30,23
3.- EL NOTICIERO (6)	178	9,86
4.- TELEDOS (2)	200	11,07
5.- CUATRO VISION (4)	581	32,17
6.- MEGAVISION (21)	15	0,83
7.- TELEPRENSA (33)	17	0,94
8.- Ninguno	120	6,64
9.- S.O.	42	2,33
	1806	100,00

5.- ¿Influyen los NOTICIEROS TELEVISIVOS en su decisión para ejercer el voto?

1.- Sí	674	37,32
2.- No	1081	59,86
3.- S.O.	51	2,82
	1806	100,00



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

1.- ARENA	1427	79,01
2.- FMLN	194	10,74
3.- PCN	16	0,89
4.- PDC	14	0,78
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	13	0,72
6.- FUERZA CRISTIANA	1	0,06
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	0	0,00
8.- ACCION POPULAR (AP)	0	0,00
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	2	0,11
10.- Ninguno	77	4,26
11.- S.O.	60	3,32
12.- CDU	2	0,11
	1806	100,00

¿En cuál noticiero se da mayor cobertura a dicho partido?

1.- T.C.S. (2)	533	31,97
2.- HECHOS (12)	149	8,94
3.- EL NOTICIERO (6)	280	16,80
4.- TELEDOS (2)	180	10,80
5.- CUATRO VISION (4)	417	25,02
6.- MEGAVISION (21)	9	0,54
7.- TELEPRENSA (33)	14	0,84
8.- Ninguno	19	1,14
9.- S.O.	66	3,96
	1667	100,00

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

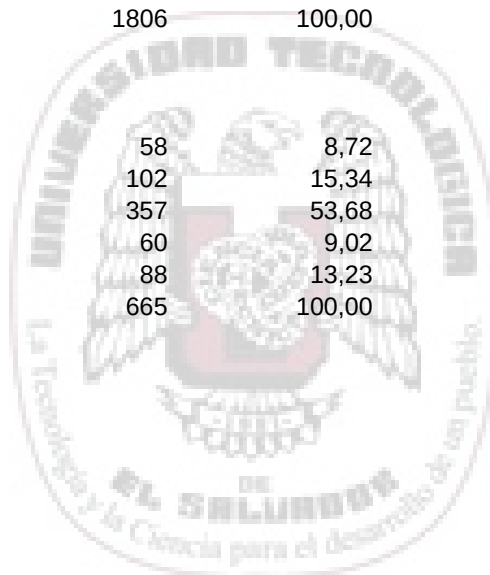
1.- Sí	925	51,22
2.- No	793	43,91
3.- S.O.	88	4,87
	1806	100,00

8.- ¿Considera imparcial la actitud de los conductores de las ENTREVISTAS TELEVISIVAS?

1.- Sí	1032	57,14
2.- No	665	36,82
3.- S.O.	109	6,04
	1806	100,00

Si contestó No ¿Hacia qué sector se inclinan los siguientes programas de entrevistas? Frente a Frente (2,4,6)

1.- Izquierda	58	8,72
2.- Centro	102	15,34
3.- Derecha	357	53,68
4.- Ninguno	60	9,02
5.- S.O.	88	13,23
	665	100,00



Si contestó No ¿Hacia qué sector se inclinan los siguientes programas de entrevistas? Entrevista al Día (12)

1.- Izquierda	192	28,87
2.- Centro	135	20,30
3.- Derecha	74	11,13
4.- Ninguno	68	10,23
5.- S.O.	196	29,47
	665	100,00

Si contestó No ¿Hacia qué sector se inclinan los siguientes programas de entrevistas? Mundo 21 (21)

1.- Izquierda	29	4,36
2.- Centro	85	12,78
3.- Derecha	81	12,18
4.- Ninguno	87	13,08
5.- S.O.	383	57,59
	665	100,00

Si contestó No ¿Hacia qué sector se inclinan los siguientes programas de entrevistas? Primera Entrevista (33)

