



**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 PERÍODOS ELECCIONARIOS
(ELECCIONES DIPUTADOS Y CONCEJOS MUNICIPALES AÑO 2003)
CASO ESPECÍFICO PRENSA: ENTREVISTA DIRIGIDA”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:
MARÍA CONSUELO HERNÁNDEZ CARRANZA
IRANIA MARGARITA JIMÉNEZ ORELLANA
ROXANA IVONNE ORTIZ LEMUS**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES**

MAYO, 2003

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



PAGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCÉL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. LUIS RICARDO NAVARRETE
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. WALTER CORTEZ NOLÁSCO
PRESIDENTE

LIC. SANDRA CARRANZA
PRIMER VOCAL

LIC. FRANCISCO ELÍAS VALENCIA
SEGUNDO VOCAL

MAYO, 2003

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA



AGRADECIMIENTO

Quiero dedicar y ofrecer este logro a cada una de las personas que me incitaron a continuar; para la culminación de mi carrera; pero especialmente lo dedico:

A Dios Todopoderoso: Por estar siempre a mi lado, por iluminarme y derramar en mí sabiduría sobre todo por permitirme alcanzar un triunfo en mi vida. Gracias señor por ser el amigo fiel.

A mis padres: Por brindarme su apoyo que fue fundamental, a quienes dedico este triunfo, ya que forman parte de él.

A mis hermanos: Ligia y Francisco que siempre me ofrecieron su apoyo moral, a mis sobrinitos; Alexandra y Gabriel, por dar a mi vida alegría y amor.

A una persona maravillosa: Que tiene un lugar especial en mi corazón y en mi vida: Daniel Arias, que me brindó su apoyo y siempre me ánimo a seguir adelante.

A Maritzela y Elena Arias: Por su apoyo moral y consejos.

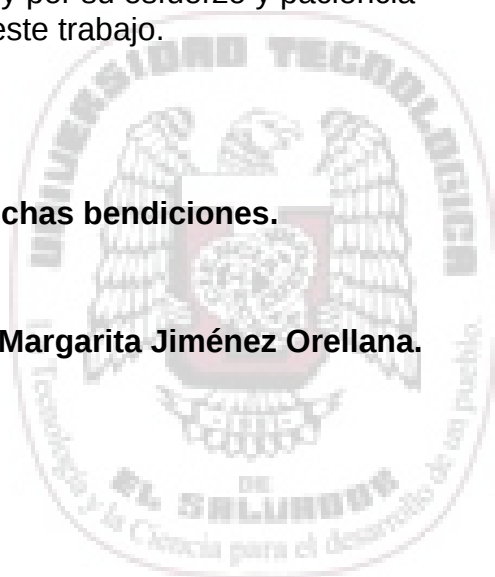
A mi amiga: Lic. Nora Arteaga, que me brindo su tiempo y su apoyo incondicional en toda la carrera.

A mi cuñado: Alexander, por darme su apoyo y consejos.

A mis compañeras de tesis: por confiar en mi, y por su esfuerzo y paciencia en la realización de este trabajo.

Que Dios les derrame muchas bendiciones.

Irania Margarita Jiménez Orellana.



AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero darle gracias a Dios: por haberme dado la paciencia e inteligencia y el deseo de poder cumplir otra de mis metas.

A mi madre: Por ese apoyo incondicional desde el inicio de mi preparación académica.

A mi esposo: David Alejandro, quién día a día me motivo y brindo su ayuda a mis compañeras y a mí, en la culminación de este documento.

A mi hija: Pamela Nicole, quien ha sido de mucha motivación en momentos difíciles para llegar a este gran reto.

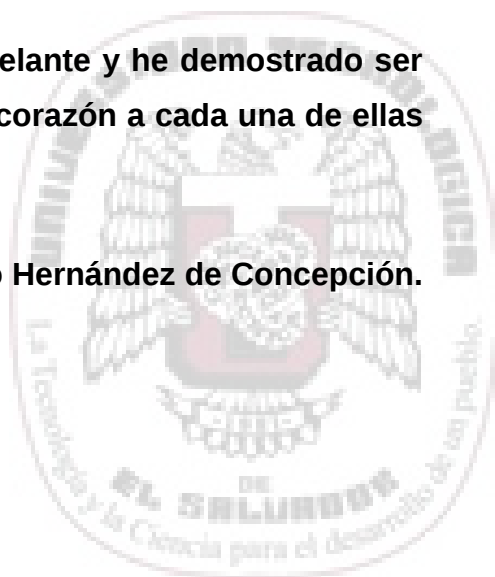
A toda mi familia: Les estaré siempre agradecida por todo el apoyo que me han brindado, son parte importante en el éxito obtenido.

A mis compañeras de grupo: Roxana e Irania, que de una u otra manera nos apoyamos en esta ardua tarea.

Y a todos mis amigos, compañeros de trabajo que de una u otra manera fueron parte de este triunfo.

Gracias a estas personas he podido seguir adelante y he demostrado ser capaz de lograr mis propósitos, agradezco de corazón a cada una de ellas por ayudarme a lograr este fin.

Consuelo Hernández de Concepción.



AGRADECIMIENTO

Este triunfo se lo dedico muy especialmente:

A Dios Todopoderoso y a la Virgen Santísima: que me dieron la sabiduría, conocimiento y fortaleza a lo largo de mi preparación académica.

A mi papá: Maximiliano Ortiz, por haberme dado todo cuanto necesite, por sus consejos y confianza, por estar siempre conmigo mil gracias.

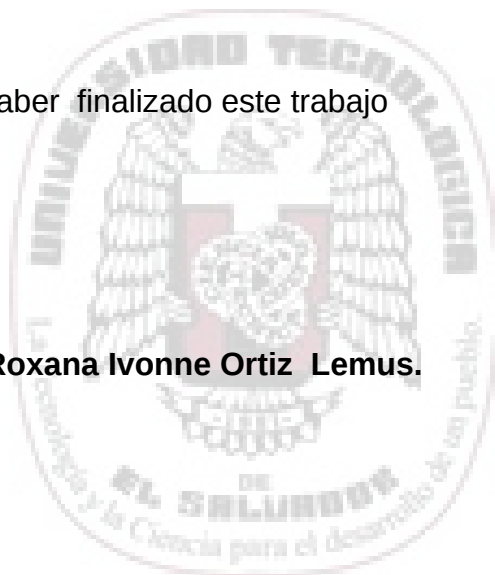
A mi mamá: Esperanza de Ortiz, por sus oraciones, por su comprensión, apoyo moral y espiritual.

A mi novio: Roberto Anzora por llenarme de ánimos en los momentos mas difíciles, por su comprensión y apoyo incondicional.

A mis hermanitas: Blanqui y Yani, por sus consejos, comprensión y estímulos en el transcurso de mi carrera.

A mis compañeras de tesis: Cony e Irania, por haber finalizado este trabajo en armonía.

Roxana Ivonne Ortiz Lemus.



AGRADECIMIENTO ESPECIAL

A NUESTRO ASESOR:

LIC. FRANCISCO ELÍAS VALENCIA

Por su apreciable asesoría en la elaboración de este trabajo de investigación, a quién en muchas ocasiones nos brindó tiempo adicional para darnos esa orientación y el buen consejo; para la realización de este documento, el cual tiene implícito los conocimientos académicos y humanos de nuestro asesor **LIC. FRANCISCO ELÍAS VALENCIA.**

Que Dios le bendiga y muchas gracias por sus sabios consejos.

Con mucho aprecio y respeto.

Consuelo Hernández

Irania Jiménez

Roxana Ortiz



ÍNDICE

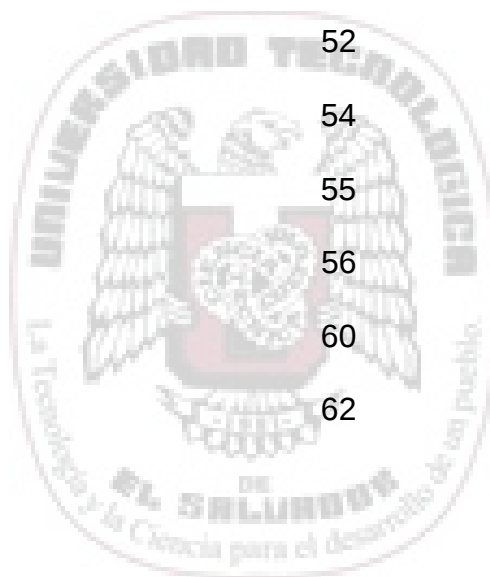
CAPITULO I

MARCO TEÓRICO 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 ESPECIFICO PRENSA ENTREVISTA DIRIGIDA.

	Nº página
Introducción	i
1.1 Medios de Comunicación Social.	1
1.1.1 Función de los Medios de Comunicación.	2
1.2 Historia de los Medios de Comunicación en El Salvador.	4
1.2.1 Historia de la Prensa	6
1.2.2 El Periodismo Salvadoreño y sus Proyecciones.	7
1.2.3 Los Periódicos de El Salvador.	13
1.2.3.1 La Prensa Gráfica.	15
1.2.3.2 El Diario de Hoy.	16
1.2.3.3 Diario Co Latino.	19
1.2.3.4 Diario El Mundo.	21
1.2.3.5 El Periódico Más.	22



1.3 Historia de la Radio.	24
1.3.1 La Radiodifusión en El Salvador.	25
1.3.2 Época de Oro de la Radio en El Salvador.	28
1.4 Reseña Histórica de la Televisión	30
1.4.1 Historia de la Televisión en El Salvador	34
1.5 Géneros Periodísticos	37
1.5.1 La Noticia	39
1.5.2 El Reportaje	40
1.5.3 El Editorial.	41
1.5.4 El Artículo	43
1.5.5 La Crónica.	43
1.5.6 Las Entrevistas cómo Género Periodístico.	44
1.5.7 Cómo se Prepara una Entrevista	46
1.5.8 Modalidades de la Entrevista.	47
1.5.9 Clasificación de la Entrevista	51
1.6 La Ideología y los Sistemas Políticos	51
1.6.1 Generalidades	52
1.6.2 La Ideología	54
1.6.3 Funciones de la Ideología	55
1.7 Sistema Político de El Salvador.	56
1.8 El Tribunal Supremo Electoral (TSE)	60
1.8.1 Los Partidos Políticos.	62

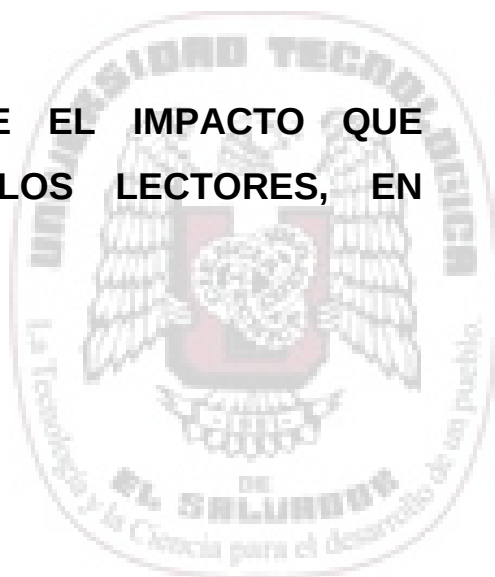


1.8.1.1 Partido Alianza Republicana	
Nacionalista (ARENA)	63
1.8.1.2 Partido Frente Farabundo Martí	
para la Liberación Nacional (FMLN)	64
1.8.1.3 Partido Demócrata Cristiano (PDC)	65
1.8.1.4 Partido de Conciliación Nacional (PCN)	66
1.8.1.5 Partido Acción Nacional (PAN)	66
1.8.1.6 Partido Acción Popular (AP)	67
1.8.1.7 Partido Futuro, Esfuerzo y	
Fortaleza (FUERZA)	67
1.8.1.8 Partido Social Demócrata (PSD)	68
1.8.1.9 Partido Centro Democrático Unido (CDU)	69
1.8.1.10 Partido Movimiento Renovador	69
1.8.1.11 Partido Popular Republicano	70
1.9 Entrevistas, Sistema Político e Ideología.	70

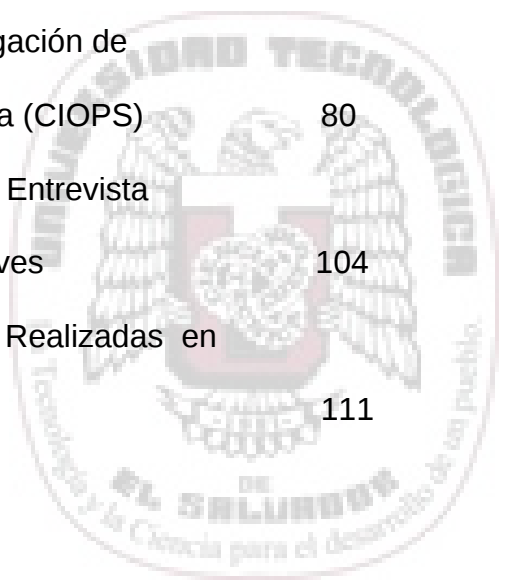
CAPITULO II

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

2 Sistema de Objetivos



2.1 Objetivo General	73
2.2 Objetivos Específicos	73
2.3 Hipótesis	74
2.3.1 Variables	
2.3.1.1 Variable Independiente	74
2.3.1.2 Variables Dependiente	74
2.4 Metodología de la Investigación	75
2.4.1 Unidad de Análisis	76
2.4.2 Sujeto de Análisis	76
2.4.3 Universo	76
2.4.4 Muestra	77
2.4.5 Distribución de la Muestra	78
2.4.6 Instrumento	79
2.4.7 Presentación de la Información	79
2.4.7.1 Resultados de la Investigación de Campo del Centro de Investigación de Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS)	80
2.4.7.2 Resultados de Opinión de la Entrevista Realizada a Informantes Claves	104
2.4.7.3 Monitoreo de las Entrevistas Realizadas en los Periódicos Salvadoreños	111



CAPITULO III

DIAGNOSTICO SITUACIONAL SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑOS Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERIODOS ELECTORALES.