1.- Izquierda	17	2,56
2.- Centro	72	10,83
3.- Derecha	89	13,38
4.- Ninguno	94	14,14
5.- S.O.	393	59,10
	665	100,00

Si contestó No ¿Hacia qué sector se inclinan los siguientes programas de entrevistas? De Cerca (33)

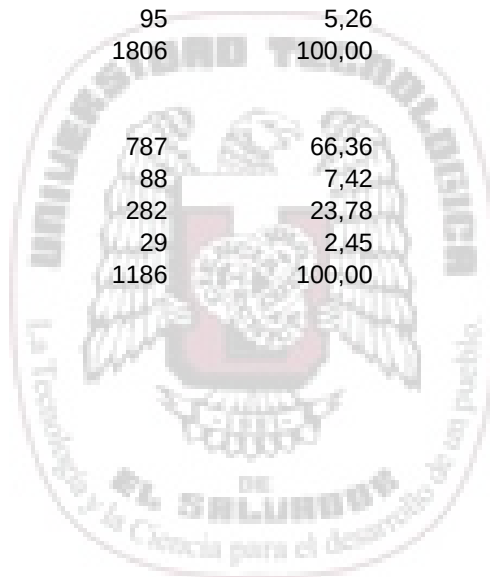
1.- Izquierda	33	4,96
2.- Centro	67	10,08
3.- Derecha	86	12,93
4.- Ninguno	86	12,93
5.- S.O.	393	59,10
	665	100,00

9.- ¿Considera que las ENTREVISTAS POLITICAS en los canales televisivos poseen tendencia hacia un determinado sector?

1.- Sí	1186	65,67
2.- No	525	29,07
3.- S.O.	95	5,26
	1806	100,00

Si contestó sí, ¿Hacia qué sector?

1.- Hacia el partido del Gobierno	787	66,36
2.- Hacia los partidos de oposición	88	7,42
3.- Ambos	282	23,78
4.- S.O.	29	2,45
	1186	100,00



10.- ¿Considera que los canales de T.V. privados proyectan el pensamiento del sector empresarial?

1.- Sí	1323	73,26
2.- No	368	20,38
3.- S.O.	115	6,37
	1806	100,00

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

1.- Sí	1549	85,77
2.- No	202	11,18
3.- S.O.	55	3,05
	1806	100,00

12.- De los siguientes programas informativos televisivos

1.- Noticias	969	53,65
2.- Entrevistas	269	14,89
3.- Editoriales	63	3,49
4.- Sondeos de opinión	49	2,71
5.- Reportajes	199	11,02
6.- Debates	212	11,74
7.- Ninguno	25	1,38
8.- S.O.	20	1,11
	1806	100,00

¿En qué canal de televisión los prefiere ver?

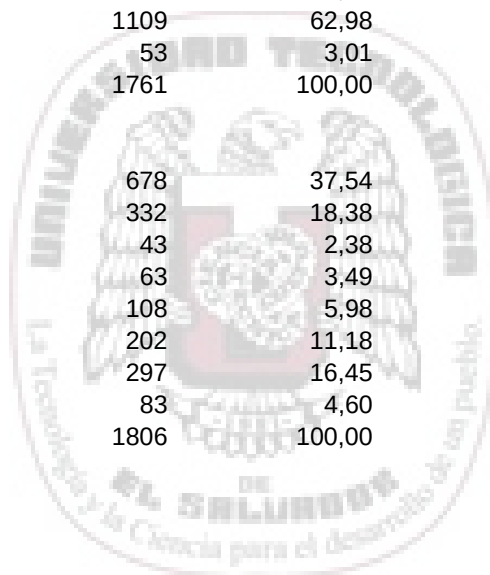
1.- TCS	177	10,05
2.- Canal 2	232	13,17
3.- Canal 4	515	29,24
4.- Canal 6	302	17,15
5.- Canal 12	454	25,78
6.- Canal 21	44	2,50
7.- Canal 33	11	0,62
8.- S.O.	26	1,48
	1761	100,00