3 Diagnóstico Situacional de la Investigación

de Campo	115
Bibliografía	122
Anexos	125



INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación refleja como la afinidad ideológica política del medio de comunicación prensa escrita, a través del género periodístico: Entrevista, influye en la población en periodos electorales.

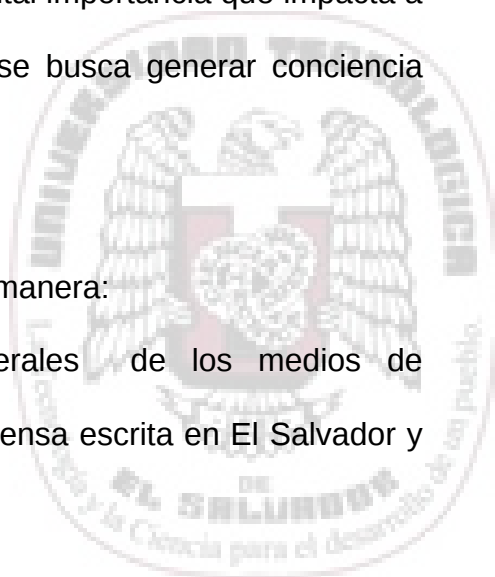
Las entrevistas son parte fundamental de todo periódico o cualquier medio de información, porque refleja y profundiza el pensar de una persona publica, que trata de dar a conocer su opinión de diferentes puntos de vistas que se convierten en temas de interés para los lectores.

A su vez es una sección informativa que contribuye a la orientación del lector, sobre un tema coyuntural.

A través de la entrevista se puede identificar la posición ideológica del medio sobre los hechos y acontecimientos de trascendental importancia que impacta a la población salvadoreña y a través de la cual se busca generar conciencia político.

Este documento esta desarrollado de la siguiente manera:

El primer capítulo trata sobre aspectos generales de los medios de comunicación, seguido por el surgimiento de la prensa escrita en El Salvador y



los periódicos: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, diario Co Latino, diario El Mundo y el periódico Más.

Así mismo, se definen los diferentes géneros periodísticos y de una manera detallada se profundiza, en lo que es “La Entrevista Dirigida”. Conociéndose así, como se prepara una entrevista, modalidades de la entrevista y su clasificación.

En el segundo capítulo se establece los objetivos, un general y tres específicos, Hipótesis y la Metodología de la Investigación. De igual forma se presenta un monitoreo realizado a los cinco periódicos antes mencionados.

Concluyendo el tercer capítulo con un diagnostico situacional el cual refleja como los medios de comunicación social salvadoreños y su afinidad ideológica política utilizan la entrevista como herramienta para incidir en la población durante períodos electorarios.



CAPITULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL REFERENCIAL SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑO Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA, COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERIODOS ELECCIONARIOS (ELECCIONES, DIPUTADOS Y CONCEJOS MUNICIPALES AÑO 2003) CASO ESPECÍFICO PRENSA: LA ENTREVISTA DIRIGIDA.

1.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

La comunicación se originó cuando el hombre necesitaba relacionarse entre sí. En un principio se valió de rudimentarias señales ópticas y sonoras.

Hoy en día, el hombre utiliza un método más eficaz para comunicarse “Las palabras”, dando más claridad al mensaje. Con el paso del tiempo, la comunidad fue evolucionando y expandiéndose y nacen los medios de comunicación: el telégrafo, el teléfono, radio, televisión y prensa, de aquellos tiempos hasta la época se han ido modificando, ya que estos medios de comunicación se han mantenido hasta nuestros días.

1.1.1 FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Los medios de comunicación han surgido como una necesidad del hombre y la mujer, a partir de las cuatro funciones siguientes: entretener, persuadir, educar e informar.

Función Entretenimiento. Los medios son formas de esparcimientos que pretenden distraer al público a través de mensajes que pueden ser musicales, humorísticos, comedias, drama, acción, deportes y otros.

Función Persuasiva. Persigue llamar la atención sobre un determinado mensaje, incitado a realizar acciones que son de interés para el emisor.

Función Educativa. Esta función se logra a través de programas culturales y eminentemente especializados que contribuyen en la formación personal del individuo.

Función Informativa. Esta se da porque los medios informan de todo lo que sucede en nuestro mundo circundante, esta es una función que se realiza específicamente a través de la noticia.

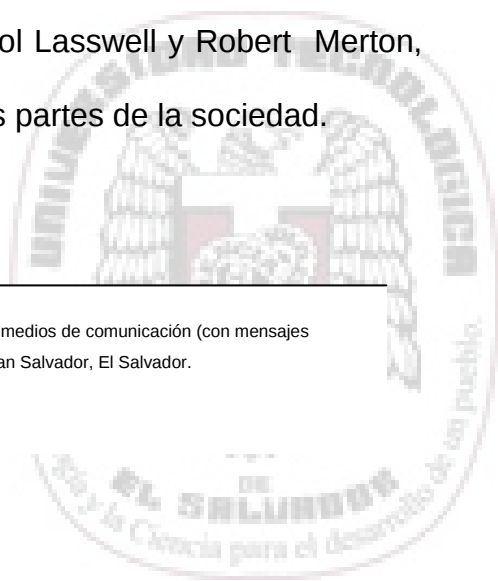


Es por esta razón, que cada uno de los medios tiene su forma específica de informar y a la vez una peculiar manera de satisfacer las necesidades informativas; se dice que la televisión muestra, la radio anuncia y la prensa explica. Una ventaja que hoy en día tiene la radio y la televisión, es que pueden informar o entretener directamente desde el lugar de los acontecimientos; el periódico, por su parte, es más global; no se trata de sustituir un medio por otro, sino de utilizar cada uno de ellos por el lugar que ocupa.

En el sistema de información de El Salvador, estos tres medios son aprovechados completamente por los partidos políticos para sus campañas en las elecciones, ya que a través de la televisión pueden crear al hombre una fantasía deseada, reforzándola con la radio y la prensa; pareciera que los medios en este tiempo, por ser totalmente del sector privado corresponden a los intereses de los mismos.

Según Charles Wright,¹ la función de la comunicación de masa es, de acuerdo con muchos sociólogos funcionalistas, como Harol Lasswell y Robert Merton, la supervisión del ambiente, la concordancia de las partes de la sociedad.

1/López Fabián Nelly Maribel.1997. Tesis "Como impactan en los sectores medio urbanos los medios de comunicación (con mensajes disfrazados de noticias) en la forma de decisiones para ejercer el voto electoral. Pág.17-18. San Salvador, El Salvador.



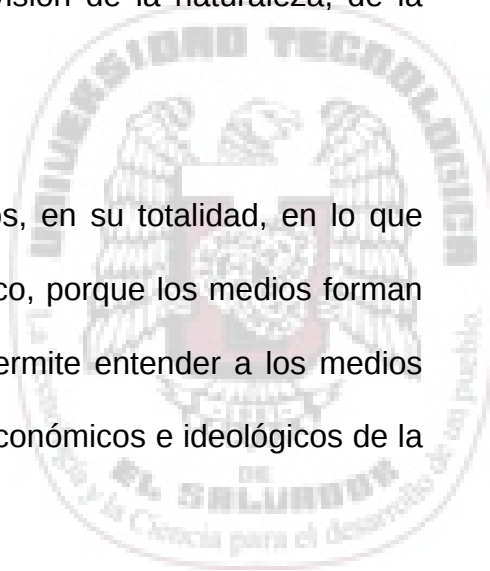
Funciones que fueron retomadas por Wright y aplicadas a los medios de comunicación, que irrumpieron en la sociedad actual a mediados del siglo XX, cuando, principalmente los estadounidenses, se dieron cuenta del poder de los medios de comunicación. Wright sintetizó y planteó que la información o control social son las funciones de los medios de comunicación.

Gran parte del desarrollo de los medios de comunicación en El Salvador, y en el mundo, están enmarcados por la dinámica empresarial de competencia.

1.2 HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL SALVADOR.

Los medios son encargados de la producción y de la distribución de la comunicación, por estar inmersos en la misma estructura social, que revisten una doble dimensión: a) La economía y b) La política cultural. Esto los convierte en “Fabricantes” de una determinada visión de la naturaleza, de la historia y de la sociedad.

Esta definición permite conceptualizar a los medios, en su totalidad, en lo que tienen de ideológico, de comercial y aún de político, porque los medios forman parte de la totalidad social. Esta perspectiva permite entender a los medios como parte integrante de los procesos políticos, económicos e ideológicos de la



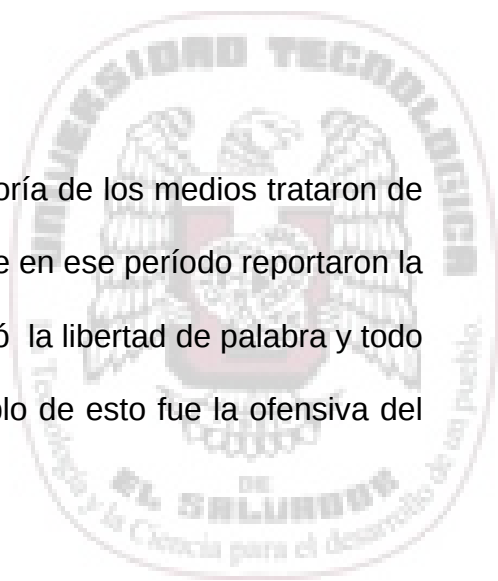
sociedad. Participación que no se limita a ser un mero “reflejo” de la realidad, sino que implica una posición activa y aún agresiva.

Los medios de comunicación, más que promover “cambios”, lo que hacen es reforzar las opiniones ya existentes. Los medios son el nexo entre el que comunica y el que tiene que ser comunicado.

Los medios de comunicación están ligados a la estructura política de la sociedad, donde el acceso a estos está totalmente cerrados a quienes se oponen a la ideología oficial, se denominan autoritarios.

Los actuales medios de comunicación se han convertido en uno de los principales instrumentos, ya que al igual que una sonda, atraviesan las distintas instituciones y grupos sociales, con el objetivo de tomar conciencia de lo que sucede en el ambiente. También garantizan que los procesos sociales y la toma de decisiones que surge de la práctica del poder sea evaluada y supervisada.

En El Salvador, durante el conflicto bélico, la mayoría de los medios trataron de entender el conflicto desde la parte oficial, y es que en ese período reportaron la realidad desde el punto de vista oficial, se les limitó la libertad de palabra y todo fue manejado a conveniencia del gobierno; ejemplo de esto fue la ofensiva del

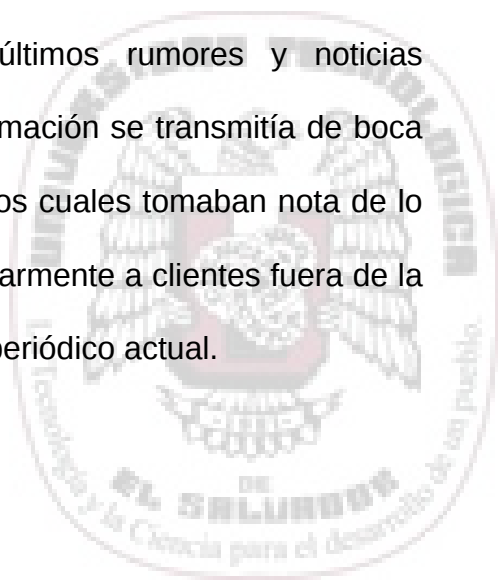


11 de noviembre de 1989. Por lo que el gobierno estableció una cadena nacional para informar al pueblo, ningún medio pudo transmitir sus reportajes sin permiso oficial.

Con el fin de la guerra, al firmarse la paz, y luego de la construcción de las nuevas instituciones que garantizarían la paz y la democracia, algunos medios impresos toman conciencia y se disponen a entender la realidad desde la clave del diálogo y negociación y, luego, desde la necesidad de crear una sociedad donde impere la cultura de la paz, propiciando de esta manera espacios abiertos que permiten un debate entre personalidades de diferentes ideologías políticas dentro del contexto nacional.

1.2.1 HISTORIA DE LA PRENSA

A mediados del siglo XVII, se comienza a generalizar por toda Europa los famosos “Cafés”, establecimiento en los cuales los hombres se reunían para degustar dicha bebida y enterarse de los últimos rumores y noticias concernientes a la corte de su localidad. La información se transmitía de boca en boca, surgiendo aquí los primeros reporteros los cuales tomaban nota de lo que en los cafés se discutía y eran enviados regularmente a clientes fuera de la capital. Estos boletines fueron los ancestros del periódico actual.



En 1615 aparece en Alemania el primer periódico regular llamado: “ El Diario de Frankfurt”² el cual contenía noticias locales.

En cuanto América Latina se refiere, el primer periódico aparece en el año 1722, en México, y cuyo nombre era “La Gaceta de México y Noticias de Nueva España”. Siete años más tarde aparece “La Gaceta de Guatemala” y en 1743 “La Gaceta de Lima”.