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

1.- Sí	599	34,01
2.- No	1109	62,98
3.- S.O.	53	3,01
	1761	100,00

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

1.- Noticias	678	37,54
2.- Entrevistas	332	18,38
3.- Editoriales	43	2,38
4.- Sondeos de opinión	63	3,49
5.- Reportajes	108	5,98
6.- Debates	202	11,18
7.- Ninguno	297	16,45
8.- S.O.	83	4,60
	1806	100,00



14.- ¿Considera que los debates televisivos influyen en su decisión de voto por un determinado partido político?

1.- Sí	768	42,52
2.- No	983	54,43
3.- S.O.	55	3,05
	1806	100,00

15.- ¿En los NOTICIERIOS de su preferencia se realizan sondeos de opinión?

1.- Sí	1262	69,88
2.- No	462	25,58
3.- S.O.	82	4,54
	1806	100,00

Si contestó sí, ¿Confía en los resultados que presentan?

1.- Sí	653	51,74
2.- No	578	45,80
3.- S.O.	31	2,46
	1262	100,00

Si contestó sí, ¿Modifican su opinión acerca de los partidos políticos?

1.- Sí	333	50,92
2.- No	303	46,33
3.- S.O.	18	2,75
	654	100,00

16.- ¿Cuál es el canal de televisión nacional de su preferencia?

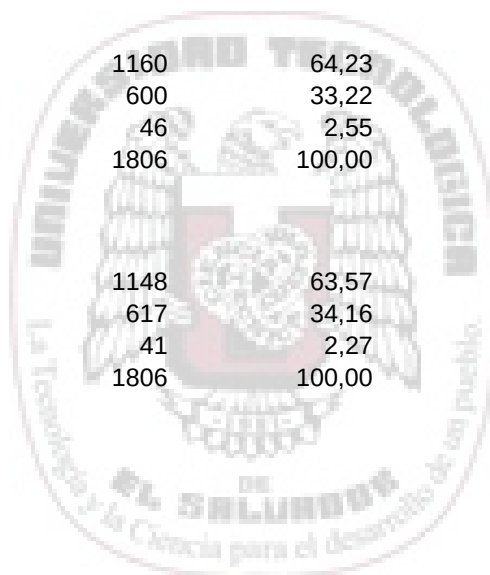
2.00	250	13,84
4.00	715	39,59
6.00	321	17,77
8.00	31	1,72
10.00	13	0,72
12.00	415	22,98
15.00	3	0,17
21.00	3	0,17
25.00	2	0,11
33.00	9	0,50
SIN OPINIÓN	44	2,44
	1806	100,00

17.- ¿Considera que la televisión salvadoreña influye en la población para que decida por quién

1.- Sí	1160	64,23
2.- No	600	33,22
3.- S.O.	46	2,55
	1806	100,00

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

1.- Sí	1148	63,57
2.- No	617	34,16
3.- S.O.	41	2,27
	1806	100,00



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

1.- Sí	1052	58,25
2.- No	694	38,43
3.- S.O.	60	3,32
	1806	100,00

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

1.- Sí	1216	67,33
2.- No	531	29,40
3.- S.O.	59	3,27
	1806	100,00

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

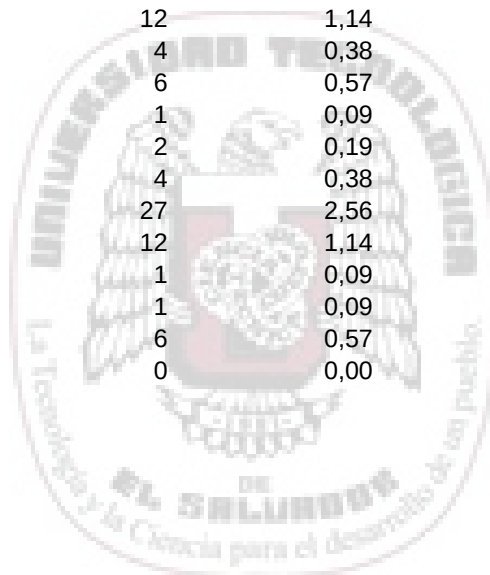
1.- Sí	939	51,99
2.- No	782	43,30
3.- S.O.	85	4,71
	1806	100,00

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

1.- Sí	1055	58,42
2.- No	652	36,10
3.- S.O.	99	5,48
	1806	100,00

Si contestó sí, mencione el programa que considera más tendencioso

Frente a Frente (entrevista tcs)	119	11,28
El Noticiero	144	13,65
TCS	137	12,99
Canal 12 (opinión)	5	0,47
Cuatro Visión	195	18,48
Hechos	71	6,73
Entrevista al Día	86	8,15
Los noticiarios (o noticias)	39	3,70
Teledos	45	4,27
Canal 33	1	0,09
Entrevistas	16	1,52
De Cerca 33	2	0,19
Canal 12 (opinión)	32	3,03
Canal 4	15	1,42
Fuego Directo	7	0,66
Debates	12	1,14
Editoriales 12	4	0,38
Reportajes	6	0,57
La entrevista	1	0,09
Teleprensa	2	0,19
Sondeos de Opinión	4	0,38
Canal 6	27	2,56
Canal 2	12	1,14
Informativos	1	0,09
No recuerda	1	0,09
Todos	6	0,57
Ninguno	0	0,00



¿Cuál es la tendencia de dicho programa?

1.- Izquierda	235	22,27
2.- Centro	160	15,17
3.- Derecha	581	55,07
4.- S.O.	79	7,49
	1055	100,00

23.- ¿Considera que las entrevistas televisivas son un medio para el lanzamiento de nuevos líderes y partidos políticos?

1.- Sí	1499	83,00
2.- No	244	13,51
3.- S.O.	63	3,49
	1806	100,00

24.- ¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan?

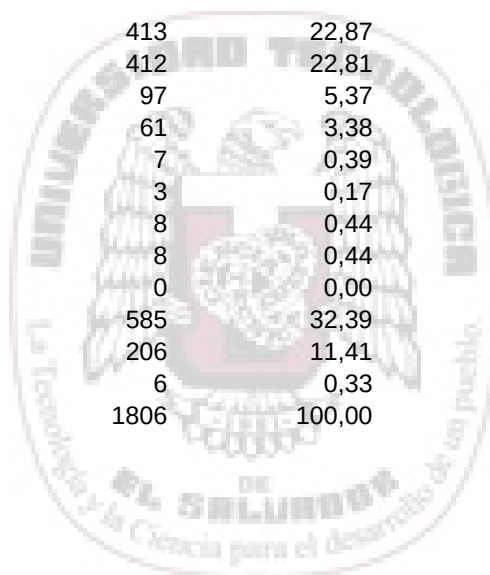
1.- Falta de credibilidad de los partidos políticos	1062	58,80
2.- Con votar no se resuelven los problemas del pueblo	411	22,76
3.- El centro de votación les queda demasiado retirado	68	3,77
4.- Por falta de transporte	45	2,49
5.- No lo consideran necesario	196	10,85
6.- S.O.	24	1,33
	1806	100,00

25.- ¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado? A.- Alcalde

1.- ARENA	429	23,75
2.- FMLN	406	22,48
3.- PCN	112	6,20
4.- PDC	58	3,21
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	6	0,33
6.- FUERZA CRISTIANA	5	0,28
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	9	0,50
8.- ACCION POPULAR (AP)	9	0,50
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0,00
10.- Ninguno	576	31,89
11.- S.O.	186	10,30
12.- CDU	10	0,55
	1806	100,00