1.2.2 EL PERIODISMO SALVADOREÑO Y SUS PROYECCIONES.

En los últimos años, hemos presenciado una evolución acelerada del periodismo salvadoreño, con un balance realmente positivo en cuanto a la calidad de su empeño.

Lo que se ha dado en llamar periodismo investigativo han mejorado enormemente y así, continuamente estamos viendo el resultado de ese trabajo en distintas áreas del que hacer nacional.

2/ José Guillermo Martínez Babich. 1997. Tesis “ La incidencia en la utilización de técnicas periodísticas de los medios de comunicación social salvadoreños en la toma de decisiones para ejercer el voto. Pág. 11.

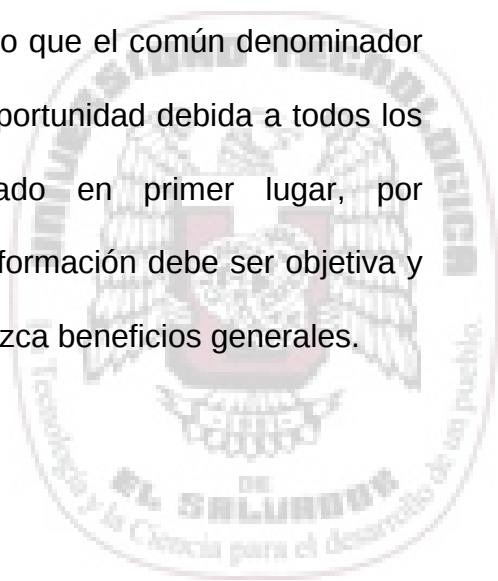


Indudablemente, la evolución política experimentada por el país ha incidido enormemente en esas manifestaciones de progreso observadas en el periodismo.

Debe reconocerse, asimismo, que el profesionalismo experimentado por los periodistas salvadoreños ha sido evidente y gracias a ellos, la calidad de los periódicos y demás medios en la parte que se refiere a periodismo, se ha superado notablemente.

Desde luego, hay todo un proceso de adaptación a las nuevas tónicas de libertad informativa y de expresión y al ambiente del estado democrático de derecho que se está propiciando en el país. En ese sentido, el funcionario público, las instituciones en general, los distintos sectores, también han debido adaptarse a esas nuevas circunstancias y realidades.

Sin perjuicio de lo anterior es más prudente reflexionar sobre lo que son los grandes fines y objetivos del periodismo. Es obvio que el común denominador es brindar la mejor información posible y con la oportunidad debida a todos los salvadoreños. Este gran objetivo está limitado en primer lugar, por consideraciones éticas, en el sentido de que la información debe ser objetiva y veraz y, asimismo, contener un balance que produzca beneficios generales.

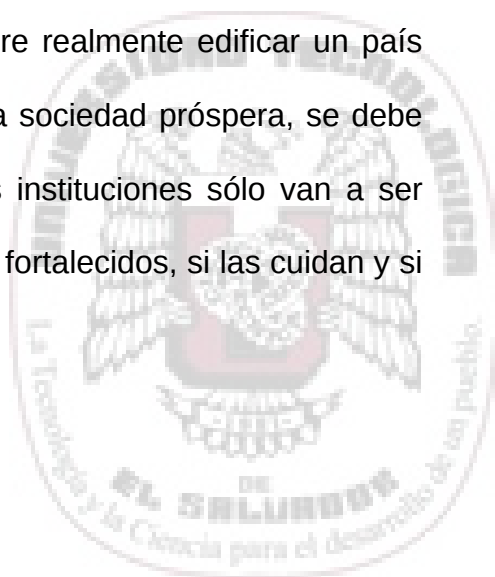


Esta primera tarea de tipo informativo debe siempre atender a esas circunstancias y en la medida de lo posible existe una toma de conciencia de parte de los periodistas que con todo profesionalismo saben encontrar el balance adecuado. En algunos casos, parece que la prisa puede y de hecho hace olvidar los bienes superiores que limitan el derecho de información, pero hay que reconocer que cada vez ocurren con menor frecuencia.³

Si se quiere que el país se modernice en un ambiente democrático, se debe proveer a la población de los conocimientos necesarios con los medios con que se cuenta, esta tarea no es fácil y debe ser ejercida con ética, seriedad y objetividad.

Los medios, en ese sentido, ejercen una función de gran relieve, haciendo conciencia en la población de la necesidad de buscar que las instituciones se fortalezcan y funcionen eficazmente. Las críticas y los señalamientos deben ser bienvenidos en ese sentido, cuando son hechos sin recurrir a personalismos, a subjetivismos y a otras desviaciones. Si se quiere realmente edificar un país moderno, un estado democrático de derecho, una sociedad próspera, se debe contar con instituciones que lo viabilicen y estas instituciones sólo van a ser fuertes, en el mejor sentido de la palabra, si están fortalecidos, si las cuidan y si

3/Idem. Pag.13



buscara a través de la crítica constructiva y de las aportaciones de todos los que quieran brindarlas, su perfeccionamiento.⁴

EL Periodismo de lo Político y lo político del periodismo

Una de las mayores preocupaciones políticas de Latinoamérica giran en torno al fenómeno periodístico, bien sea planteándose los problemas sobre el periodismo de lo político, o lo político del periodismo; ciertamente la imagen política se revela a través de los medios; la posible falta de ética de un sujeto o institución política puede aniquilarse en los medios, y como contra parte el recato moral siempre pasará desgastadamente desapercibido.

La falta de objetividad, parcialidad, sesgos e ideologías de un medio, o de un periodista aparecen constantemente como enemigos radicales de los políticos, y despiertan cierta preocupación, y obviamente salta la pregunta sobre la legitimidad o validez de tal ejercicio. Las tentaciones que generan los medios de comunicación como instrumento del poder, peculiarmente en procesos electorales, son abismales, más aún cuando se sabe que el mercadeo dispara indicadores de ataques publicitarios; y es que en Latinoamérica, el poder publicitario tiene más valor que el poder intelectual, axiológicamente hablando; de este modo, la política es un producto vendible.

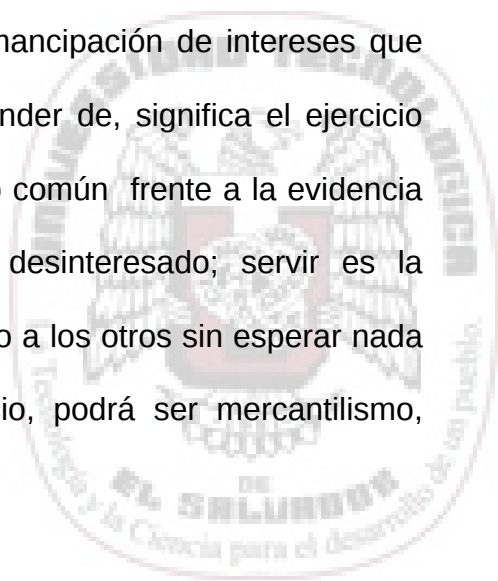
4/ Samayoa Salvador Historia del presente, tomo 1 UFG editores 1998 1ª edición. Pág. 465 y 467

El suceso noticioso está yuxtapuesto al hecho publicitario, de esto viven los medios, generar más conflicto, crear situaciones difíciles vende más; que desagradable cuando un medio explota la tragedia para vender más; que la ciudadanía necesita saber la verdad, obviamente que sí, pero, como se comunica tal verdad es el asunto.

De este modo, los medios poseen una potencialidad ambigua: por un lado, la capacidad de colaborar en el esclarecimiento de problemas con dudosa reputación; por otro lado, la capacidad de explotar comercialmente el suceso para vender más.

Hay una forma en la recepción de un medio de comunicación que define el talento y carácter del periodismo se fundamentan en los siguientes tres conceptos: " Verdad "," Independencia " y " Servicio ".

La verdad exige un respaldo, sea cual fuere, que justifique la afirmación de verdad real. Independencia supone una total emancipación de intereses que crean ciertas necesidades vinculantes; no depender de, significa el ejercicio autónomo, siguiendo las propias leyes del sentido común frente a la evidencia táctica. Servicio, nos proyecta a un ámbito desinteresado; servir es la preexistencia humana, el “dar-de-sí” de uno mismo a los otros sin esperar nada a cambio; si existen intereses ya no es servicio, podrá ser mercantilismo,

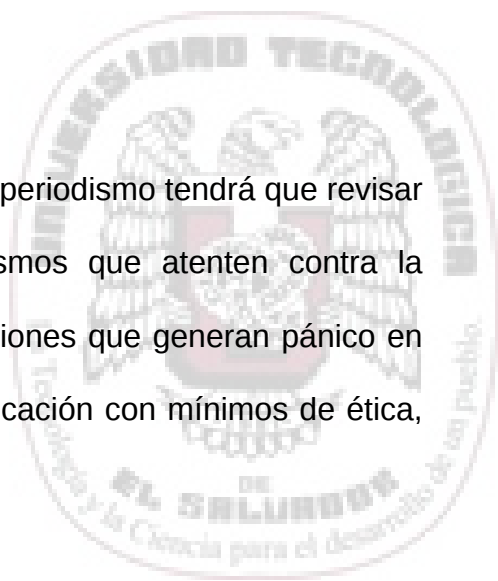


intercambio, negocio, etc. Ahora bien, evaluando nuestra situación y verificando lo que es: ¿quiénes pueden gloriarse de su Verdad, Independencia y Servicio?, pregunta con muy pocas respuestas.

Lo político, la política y los políticos, en la actualidad, saben que son entes públicos, y están en un lugar de acecho; hoy en día, da gusto ver entrevista y debates, en donde los protagonistas interactúan abiertamente sin miedos sociales.

Si se lograra conjugar la honestidad política, con la verdad, independencia y servicio de los medios, se desproblematizaría la posible tensión y preocupación política de los medios; y es que la vocación periodística tiene tácitamente un compromiso investigativo, la verdad no está dada, hay que confrontarla, corresponderla, racionalizarla y pragmatizarla; la verdad a comunicar debe ser un producto, resultado de un esfuerzo; esta realidad exige por parte del ámbito político, cierta comprensión, el periodista no hostiga, sino que escudriña para que salga la verdad.

En fin, el periodismo de lo político, y lo político del periodismo tendrá que revisar siempre su eticidad, para no caer en despotismos que atenten contra la dignidad humana, y también para reducir las tensiones que generan pánico en el ambiente político; utilizar el poder de la comunicación con mínimos de ética,



distanciándose del subjetivismo es una tarea urgente, tanto así como la misma honestidad y voluntad de verdad real en la política.⁵

1.2.3 LOS PERIÓDICOS DE EL SALVADOR.

El periodismo en El Salvador surge en el siglo XVIII, con el aparecimiento de “El Puntero Apuntador con Apuntes Breves”. Era un tipo de folletín, cuyo objetivo fue enseñar el modo preciso para dar el punto al añil, producto vital, en esa época, de la economía nacional. Pero, no fue, sino hasta en 1824, al tener influencia de los periódicos “La Gaceta de Guatemala, de lima, y Buenos Aires”, que los salvadoreños producen un periódico, esta publicación se tituló “Semanario Político Mercantil”, en el cual se publicaban noticias oficiales, actividades de altos funcionarios, asuntos políticos y religiosos de la época.

Este periódico dejó de publicarse en 1826, pero, surgieron otros, semanarios y periódicos, entre ellos:

La Gaceta de Estado de El Salvador, 9 de junio de 1827

El Centinela, 1827

El Salvadoreño, 1828

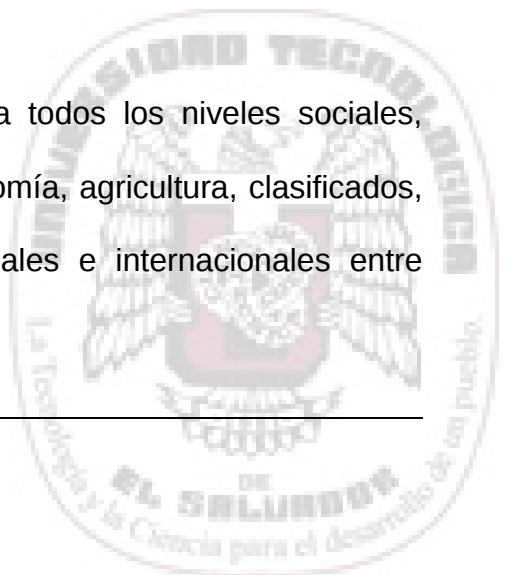
5/ Idem. Pág.468-470



- ❑ El Sendero, 1829
- ❑ El Diario, 1873
- ❑ Diario Latino, 1890 (Hoy Co Latino)
- ❑ Diario de Oriente, (San Miguel) 1906
- ❑ Diario de Occidente, (Santa Ana) 1910
- ❑ La Prensa Gráfica, 1915
- ❑ El Diario de Hoy, 1936
- ❑ El Mundo, 1967
- ❑ La Noticia, 1986 (dejó de circular el 30 de marzo de 1996)
- ❑ Primera Plana 1992 (dejó de circular 1993)
- ❑ Más, 1998

Es preciso aclarar que la prensa escrita en el país, a principios del siglo XX, era exclusivamente dirigida a un determinado grupo, el cual gozaba del privilegio de leer, puesto que la mayoría de habitantes eran analfabetos y los pocos letrados se ubicaban en la clase alta.

Actualmente, la información escrita va dirigida a todos los niveles sociales, contando con secciones específicas, como: economía, agricultura, clasificados, sociales, entrevistas, reportajes, noticias nacionales e internacionales entre otros.



El medio escrito llega a diversas partes del país, incluso los más remotos, y es el medio escrito que se ubica en tercera preferencia en la población salvadoreña después de la televisión.

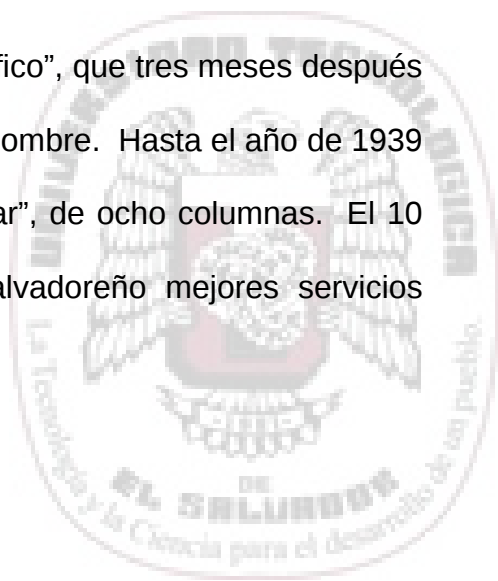
1.2.3.1 LA PRENSA GRÁFICA.

La prensa sale a la luz pública el 10 de mayo de 1915. Es una publicación de carácter permanente y con una línea editorial de orientación independiente, alejado de la política partidista.⁶

El nacimiento se remonta a la fundación de la sociedad “Dutriz Hermanos”, conformada por Antonio y José Dutriz, quienes en 1903 organizaron la Editorial “Tipografía La Unión”, con el propósito de publicar libros, revistas y periódicos. En 1928, Antonio Dutriz se retiró del periódico, quedando como director José Dutriz.

Más adelante, en mayo de 1939, se funda “El Gráfico”, que tres meses después se fusiona con “La Prensa”, adoptando un nuevo nombre. Hasta el año de 1939 “La prensa” fue un periódico de tamaño “estándar”, de ocho columnas. El 10 de agosto, en el afán de brindar al pueblo salvadoreño mejores servicios

6/Herrera Palacios Antonio; paquete didáctico prensa escrita s/f.



informativos, en forma más amplia y seguir estrechamente la transformación del periódico moderno ilustrado, “La Prensa” adoptó el tamaño tabloide y modificó su nombre llamándose desde entonces “La Prensa Gráfica”.

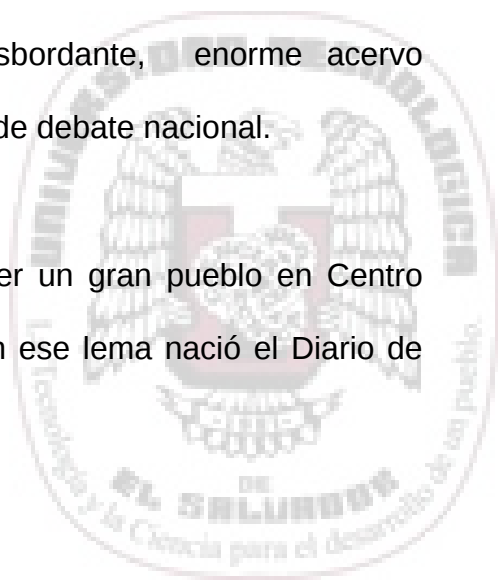
El desarrollo de este rotativo, a lo largo de sus años, ha contribuido a que este se mantenga entre uno de los de mayor circulación a escala nacional y que, además, su edición diaria, al paso de la tecnología, se encuentre ya en la versión electrónica en Internet y con ello a escala mundial.

1.2.3.2 EL DIARIO DE HOY.

EL Diario de Hoy fue fundado el 2 de mayo de 1936, en las instalaciones que estuvieron ubicadas en la 8ª calle oriente.

Su fundador fue Napoleón Viera Altamirano, y su esposa doña Mercedes Madriz de Altamirano. Ellos no contaban con capital financiero alguno, pero sí con una extraordinaria visión, entusiasmo desbordante, enorme acervo intelectual, de inmediato se convirtió en el centro de debate nacional.

El lema del fundador fue siempre “Hay que hacer un gran pueblo en Centro América”, desde el suchiate hasta el Darien”, con ese lema nació el Diario de Hoy.

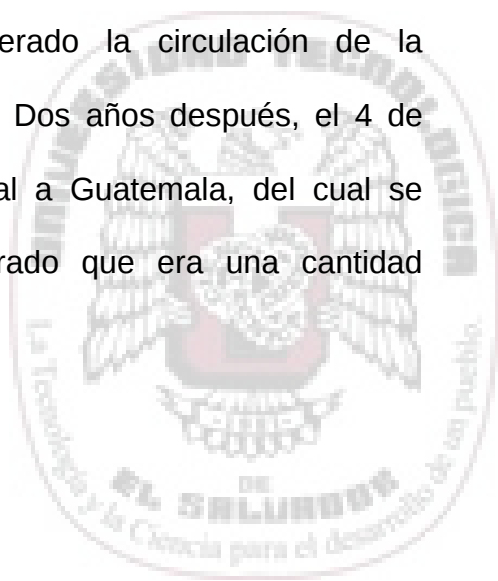


Su primera edición fue de 2,100 ejemplares, los cuales se imprimieron en una pequeña Dúplex plana, modelo A y los textos fueron levantados en linotipos, de los cuales se hacían líneas por línea en moldes de bronce con una elección de plomo derretido.

El primer cuerpo de redactores del diario estaba formando por inquietos jóvenes salvadoreños que cultivaban la poesía y la narración, entre los que se contaban Hugo Lindo, Barba Salinas, Ramón Hernández Quintanilla y Sanabria. Todos fallecidos.

El Diario de Hoy revolucionó lo que era el periodismo Centroamericano, ya que introdujo el formato tabloide (tamaño actual del periódico), en aquel entonces todos eran impresos en tamaño estándar (sabana), ejemplo que todos los periódicos de Centroamérica imitarían, con excepción de la Prensa de Managua.

A los cuatro meses de fundado había superado la circulación de la competencia, llegando a los 18 mil ejemplares. Dos años después, el 4 de noviembre de 1938, dedica una edición especial a Guatemala, del cual se vendieron 30 mil ejemplares, dejando demostrado que era una cantidad considerable de lectores.



Con el tiempo, el Diario de Hoy se trasladó a su propio edificio, en la octava calle poniente #215, frente al antiguo y desaparecido cine París, y en abril de 1975, se trasladaron a las modernas y actuales instalaciones, cuya dimensión de terreno permitió el crecimiento que ha tenido el periódico en los últimos 25 años, y con suficiente espacio para los próximos 40, gracias a la extraordinaria visión de doña Mercedes Madriz de Altamirano.⁷ **www.el salvador.com** fue el primer medio de El Salvador en Internet, ya que es una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público que conecta redes informáticas de organismos oficiales, y empresariales.

El Diario de Hoy en la red(w.w.w.) nació en diciembre de 1995 y afínales del año 2000, sirve a más de tres millones de pantallas al mes, ciento cincuenta mil pantallas diarias. Fue tan visionera el nacimiento de **www. el salvador.com** que durante meses después de comenzar la edición, aún no existía acceso a Internet desde El Salvador.

*** Características del Diario**

Formato: Tabloide

Publicación: Diaria

Hora de publicación: Matutina

Tipo de impresión: Rotativa.

⁷/Diario de Hoy, Reseña Histórica s/f. San Salvador.



Generalidades del Diario de Hoy.

En la actualidad, el periódico está dirigido por el Ing. Enrique Altamirano Madriz, su esposa doña Thelma de Altamirano y sus hijos, el Lic. Fabricio Altamirano y Lic. Julián Altamirano. Doña Mercedes Madriz de Altamirano contribuye en el funcionamiento editorial y administrativo de la empresa.

El licenciado Fabricio Altamirano, el 17 de enero de 1991, dirigió el cambio de diagramado del periódico, por uno más ágil y mucho balance.⁸

1.2.3.3 DIARIO CO LATINO.

Este periódico apareció el 5 de noviembre de 1890, llamándose en ese entonces “Siglo XX”, nombre de la imprenta en la cual se editaba, aunque de acuerdo a algunos registros históricos de la época, a este periódico antecedió “La Candela”, editada por Miguel Pinto.

Cuatro años más tarde, se fusiona con la imprenta “La Luz”, cambiándole nombre por el de “Diario Latino”.

⁸/Idem.



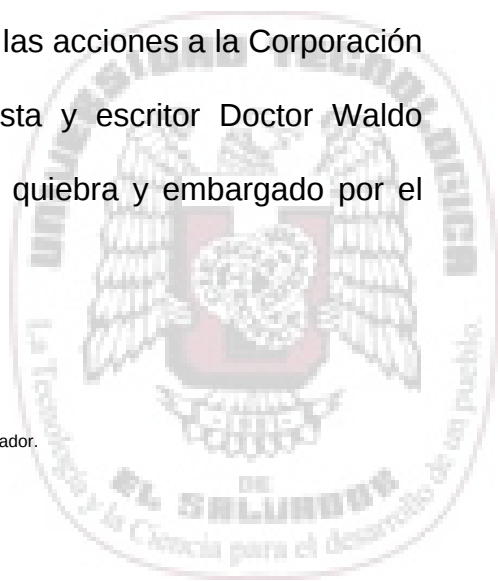
Su primer director fue don Miguel Pinto, quien tuvo como colaborador a su hijo Jorge Pinto, quien le dio un nuevo rumbo en cuanto a técnica moderna en la diagramación de noticias. En 1928, Miguel Pinto hijo comenzó a trabajar al lado de su padre, teniendo a su cargo la edición del periódico.

Al fallecer su padre, en 1940, Pinto hijo se hace cargo de la dirección, y decidió cambios en el tamaño, ya que paso a ser tabloide, y su orientación informativa, al igual que otros medios escritos fundados en el siglo XX, se volvió conservadora.

Padeció los efectos de la guerra desatada en los años 80`s, al ser incendiada la maquinaria, por un grupo de manifestantes que protestaban contra la junta revolucionaria de gobierno que había dispuesto el General Humberto Romero.⁹

Después del incendio, ocurrido en 1982, don Miguel Pinto hijo falleció, en los Estados Unidos, siendo el nuevo director de Diario Latino, Miguel Ángel Pinto, quien cuatro años más tarde vendió la mayoría de las acciones a la Corporación “H”. Sin embargo, bajo la dirección del periodista y escritor Doctor Waldo Chávez Velasco, el periódico fue declarado en quiebra y embargado por el Banco de Crédito Popular.

⁹ Lic. Valencia Francisco Elías. Diario Co Latino, Reseña Histórica s/f, San Salvador, El Salvador.



En junio de 1989, el Diario Latino fue abandonado, y sus empleados, organizados en la subseccional del Sindicato de Periodistas y Similares de El Salvador (SINPES) lograron mantener la circulación del periódico, iniciando así una nueva era del Diario Latino. Bajo la dirección del periodista Francisco Elías Valencia y un consejo de Dirección (integrado por trabajadores) dejaron el periodismo conservador, y adoptaron un formato noticioso renovado y pluralista

El 9 de febrero de 1991, después de acciones de censura y amenazas, provenientes de sectores radicales de derecha, el Diario Latino fue incendiado. Pocos meses después fue restaurado con ayuda nacional e internacional. Los trabajadores crearon, en 1994, la Sociedad Cooperativa de Empleados de Diario Latino de Responsabilidad Limitada (COLATINO de R.L.) y en 1995, tras un proceso jurídico, cambiaron el nombre de Diario Latino por "Co latino".

1.2.3.4 DIARIO EL MUNDO.

El 6 de febrero de 1967 surge un nuevo periódico en El Salvador, denominado "Diario el Mundo", cuyo primer Director fue el escritor Wualdo Chávez Velasco.

El rotativo surgió con una mentalidad a línea editorial de libre acceso a las diversas corrientes ideológicas del pensamiento. "El Mundo" no tiene la más mínima vinculación con algún partido. "El Mundo" no apoya la candidatura de

ningún político; reza parte del primer editorial publicado, en el que se hace énfasis de su neutralidad.¹⁰

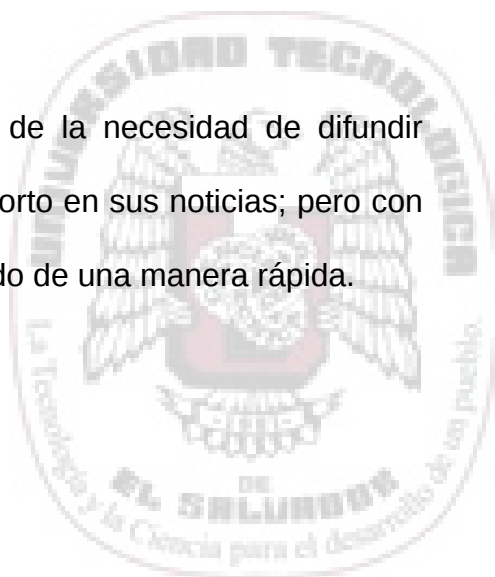
Desde su fundación, El Mundo ha mantenido casi en forma constante una edición de 32 páginas, fue también el primero en introducir el concepto de los suplementos especiales. En su vida editorial, el periódico únicamente ha tenido dos directores y su actual director don Cristóbal Iglesias, introdujo el concepto de humor en sus páginas a nivel de crítica.