25.- ¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado? B.- Diputado

1.- ARENA	413	22,87
2.- FMLN	412	22,81
3.- PCN	97	5,37
4.- PDC	61	3,38
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	7	0,39
6.- FUERZA CRISTIANA	3	0,17
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	8	0,44
8.- ACCION POPULAR (AP)	8	0,44
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0,00
10.- Ninguno	585	32,39
11.- S.O.	206	11,41
12.- CDU	6	0,33
	1806	100,00



SAN SALVADOR, SAN SALVADOR

25.- ¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado? A.- Alcalde

1.- ARENA	61	27,48
2.- FMLN	36	16,22
3.- PCN	11	4,95
4.- PDC	6	2,70
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	1	0,45
6.- FUERZA CRISTIANA	2	0,90
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	1	0,45
8.- ACCION POPULAR (AP)	1	0,45
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0,00
10.- Ninguno	76	34,23
11.- S.O.	24	10,81
12.- CDU	3	1,35
	222	100,00

25.- ¿Si las elecciones fueran este día por cuál partido político votaría para alcalde y diputado? B.-

Diputado

1.- ARENA	60	27,03
2.- FMLN	37	16,67
3.- PCN	10	4,50
4.- PDC	8	3,60
5.- POPULAR REPUBLICANO (PPR)	0	0,00
6.- FUERZA CRISTIANA	2	0,90
7.- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	1	0,45
8.- ACCION POPULAR (AP)	1	0,45
9.- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	0	0,00
10.- Ninguno	75	33,78
11.- S.O.	27	12,16
12.- CDU	1	0,45
	222	100,00



ANEXO # 8

Glosario

Afinidad Ideológica Política

Se identifica como el nivel de acercamiento, identificación, simpatía o convergencia entre los intereses políticos e ideológicos que caracterizan a grupos o sectores claramente definidos de la sociedad salvadoreña.

Campaña Política

Es el conjunto de acciones comunitarias desarrolladas durante un periodo previo de tiempo, generalmente supeditada a la dirección a favor de una organización política representada por sus candidatos.

Codificación

Se refiere al significado que todas las personas le dan a una imagen u objeto que es común a ellas.

Democracia

Se le define al sistema de gobierno en el que la soberanía pertenece al pueblo, y que ejerce el poder directamente o por medio de representantes.

Descodificación

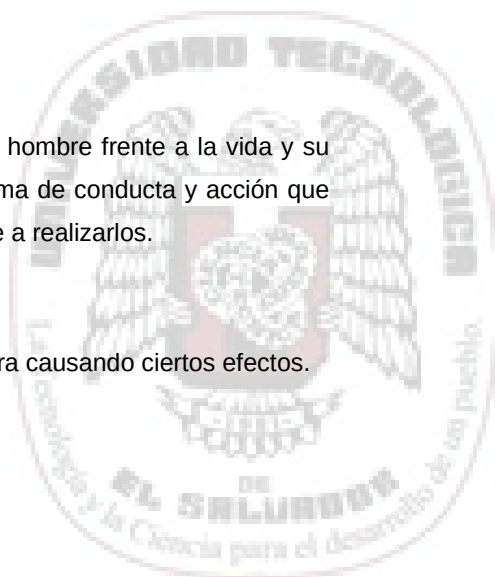
Es el significado que cada individuo le da a un objeto, considerando las experiencias personales previas.

Ideología

Sistema de pensamientos y creencias que explican la actitud del hombre frente a la vida y su existencia en la sociedad, y que propugnan una determinada forma de conducta y acción que corresponden a dichos pensamientos y creencias y que contribuye a realizarlos.

Influencia

Se entenderá a la acción que ejerce una persona o cosa sobre otra causando ciertos efectos.



Noticia

Suceso verdadero, de interés general o especializado, que se comunica por primera vez en forma masiva y que constituye la base de la información.

Noticia manipulada

La que para servir determinados intereses, ha sido transformada, cortada, mutilada o cambiada, faltando al principio de veracidad.

Noticia periodística

Acto, hecho o suceso que reúne las condiciones precisas para ser difundida.

Noticia sensacionalista

La de escaso o relativo interés redactada y presentada en forma escabrosa o tendenciosa.