Después de 28 años de circulación, El mundo cambió sustancialmente por primera vez el diseño de su formato, dándole una nueva imagen. Además, al igual que el resto de periódicos salvadoreños, adquirió un sistema computarizado para automatizar la mayoría de los procesos realizados en la producción del periódico.

1.2.3.5 EL PERIÓDICO MÁS.

Más nació el 22 de abril de 1998, como parte de la necesidad de difundir información con innovación, siendo un periódico corto en sus noticias; pero con una profundidad en la que el lector queda informado de una manera rápida.

¹⁰ Diario El Mundo, Reseña Histórica s/f. San Salvador, El Salvador.

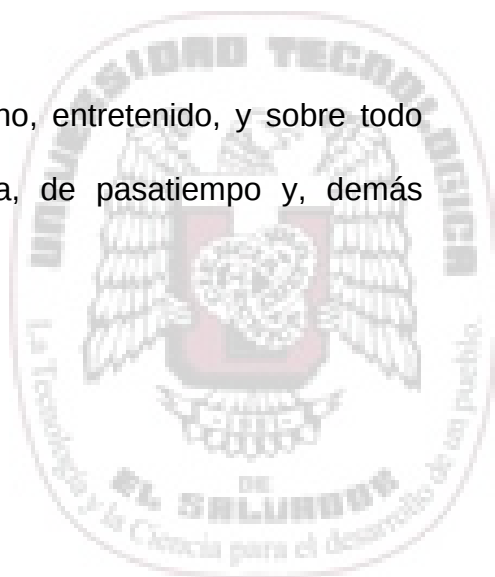


En dos años se posicionó como el tercer periódico de mayor circulación en el país, según la auditoría de circulación pagada independiente que audita a El Diario de Hoy y la Prensa Gráfica.

Más es un periódico independiente, colorido, joven, de fácil lectura, cuya estrategia de contenido es servir a comunidades que los otros medios del país ignoran o cubren poco, dentro de un contexto de seriedad independiente y observación de principios morales que lo hacen un periódico familiar.

Sus fundadores, el Grupo Editorial Altamirano, formado por el Ing. Enrique Altamirano, Lic. Fabricio Altamirano y Lic. Julián Altamirano, redactaron la misión del grupo Editorial Altamirano así: “Llevar a las audiencias y comunidades a quienes servimos localmente y en el mundo, vía nuestro medio web, contenido del más alto valor periodístico, presentarlo con la máxima excelencia posible y ser, para cada una de las comunidades el centro de debate a donde se discuten las ideas, éticas y propuestas más relevantes del país.

Al mismo tiempo, cada medio aspira a ser ameno, entretenido, y sobre todo satisfacer necesidades de información deportiva, de pasatiempo y, demás géneros de contenido con interés humano.



1.3 HISTORIA DE LA RADIO.

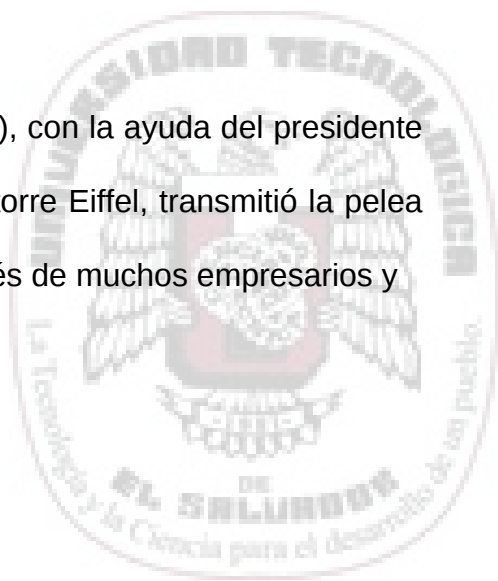
La radio fue el primer medio electrónico de comunicación colectiva; su trayectoria ha permitido evolucionar y convertirse en uno de los medios que pese a sus limitantes es más importante y efectivo en las comunicaciones.

En 1920, en Norteamérica, comienzan las transmisiones de radio, brindando información sobre diversos tópicos.

Fue la emisora KDKA, de Pittsburg, de Norteamérica, la que en ese mismo año (1920) transmitió las elecciones presidenciales de los Estados Unidos, convirtiéndose en un gran acontecimiento, alertando a la prensa, que para ese entonces era el único medio de información escrito existente.

La Weintinghouse Electric Company era la propietaria de la KDKA. Esta empresa existe hasta hoy en día siempre en el medio radio.

En 1921, la RCA (Radio Corporación of America), con la ayuda del presidente Franklin D. Roosevelt y utilizando como antena la torre Eiffel, transmitió la pelea que hizo que la radio comenzara a despertar interés de muchos empresarios y público en general.



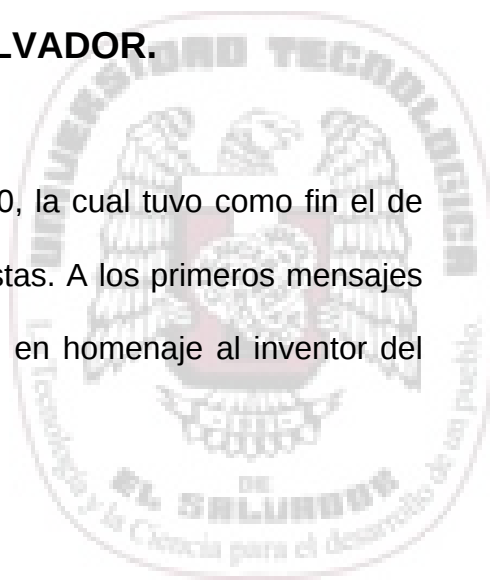
En esa época, los programas eran escasos y se transmitían con muy poca frecuencia, además, su recepción era de mala calidad. Sin embargo, en 1922, había más de un millón y medio de aparatos de radio y un poco más de 500 emisoras transmisoras en E.E.U.U. Luego, en ese mismo año nace la BBC de Londres. Siendo esta una de las estaciones con mayor categoría y prestigio a nivel mundial. En la actualidad mantiene las mismas siglas.

Fue en España, en el año de 1932, que se firma en Reglamento General de Radio Comunicaciones, que tuvo como fin el de poner un alto al uso arbitrario de siglas, y de ésta forma cada país tuvieron su radio frecuencias en relación con sus siglas.

En enero de 1923 se realizó el primer enlace de estaciones de radio. El que después se le conoció como cadena. Este se efectuó en un concierto, en Nueva York y en Boston, al mismo tiempo.

1.3.1 LA RADIODIFUSIÓN EN EL SALVADOR.

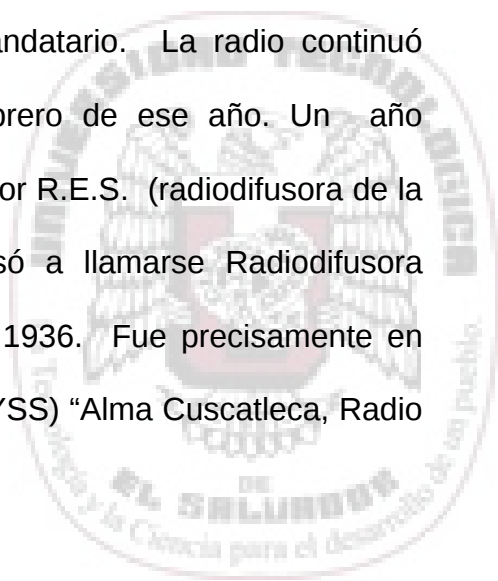
La primera estación de radio fue fundada en 1910, la cual tuvo como fin el de comunicarse con los barcos que surcaban las costas. A los primeros mensajes transmitidos se le denominaron “marconigramas”, en homenaje al inventor del telégrafo sin hilos: Guillermo Marconi.



En los años de 1924 y 1925, la estación “Venustiano Carranza” empezó a hacer ensayos de radiotelefonía a la que se le llamó “Radio Teléfono de Chispa”, ya que los impulsos telegráficos salían como chispas y ascendían por el alambre conductor hacia la antena. El General Venustiano Carranza donó esta emisora a El Salvador, en agradecimiento al presidente salvadoreño Carlos Meléndez, quien durante los años de la revolución mexicana le había enviado ayuda en armas. La emisora Venustiano Carranza no puede considerarse dentro del moderno concepto de la radiodifusión.

A iniciativa del Director General de Telégrafos, don Ricardo Posada, se pidió la primera estación radiodifusora (la primera que iba a funcionar en Centro América). Esta radiodifusora se instaló en el último piso del Teatro Nacional y las antenas se colocaron en la terraza del mismo edificio.

El 1º de marzo de 1926 se inaugura la primera estación de radio en el país, en el período del Presidente de esa época Don Alfonso Quiñones Molina, la cual se llamó “AQM”. Llevando las iniciales del mandatario. La radio continuó transmitiendo “en prueba”, hasta finales de febrero de ese año. Un año después, la AQM cambió sus letras de llamadas por R.E.S. (radiodifusora de la república de El Salvador); pero, en 1933, pasó a llamarse Radiodifusora Nacional R.D.N., esta denominación llegó hasta 1936. Fue precisamente en 1936, cuando cambia la Radiodifusora Nacional (YSS) “Alma Cuscatleca, Radio



Nacional de El Salvador”. Conservando hasta hoy las letras de llamadas YSS
RADIO EL SALVADOR.

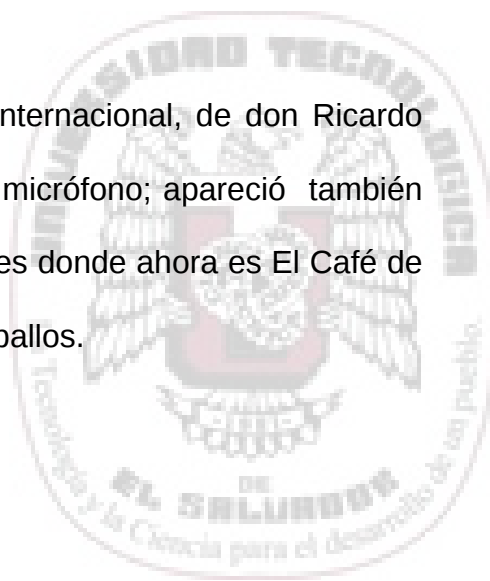
REGLAMENTO DE LA RADIO.

En Madrid, España, fue firmado el 9 de diciembre de 1932, el reglamento general de Radiocomunicaciones, con el que se puso término al uso arbitrario de siglas para cada una de ellas. En virtud de ese reglamento quedaron señaladas para los países centroamericanos las siguientes siglas:

Guatemala	TG
EL Salvador	YS
Honduras	HR
Nicaragua	YN
Costa Rica	TI

Entre 1940 y 1945 nacieron:

YSO, del señor Edmundo Nussen; YSI, Radio Internacional, de don Ricardo Ramos, iniciándose en esta, las celebridades del micrófono; apareció también “La Voz de El Salvador” ubicada en la que entonces donde ahora es El Café de Don Pedro, esta era propiedad de Don Alberto Ceballos.



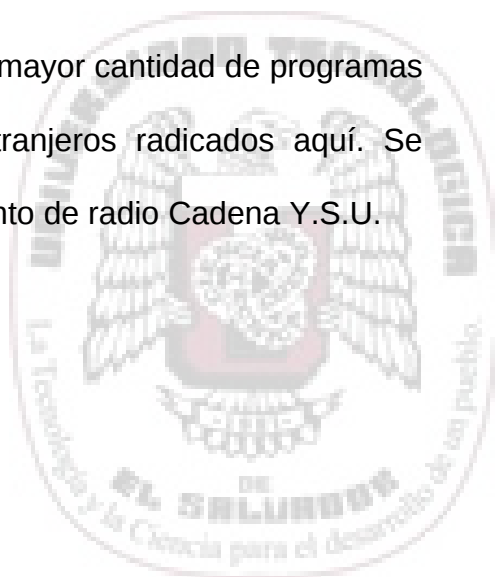
En 1947, don Raúl Trabanino fundó YSU, transmitiendo en la frecuencia 1050. Posteriormente surgen otras radios privadas TSC “Radio 1025”, fundada por don Felipe Ochoa Valenzuela.

En 1948, salió el primer noticiero al aire llamado “noticiero YSU, donde se destacó como iniciando Augusto Lima.

En 1953, se inauguró la YSDF, la voz del Trópico, era la más potente de C.A. en ese entonces, en esta emisora se realizaron los más espectaculares programas radiofónicos con talento artístico salvadoreño. Debido a su potente transmisor, la señal llegaba al territorio centroamericano con toda claridad, interfiriendo a otras emisoras del área. Por esta razón hubo protestas y la YSDF fue obligada a reducir la potencia de su señal

1.3.2 ÉPOCA DE ORO DE LA RADIO EN EL SALVADOR.

Fueron 10 años en las cuales la radio presentó la mayor cantidad de programas elaborados por productores salvadoreños o extranjeros radicados aquí. Se ubica a partir de 1947, poco después del surgimiento de radio Cadena Y.S.U.



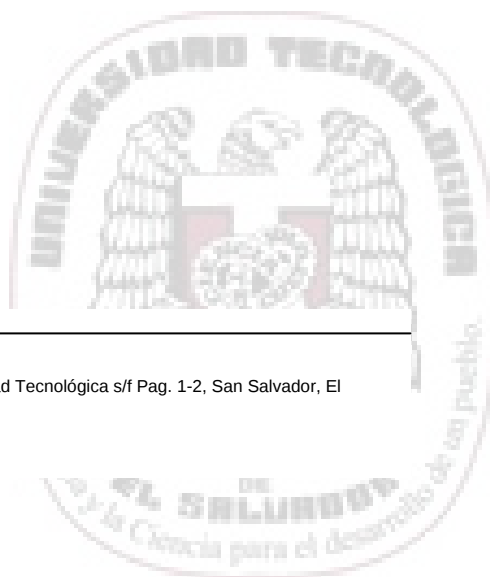
Surgieron las mejores voces de la locución, grupos artísticos, dramáticos o musicales, hubo salarios elevados para artistas, empleados y naturalmente buenas ganancias para los empresarios.

Esta época fue producto del despegue que tuvo en El Salvador una burguesía industrial que estuvo marginada y políticamente neutralizada durante varios años.

Observando el período del auge económico en El Salvador, ubicamos que ésta época de oro de la radiodifusión está interconectada con el desarrollo de la industria y con el ingreso proveniente de las exportaciones.

La época terminó para los empleados, artistas, y trabajadores de la radio, que no sólo vieron posteriormente salarios estáticos, despidos y limitaciones que no sólo era producida por una crisis económica y política vivida en los primeros años de la década de los 60`s, sino, por el surgimiento de los primeros canales de televisión.¹¹

11 / Paquete Didáctico de Producción de Radio. Lic. Mauricio Salguero Editorial Universidad Tecnológica s/f Pag. 1-2, San Salvador, El Salvador.



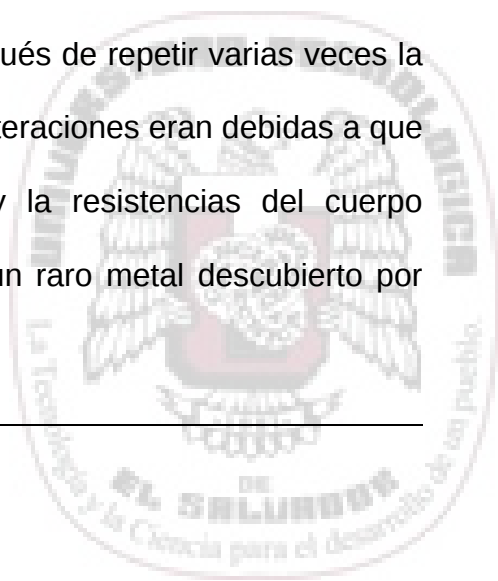
1.4 RESEÑA HISTÓRICA DE LA TELEVISIÓN

La palabra televisión tiene una etimología grecolatina y significa, traducida literalmente, "visión a distancia". En 1609, el sabio italiano Galileo Galilei construyó el primer artefacto televisor, que ha pasado a la historia con el nombre de anteojo. Sin embargo, el poder televisor del anteojo se haya demasiado ligado a las condiciones atmosféricas, de modo que su eficacia no es plenamente satisfactoria.

La televisión nació del progreso de la electricidad aplicada y su primera piedra fue puesta por pura casualidad, en 1873, por un oscuro telegrafista de Valencia, de apellido May.

En cierta ocasión observó, Warren May, que al pasar delante de su estación telegráfica, las agujas de los instrumentos de medición oscilaban violentamente.

El fenómeno resultaba bastante misterioso y después de repetir varias veces la experiencia, cayó en la cuenta de que aquellas alteraciones eran debidas a que al caminar se interponía entre la luz solar y la resistencias del cuerpo telegráfico que estaban fabricadas con selenio, un raro metal descubierto por Berzelius en 1817.

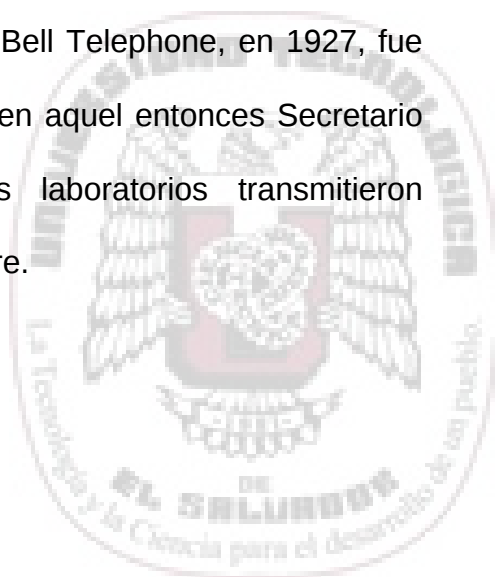


"Aunque en 1873 este fenómeno resultaba todavía un poco oscuro, no tardaron algunos científicos en establecer comparaciones y analogías entre estos metales y el funcionamiento del ojo humano, dotado en su parte interna de un mosaico de células sensibles a la luz, llamadas conos y bastoncillos, que al recibir una impresión luminosa envían una corriente nerviosa al cerebro, a través del nervio óptico." ¹²

Diferentes países contribuyeron al desarrollo de la televisión. Como la radio, la televisión se hizo posible a los descubrimientos electrónicos hechos a fines del siglo XIX y XX. En 1884, Pablo Nipkow, un alemán, patentó un disco registrador para transmitir imágenes por radio. En los Estados Unidos, Carlos Jenkins inició sus estudios sobre la materia, aproximadamente en 1890. Rignou y Fournier hicieron experimentos de "televisión" en Francia, durante la primera década de este siglo.

Un programa experimental de televisión fue transmitido entre Nueva York y Washington, por los laboratorios de la compañía Bell Telephone, en 1927, fue un programa en el que participó Herbert Hoover, en aquel entonces Secretario de Comercio. Al año siguiente, los mismos laboratorios transmitieron experimentalmente programas captados al aire libre.

¹² /Pérez Ramírez, José. Organización de Sistema Contable en la Televisión.

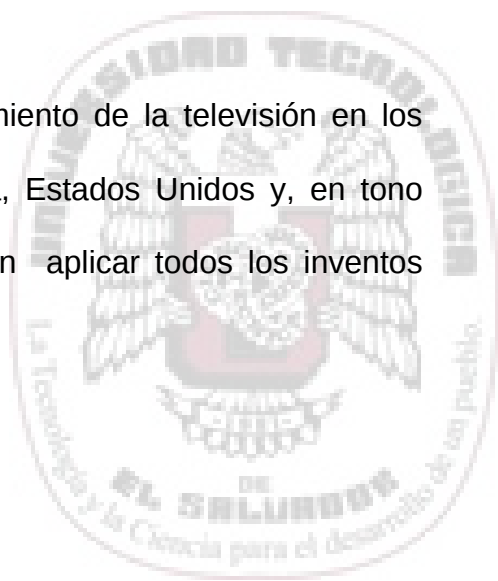


Diecisiete estaciones de televisión, de carácter experimental, funcionaban ya en 1937. Una estación experimental de televisión, móvil, funcionó ese año. El primer Presidente a quien se vio en televisión fue Franklin D. Roosevelt, cuando inauguró la Feria Mundial de Nueva York, en 1939. Ese año también fue hecha la primera transmisión de importancia de un juego de béisbol de las ligas mayores, una competencia de fútbol Inter-escolar y una pelea de box profesional. En 1940 las convenciones del partido Demócrata y del Republicano fueron televisadas, con la segunda, hicieron uso por primera vez del cable coaxial para propósitos de retransmisiones a larga distancia.

Mientras tanto, en 1939, el Milwaukee Journal presentó la primera solicitud para transmitir programas de televisión sobre base comercial.

En una audiencia celebrada en 1940, la FCC descubrió que la opinión de la industria estaba dividida en la cuestión de si la televisión estaba lista ya para ser usada comercialmente.

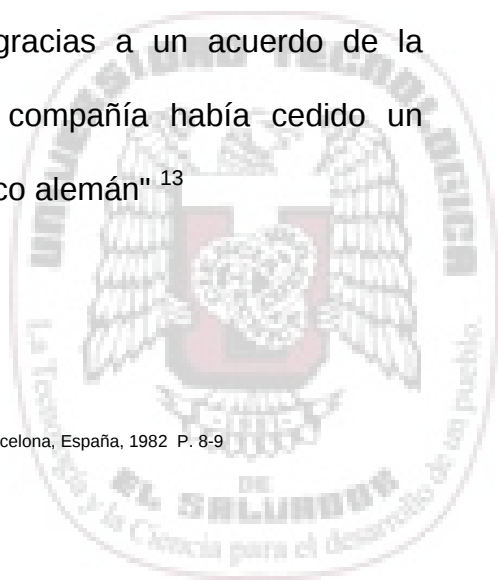
La década de 1930 - 1940 fue testigo del nacimiento de la televisión en los países más avanzados. Gran Bretaña, Alemania, Estados Unidos y, en tono menor, Francia y la Unión Soviética, comenzaron a aplicar todos los inventos acumulados hasta la fecha.



El proceso arrancó con la pugna entre la televisión " mecánica ", basada en el sistema Nipkow y la electrónica, fundada en el tubo de rayos catódicos. Los inicios de esta controversia parecieron dar la razón a la primera. Baird mantuvo sus emisiones en Gran Bretaña hasta el 5 de febrero de 1937, y la Unión Soviética y Francia siguieron también sus pasos. La torre Eiffel se convirtió en soporte de la primera antena francesa que, a partir de diciembre de 1932, transmitía un programa experimental (París Televisión) una hora a la semana, con el sistema Nipkow, y las primeras experiencias públicas de la televisión "mecánica" soviética tuvieron lugar en Moscú a partir del 1º de octubre de 1931.

"Como todo, el gran acontecimiento televisivo de la década de 1930-1940 se produjo en Alemania de Hittler, la transmisión de la Olimpiada de Berlín en 1936. Los programas sólo se vieron en locales públicos, y se calcula que, en sus dieciséis días de emisión fueron presentados por unos ciento cuarenta mil espectadores. En realidad, la televisión Alemana había conseguido montar su propia infraestructura de emisión y recepción gracias a un acuerdo de la Telefunken con la RCA estadounidense: esta compañía había cedido un modelo de iconoscopio a cambio de material técnico alemán" ¹³

13 / Pardo, Fernando y J. Ramón. Esto es televisión. El Nacimiento. Salvat Editores, S.A. Barcelona, España, 1982 P. 8-9



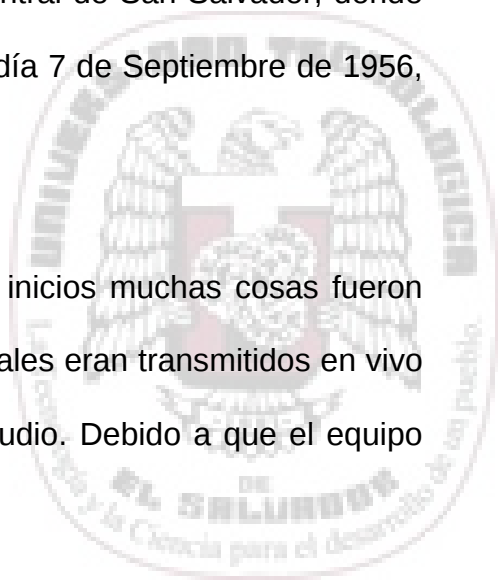
El aparecimiento de la televisión vino a marcar un gran paso en el avance tecnológico de los medios de comunicación. Además, puede decirse que ha sido un aporte a la cultura de los pueblos, pues a través de ella el individuo ha podido intercambiar sus conocimientos.

1.4.1. HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN EL SALVADOR

El salvador nunca se quedó atrás, ya que un grupo de empresarios salvadoreños en 1954, hicieron los arreglos, para adquirir el equipo adecuado de transmisión, y así constituir el primer canal de televisión en el país.

Equipo que consiguieron de segunda mano, con un empresario de Texas de los Estados Unidos, consistía en un transmisor de audio de 250 watts, dos cámaras, dos proyectores y su antena. Contrataría los servicios de un técnico mexicano para instalar el equipo en el Edificio Central de San Salvador, donde se realizó la primera transmisión de televisión, el día 7 de Septiembre de 1956, en El Salvador.

La estación se llamó Y.S.E.B canal 6, en estos inicios muchas cosas fueron improvisadas; la mayoría de programas y comerciales eran transmitidos en vivo desde una pequeña habitación que servía de estudio. Debido a que el equipo

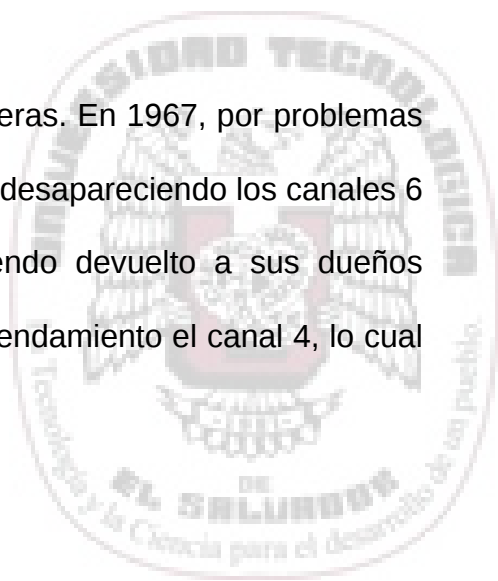


era de poco alcance, las transmisiones se captaban solamente en la capital, a pesar de estas limitaciones la televisión nacional se proyectó en actividades económicas, culturales y políticas. En 1958 apareció una nueva sociedad llamada YSU S.A., que fundó lo que en ese tiempo se llamó uno de los telesistemas más completos y técnicamente avanzados en Latinoamérica.