Manipulación de Medios

Presión de personas importantes de grupos de presión y gobiernos para que aquéllos se manifiesten en su información, especialmente en la de opinión de acuerdo a sus intereses y consignas.

Manipulación de opinión

La que persigue orientar la opinión pública por medio de técnicas propagandísticas que pasan intencionalmente inadvertidas para el público.

Medios de Comunicación

Nombre que reciben el diario, la revista y las emisoras de radio y televisión, así como el cine, de los que es sinónimo, en el lenguaje profesional, por ser el medio o vehículo a través del cual se hace llegar el mensaje a su destinatario.

Mensaje subliminal

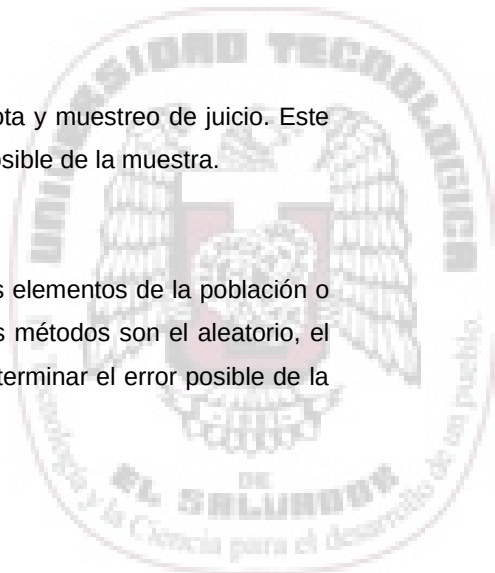
El que se emite a través de canales no percibidos por el hombre a nivel consciente.

Muestreo no probabilístico

Muestreo sesgado que se divide en dos clases: muestreo de cuota y muestreo de juicio. Este tipo de muestreo carece de la posibilidad de determinar el error posible de la muestra.

Muestreo probabilístico

Muestreo aleatorio en que la probabilidad de que cada uno de los elementos de la población o universo tomen parte de la muestra, es igual para todos, y cuyos métodos son el aleatorio, el estratificado y polietápico. Este tipo de muestreo hace posible determinar el error posible de la muestra.



Objetividad

Es la forma de presentar la realidad absoluta de un hecho noticioso en cual no presenta ambigüedad, en otras palabras es claro y preciso.

Opinión Pública

Manifestación de actitudes colectivas en conciencia de pensamiento de la generalidad de las personas de una comunidad referidas a cuestiones de carácter público y de interés general, en cuya creación la comunicación juega, normalmente, un papel decisivo.

Partido

Grupo organizado de ciudadanos que comparten una misma ideología política con el propósito de que constituya la base del gobierno de un país.

Partido Político

Una asociación de personas con las mismas concepciones ideológicas que se propone participar en el poder político o conquistarlo y que para la realización de este objetivo posee una organización permanente.

Percepción de la información

La que se advierte a partir de un estímulo sensorial.

Percepción de un Medio

Facilidad o dificultad de percepción del mensaje de un Medio por sus circunstancias físicas e intrínsecas.

Periodismo ideológico

El que enfoca su información desde el punto de vista político que defiende abiertamente. El que basa su actividad más en la interpretación de la noticia que en sus hechos. Dícese también de los que, patrocinados por los partidos políticos entre los años 1850 y 1870, fueron portavoces de sus disputas y polémicas.

Periodismo informativo

El que busca exclusivamente la mejor y más interesante información sin sujeción a intereses políticos o económicos.

Persuadir

Es convencer a las personas a través de los medios de comunicación para que hagan o crean en algo.



Poder de comunicación de un medio

El que tiene, en razón a las características de expresión de que es portador uno de los que establece su grado de utilidad.