En 1959, esta sociedad compró el canal 4, que cubría todo el territorio salvadoreño. Para ese entonces, este canal ya contaba con tres estudios de grabación, después de dos años de trabajo, fue arrendado por Telecentro, o sea, Y.S.E.B. Salvadoreña, S.A. y se fusionó con los canales 4, 6 y 8, al mismo tiempo que ésta contrataba los servicios de asesoría técnica extranjera y la tecnología de la American Broadcasting System, ABC de los Estados Unidos.

A final de 1965, apareció la sociedad de canal 2, con un transmisor RCA de 25,000 watts para vídeo y 5,000 watts para audio, independiente de los canales 4, 6 y 8.

Fue el canal 2 el que introdujo las novelas extranjeras. En 1967, por problemas financieros, Telecentro S.A. llegó a la banca rota; desapareciendo los canales 6 y 8, no así el canal 4, ya era arrendado, siendo devuelto a sus dueños originales. Por todos estos problemas tomó en arrendamiento el canal 4, lo cual persiste hasta la fecha.



El 6 de abril de 1973, salió al aire nuevamente el canal 6, su novedad era que por primera vez se iban a transmitir programas a colores.

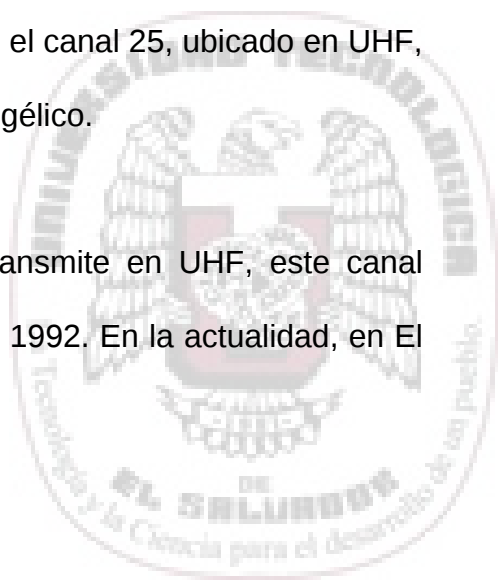
En 1976 se recibieron las primeras transmisiones de comunicaciones o señales vía satélite para la televisión salvadoreña.

Los acontecimientos más importantes de la década de los 70`s se pueden resumir así: nacimiento de la televisión educativa canales 8 y 10, resurgiendo del canal 6, transmisión de la televisión a color; recepción de señal vía satélite y aparecimiento de vídeo-cassette u-matic.

En el año de 1984, se construyó la sociedad de canal 12, S.A de C.V. Iniciando sus operaciones en el mes de diciembre del mismo año. Hoy, en día, esta empresa es manejada por televisora AZTECA de México, cambiando su nombre de canal 12 a TV 12 AZTECA.

En 1986, se autorizó el funcionamiento de canal 19 (YSWX) a la sociedad de vídeos y audio; S.A. a finales de 1991, salió al aire el canal 25, ubicado en UHF, el cual transmite una programación Cristiano-Evangélico.

Canal 21 Megavisión, que al igual que el 25 transmite en UHF, este canal comienza sus pruebas de transmisión a finales de 1992. En la actualidad, en El



Salvador existen más canales de televisión entre los que podemos mencionar canal 17, 33, 67¹⁴.

1.5 GÉNEROS PERIODÍSTICOS. ¹⁵

Los géneros periodísticos pueden clasificarse en tres grupos:

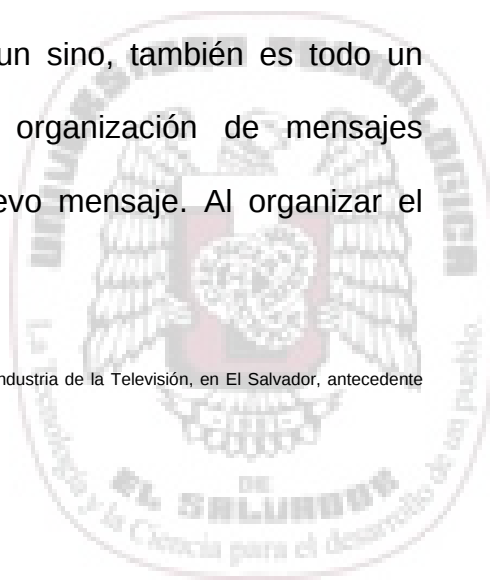
Los géneros cuyo mensajes tienen un propósito informativo y que utilizan la forma expositiva, descriptiva y narrativa. A este grupo pertenecen la nota informativa, la entrevista, la crónica y el reportaje.

Los géneros, cuyo mensaje tiene un propósito opinativo y que usan fundamentalmente la forma argumentativa. A este grupo se integra con los artículos de opinión en sus distintas formas: editorial, artículo de fondo, columna y ensayo.

El género interpretativo, no sólo proporciona al lector antecedentes completos, el alcance y el análisis de los hechos es solo un sino, también es todo un sistema de organización de mensajes, y la organización de mensajes preexistentes se convierte, a su vez, en un nuevo mensaje. Al organizar el

14 /Gómez, Jorge a. Ventura Miguel a " Estudios y Propuesta del sistema contable de la Industria de la Televisión, en El Salvador, antecedente histórico", 1990, San Salvador.

15 / Steinberg, Charles. OP. Cit. Pág. 267-270.



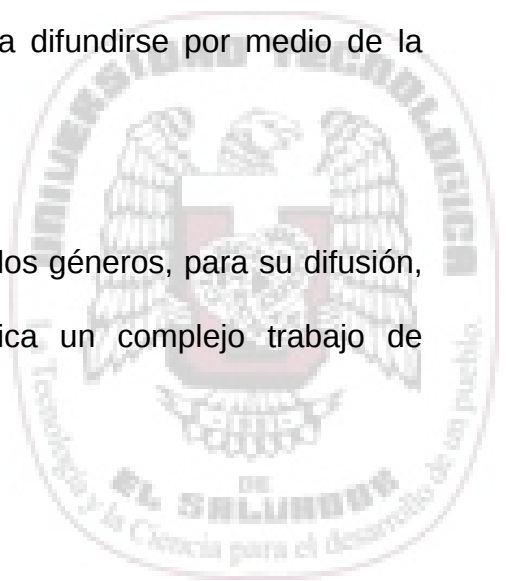
mensaje el medio lo reelabora, lo reformula, imponiendo de este modo su propia categoría o modo de percibir y de interpretar.

En consecuencia, el medio interesa no como sistema de distribución, sino como un sistema organizador de un contenido: los mensajes periodísticos. De acuerdo con este criterio, el medio impone un determinado punto de vista, una forma de percibir los hechos, de elaborar mensajes. (L. Núñez Ladeveze).

Los géneros en prensa son discursos organizados que difieren en lo que toca a estructura y propósito específico de informar, describir, relatar o comentar la noticia.

La aparición de los géneros periodísticos en los medios audiovisuales (radio y televisión) manifiesta una marcada influencia de los géneros escritos para la prensa. Hasta la fecha, los géneros periodísticos en los medios electrónicos carecen de sustancia y forma propia, puesto que son un reflejo, una adecuación de los textos originales escritos, concebidos para difundirse por medio de la prensa.

Sin embargo, cabe mencionar que el traslado de los géneros, para su difusión, del medio impreso al medio audiovisual, implica un complejo trabajo de



adecuación al lenguaje específico del medio y a sus exigencias en relación con el mensaje y de este con el público receptor.

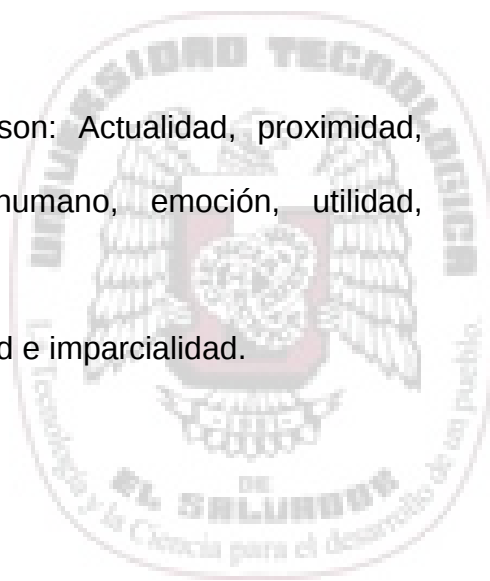
1.5.1 LA NOTICIA

Los teóricos de la información han ideado muchas formas de describir la noticia, algunos de ellos dicen que ésta es todo aquello que el público desee saber, o lo que no sucede ordinariamente y que sí es de gran importancia y relevancia y se da rara vez como un acontecimiento o hecho que tiene gran interés a escala nacional o internacional; así mismo, interés para determinado grupo de personas importantes.

Otra forma de la descripción de la Noticia, es lo referente a un suceso insólito y que sea capaz de generar interés, que supone ser novedad con trascendencia social, pero unido a todo lo mencionado deben estar los hechos que sean actuales, y coyunturales, porque de lo contrario ya no será noticia sino historia.

Los ingredientes fundamentales de la noticia son: Actualidad, proximidad, consecuencias importantes, rareza, interés humano, emoción, utilidad, entretenimiento, diversión y otras.

Entre las cualidades debe tener: brevedad, claridad e imparcialidad.



1.5.2 EL REPORTAJE.

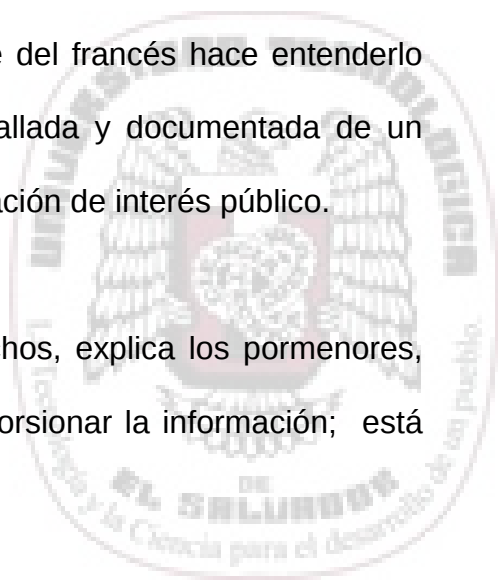
Es el género mayor del periodismo, el más completo de todos en el reportaje caben las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevista, las notas cortas de las columnas, y el relato secuencial de la crónica, lo mismo que la interpretación de los hechos, propia de los textos de opinión.

Más aún, el reportaje se sirve de algunos géneros literarios, de tal manera que puede estructurarse como un cuento, una novela corta, una comedia, un drama teatral etc. Ya que permite al periodista practicar también el ensayo, recurrir a la archivonomía, a la investigación hemerográfica y a la historia.

La versatilidad del reportaje, las diferentes formas que adopta según la clase de asuntos que lo motivan, dificultan el establecimiento de una definición que sintetice y abarque todo lo que significa este género periodístico.

El origen etimológico de la palabra, que proviene del francés hace entenderlo como un relato, un informe, una exposición detallada y documentada de un suceso, de un problema, de una determinada situación de interés público.

El reportaje profundiza en las causas de los hechos, explica los pormenores, analiza caracteres, reproduce ambientes, sin distorsionar la información; está



se presenta en forma humana, atractiva de manera que capte la atención del público.¹⁶

El reportaje es una creación personal, una forma de expresión periodística que además de los hechos, recoge la experiencia personal del autor. Esta experiencia impide al periodista la más pequeña distorsión de los hechos. El periodista en el reportaje es ante todo un informador.

El reportaje puede abordar un suceso noticioso y entonces se asemeja al género noticia; pero, la forma de abordar este suceso establece la diferencia básica. El reportaje sirve para complementar, para ampliar, para profundizar, para dar contexto a una noticia.

1.5.3 EL EDITORIAL.

Es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día, de la semana, quincena o mes, en las revistas. La característica secuencial de este género es que resume la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivos.

¹⁶ /Marín Carlos, Manual de Periodismo, año 1981.



A diferencia de los demás géneros, el editorial no aparece firmado. Sus conceptos son responsabilidad de la empresa periodística, que de esta manera expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.

La elaboración del editorial requiere de periodistas especializados, además una vasta cultura, un amplio dominio del idioma, a fin de que la argumentación de cada uno de sus juicios sea tan sólida como de las conclusiones que pretende imponer.

La función del editorial es analizar y enjuiciar, de acuerdo con sus trascendencias los acontecimientos más importantes del momento, nunca aparece firmado porque representa el pensamiento no solo de quien lo escribe, sino de la empresa en que aparece.

La publicación o el noticiario se responsabiliza social y mundialmente por los juicios que se emiten en el editorial.

El editorial debe ser sustancioso, contundente, afirmativo, penetrante, ágil, convincente, breve y trascendente.



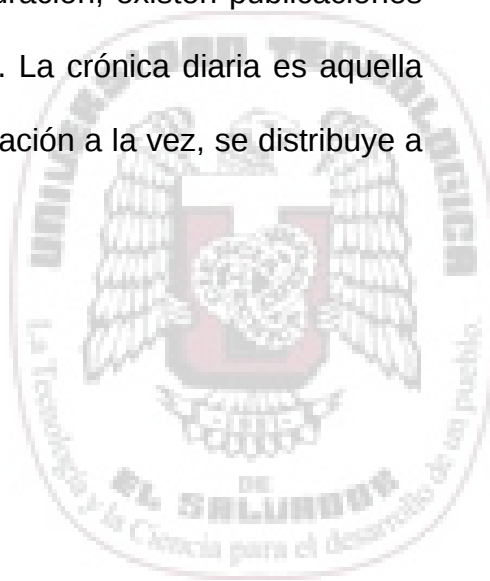
1.5.4 EL ARTÍCULO.