Política informativa

La que se realiza por un Medio a través de las informaciones que facilita o que silencia y la forma en que las presenta. Adopción por el Estado de las medidas adecuadas para asegurar la objetividad en la elección y en la exposición de los mensajes, e impedir cualquier clase de condicionamiento o coacción sobre los Medios atentatorios contra el derecho humano a la información.

Política de comunicación

La que realiza una persona, entidad, grupo ideológico o departamento gubernamental, para informar de sus actividades, sean de interés general o interesantes exclusivamente, para la propia fuente.

Política de un medio

Orientaciones o directrices que rigen su actuación, así como la postura ideológica que defiende.

Público-objetivo

Grupo de individuos, que por sus características de edad, sexo, socioeconómicas, tendencias, ideologías y capacidad de consumo, etc.; presenta el mayor grado de potencial aceptación de las proposiciones de una campaña.

Publicidad política

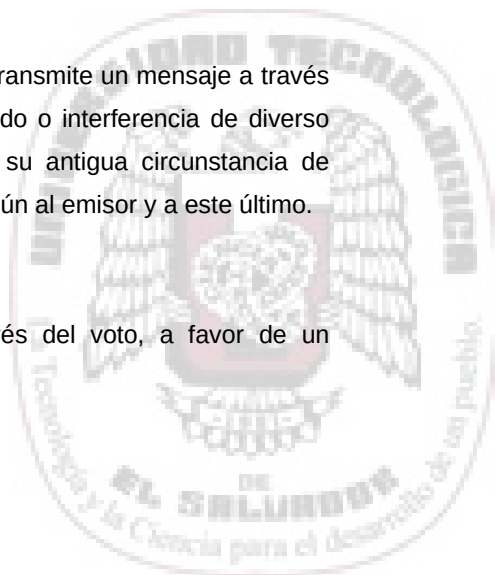
La de carácter ideológico a favor de una persona, de un partido o de un régimen, realizada con técnicas publicitaria, aunque de fondo eminentemente propagandístico.

Proceso de comunicación

El que se inicia en una fuente de información por un emisor que transmite un mensaje a través de un canal o medio, que puede ser o no entorpecido por un ruido o interferencia de diverso origen y que es percibido por un receptor que le devuelve a su antigua circunstancia de mensaje comprensible para el destinatario mediante un código común al emisor y a este último.

Propaganda electoral

La que tiene como objeto canalizar la opinión pública a través del voto, a favor de un determinado político o ideología.



Propaganda estatal

La que realiza el Estado a su favor, dando cuenta de sus realizaciones o de proyecto de bien común en beneficio de la nación.

Propaganda Política

La ideología corresponde a un partido, gobierno o régimen político a favor de una doctrina al servicio de una forma de gobierno. La de tan especiales y específicas características de cuya eficiencia depende la evolución pacífica de un gobierno al menor costo posible, incluido el económico. Se caracteriza por ejecutarse en lapsos cortos así mismo exige al partido una buena organización y tienen brigadas que los representan a nivel nacional.





Bibliografía

Bobbio, Norberto; et al. Diccionario de Política. Siglo XXI editores. México, D.F. 1987. Pág. 67.

Collado, Carlos; et al. La Comunicación Humana, Ciencia Social. McGraw Hill. México, D.F. 1986. Pág. 55-105.

Davara, Francisco. Introducción a los Medios de Comunicación. Paulinas. España, Madrid, 1990. Pág. 37-63.

De la Mota, Ignacio H. Enciclopedia de la Comunicación (Artes, Ciencias y Técnicas) Tomo 3. Noriega. México, D.F. 1994. Pág. 20-103.

Dominick, R. Joseph. La Dinámica de la Comunicación Masiva. 6ª ed. McGraw Hill. México, D.F., 2000. Pág. 62-140.

Grande, Julio Cesar. La Influencia de la Televisión. Imprenta Universitaria de El Salvador, San Salvador, 1999. Pág. 15-125.

McQuail, Denis. Sociología de los Medios de Comunicación. Paidós. Argentina, Buenos Aires, 1969. Pág. 303-360.



Ochoa González, Oscar. Comunicación Política y Opinión Pública. McGraw Hill. México, D.F. 2000. Pág. 14-206.

Artiga Pineda, Herberth Orestes; et al. Tesis. Los Formatos periodísticos de Televisión un Instrumento del Comunicador Social Especializado, para la Orientación de la Opinión Pública Salvadoreña. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1994. Pág. 35-49.

González, Sonia Evelin. Tesis. La Percepción de la Población Salvadoreña sobre el Fortalecimiento de la Ideología del Partido Político en el Poder a través del Noticiario Radial. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1999. Pág. 14-20.

Meléndez, Sonia Maribel; et al. Tesis. El Rol de los Medios de Comunicación Social en el Nuevo Escenario Político y Cómo su Afinidad Ideológica Política Puede Incidir en la Población (Caso específico: Noticiarios Televisivos). Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2000. Pág. 1-91.

Rivas Chacón, Douglas Gerver; et al. Tesis. El Sensacionalismo como Factor de Venta en los Telenoticiarios de El Salvador (Caso Específico: Noticias Cuatro Visión). Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2000. Pág. 43-44.



Rivas, José Santiago; et al. Tesis. El Papel que Desempeña en la Población media urbana el Medio Masivo Televisivo con sus Programas Informativos en la toma de decisión para emitir el Voto. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2000. Pág. 32-55.

Saravia, Norma Margarita; et al. Tesis. El Estudio del Papel de los Medios de Comunicación Social ante el Impacto del Proceso de Dolarización en El Salvador (Sector de Servicio Privado). Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2002. Pág. 25-40.

Veliz Martinez, Ana Lisset; et al. Tesis. Las Informaciones de Rellenos en los Medios de Comunicación de El Salvador. Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer. El Salvador, San Salvador, 1996. Pág. 69-75.

Cornejo Montano, Heriberto. Revista. Entorno No. VIII, Las ideologías del Fin de Siglo. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, Diciembre 1998. Pág. 38-41.

Hernández Moreira, Carlos. Revista. Entorno No. VII, Crisis de las Fuerzas Políticas. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, Octubre 1998. Pág. 45-48.

Rodríguez, Abraham. Revista. El Salvador del Futuro: una Visión Académica, El Fracaso de los Sistemas Partidarios en El Salvador.



Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, Octubre 2001. Pág. 67-78.

Zedan, Jorge. Revista: El Salvador del Futuro: una Visión Académica, Los Medios de Comunicación al Servicio de la Democracia en El Salvador. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, Octubre 2001. Pág. 159-170.

Consortio de ONG's de Educación Cívica de El Salvador. Diagnóstico Sistema Electoral Salvadoreño 2000. El Salvador, San Salvador, mayo 2001. Pág. 23-67.

Consortio de ONG's de Educación Cívica de El Salvador. Reporte Electoral del 30 marzo de 2000, Observando el Proceso Electoral. El Salvador, San salvador, julio 2001. Pág. 20-39.

<http://www.lazarillo.com/latina/a/76pau.htm>

Fecha de consulta: Septiembre 2002

<http://www.tse.gob.sv>

Fecha de consulta: Septiembre 2002

<http://www.uh.cu/noticias/taller.doc>

Fecha de consulta: Septiembre 2002

<http://www.ehu.es/zer/zer1/resenas1/blumler1r.htm>

Fecha de consulta: Septiembre 2002



<http://www.chilesat.net/uchile/2001/apuntes/Ccastro0707.htm>

Fecha de consulta: Septiembre 2002

<http://www.geocities.com/politikaperu/compromipolitico.htm>

Fecha de consulta: Septiembre 2002

http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n16/reflexiones16.html#_Toc466009319

Fecha de consulta: Septiembre 2002

http://www.baietz.org/zaharra/es/gogoeta/global/machado_globalizacion.htm

Fecha de consulta: Septiembre 2002

<http://www.geocities.com/mariocantarero>

Fecha de consulta: Octubre 2002