Estos son espacios cortos pero que relativamente han sido investigados que tratan temas específicos, un artículo es más corto que el editorial, pero en ocasiones tiene tanto peso que puede ser igual. Existen artículos y articulistas que se han llegado a convertir en elementos de peso para la sociedad.

Para la producción de un artículo es necesario tener un tema totalmente definido, al mismo tiempo que un tema interesante, con esto se pretende interesar al público lector en dos modalidades; la especializada o cotidiana.

1.5.5 LA CRÓNICA.

Este espacio contempla el seguimiento de un tema. Es de forma dosificada en la exposición de un tema, un problema o un fenómeno de carácter social. La crónica no tiene un tiempo estipulado para su duración, existen publicaciones semanales, mensuales, y en otros casos diarias. La crónica diaria es aquella que por su naturaleza no puede dar toda la información a la vez, se distribuye a lo largo de una semana.



1.5.6 LA ENTREVISTA COMO GÉNERO PERIODÍSTICO

La entrevista se puede considerar como un subgénero de la información básica o noticia; su único objetivo es informar sobre opiniones ¹⁷, dar a conocer ideas o información especial sobre un tema de interés para el público, proveniente de una persona importante o una autoridad reconocida.

Su formato puede ser el de preguntas y respuestas literales, colocadas después de una entrada informativa.

Se considera que la entrevista juega un papel importante, ya que permite poner al entrevistado frente al lector, de manera que este se identifique y sienta que lo que está leyendo es real.

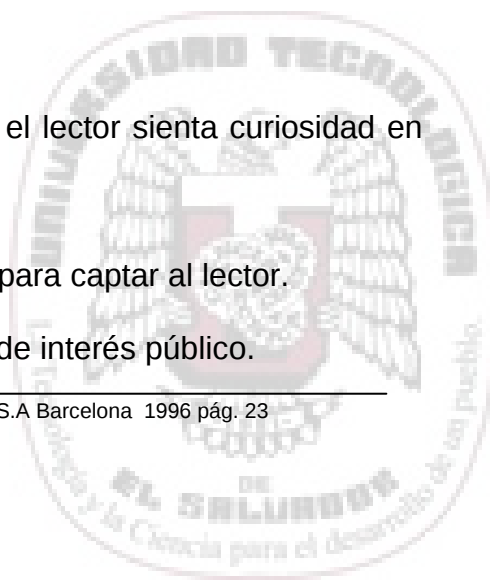
Una entrevista puede tener un gran impacto en el lector si está bien realizada; ya que existen varios factores que ayudan a lograr el objetivo de ésta.

El titular debe llamar la atención, de manera que el lector sienta curiosidad en leerlo.

Las fotografías se convierten en un recurso visual para captar al lector.

Que las entrevistas que en esta se elaboren sean de interés público.

17/ de la Serna Víctor, El Mundo Libro de Estilo, Ediciones temas de Hoy S.A Barcelona 1996 pág. 23



LA ENTREVISTA DIRIGIDA COMO GÉNERO PERIODÍSTICO

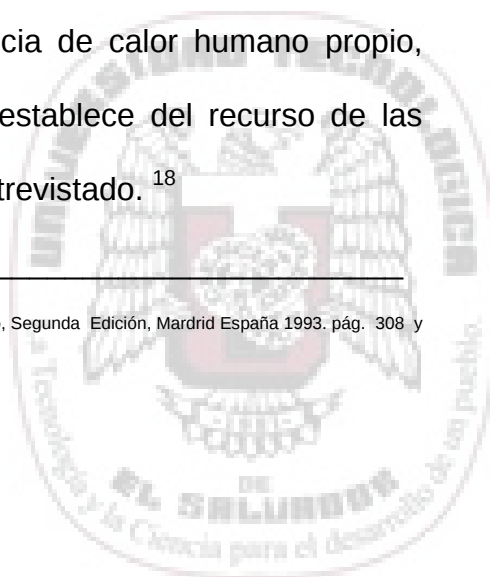
La entrevista es un género periodístico, en el cual se alternan las palabras textuales del entrevistado con descripciones que están bajo la responsabilidad del periodista, este a la vez debe organizar el texto, ordenándolo según la importancia de los temas y reducir las respuestas sin quitarle nada de lo esencial.

Este tipo de entrevista se presenta en párrafos presentados como un relato en tercera persona y se intercalan dentro de las citas hechas con palabras surgidas en el coloquio entre el entrevistado y el entrevistador.

Este genero periodístico puede ser utilizado para presentar conferencias de prensa, encuestas, ruedas de prensa, etc.

Es conveniente mencionar que la entrevista es el género periodístico de mayor aceptación popular, además, posee una apariencia de calor humano propio, nacido de la sensación de inmediatez que se establece del recurso de las palabras, en principio, propias y personales del entrevistado.¹⁸

18/ Martínez Alberto, José Luis, Curso General de Redacción Periodística, Editorial Paraninfo, Segunda Edición, Madrid España 1993. pág. 308 y



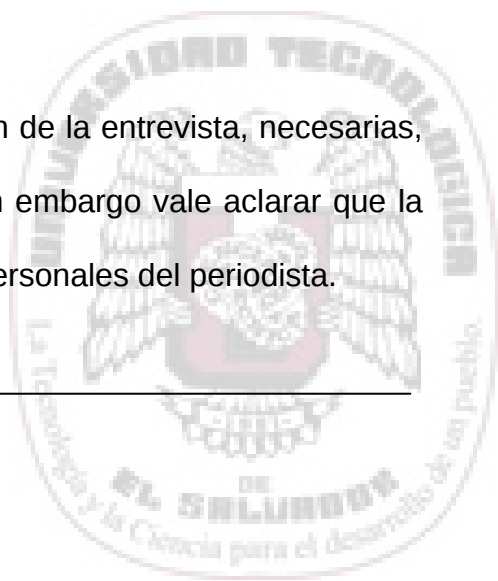
1.5.7 COMO SE PREPARA UNA ENTREVISTA. ¹⁹

- ❑ Se realiza una cita por adelantado, ya sea por teléfono o por medio de una carta.
- ❑ Se establece una hora y un lugar para el entrevistado.
- ❑ Asegurarse de haber entendido perfectamente el objetivo de dicha entrevista.
- ❑ Conocer lo más que se pueda del entrevistado; puesto, logros, opiniones, gustos, disgustos, personalidad.
- ❑ Estudiar a fondo el tema sobre el cual se desarrollará la entrevista, pues el entrevistado al darse cuenta que el reportero está bien informado en el tema habla con más seguridad y fluidez.
- ❑ Elaborar una lista de preguntas en las que el entrevistado esté a cargo de la mayor parte de la plática.

TÉCNICAS DE REALIZACIÓN

Existen normas prácticas o técnicas de realización de la entrevista, necesarias, en el momento de establecer la conversación; sin embargo vale aclarar que la técnica corresponde normalmente a los criterios personales del periodista.

19/ Periodismo Academico, Earl English, Charence Hasch, Edaamex



- Es necesario guiar el diálogo, sin forzarlo; dando la oportunidad al interlocutor de hablar, sabiendo ir intercalando las preguntas que interesan al periodista.
- La conversación debe tener naturalidad, el entrevistador no debe hacer preguntas desconcertantes, ni forzar las situaciones en el coloquio.

En cuanto a la escritura de las entrevistas se refiere el periodista debe ser fiel a las ideas del entrevistado aunque no precisamente a las palabras. Sin embargo, deben respetarse las propias palabras de la persona entrevistada cuando estas tienen un valor esencial, así también es necesario trabajar este género periodístico con espíritu de elegancia moral.²⁰

1.5.8 MODALIDADES DE LA ENTREVISTA

Antes, de hacer mención de cada una de las modalidades que comprende la entrevista; es importante dar a conocer que la verdadera y única entrevista es aquella que esta plenamente justificada, y es a la que denominaremos entrevista de personalidad porque se centra en una persona, no en sus declaraciones.

20/ Martínez Alberto José Luis curso general de periodística editorial Paraninfo, segunda edición, Madrid España 1993, pág. 313

- 1) **Declaraciones:** Esta es aquella en la cual un personaje da declaraciones acerca de un tema que tiene cierto interés colectivo. No es una entrevista exactamente si no una información, que se presenta en forma dialogada.

En estas entrevistas la personalidad del entrevistado apenas aparece en el texto, y varias de estas declaraciones se consiguen con frecuencia a través de un cuestionario que es enviado por escrito o presentado vía telefónica al personaje, pidiendo su contestación.

- 2) **Entrevista de personalidad:** Es en la cual interesa sobre todo la personalidad del entrevistado, se le define como la única y verdadera entrevista.

Una modalidad especial de estas entrevistas es el reportaje biográfico el cual es presentado por las revistas gráfica o por los periódicos en sus suplementos, se basa sobre la vida del entrevistado y utiliza de forma alternativa la narración y el diálogo, sin faltar abundante material fotográfico.

- 3) **Entrevista con fórmulas ya establecidos:** Una de estas fórmulas más conocidas es el famoso “ cuestionario Marcel Proust”, recibe este



nombre porque fue Marcel Proust el primer personaje conocido y famoso a quien se la propuso este cuestionario; es una especie de test psicológico que puede servir para revelar la personalidad de quien lo contesta. Para que este cuestionario tenga dinamismo y atracción es preciso que las respuestas sean sumamente escuetas.²¹

DIFERENTES TIPOS DE ENTREVISTAS.²²

Hay varios tipos de entrevistas. Entre estas están:

Entrevista noticiosa o de información: es aquella que se busca con el fin de obtener información noticiosa.

Los datos que un entrevistado da al reportero puede ser de diferente índole:

- Para que el periodista pueda llegar hasta el hecho noticioso, necesita datos y tips para que pueda seguir la pista de un acontecimiento, para que consiga un documento, para que se ponga en contacto con un personaje.

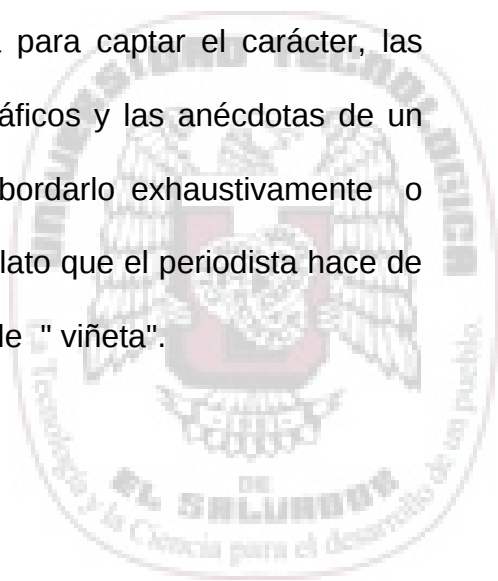
21/ Idem pág. 311

22/ Leñero Vicente, Carlos Marín, Manual de Periodismo Moderno, editorial Grijalbo, México, pág. 91-98

- ❑ Informaciones que proporcionan los encargados de prensa de una dependencia oficial o privada, a los representantes de una organización.
- ❑ Informaciones que solamente ocupan una parte de la noticia y que son el resultado de una entrevista noticiosa que el reportero realiza con testigos presenciales de un hecho, o con personajes que participan directamente en un acontecimiento periodístico.

Entrevista de opinión: Es la que sirve para recoger comentarios, opiniones y juicios personales sobre noticias del momento o sobre temas de interés permanente. Se distingue de la entrevista noticiosa en que el entrevistado da opiniones o juicios en lugar de información, y generalmente sobre algo ya conocido. La noticia de opinión busca difundir lo más actualizado y autorizado que existe sobre asuntos que siempre interesan, problemas nacionales o mundiales que pueden estar o no en el escaparate de la actualidad inmediata.

Entrevista de semblanza: Es la que se realiza para captar el carácter, las costumbres, el modo de pensar. Los datos biográficos y las anécdotas de un personaje. La entrevista de semblanza puede abordarlo exhaustivamente o mirarlo solamente bajo uno de sus aspectos. El relato que el periodista hace de él puede ser una especie de " mural " o una simple " viñeta".



1.5.9 CLASIFICACIÓN DE LA ENTREVISTA.

Atendiendo el número de personas que intervienen en una entrevista, la conversación periodística se clasifica en:

- ❑ **Entrevista propiamente dicha:** diálogo entre un entrevistado y un entrevistador.
- ❑ **Entrevista colectiva o de prensa:** conversación entre uno o más entrevistados con varios entrevistadores. Por lo general se trata de entrevistas noticiosas.
- ❑ **Encuestas:** entrevista de opinión que realiza un entrevistador con varios entrevistados, interrogándolos sobre un mismo tema. Se pretende pulsar la opinión pública, ofrecer una muestra de lo que piensan representantes de diferentes sectores sociales.

1.6 LA IDEOLOGÍA Y LOS SISTEMAS POLÍTICOS.

Cuando en un país existe apertura política y/o pluralismo ideológico, permite a la ciudadanía participar en la formación del proceso democrático de una forma libre y abierta, de ese país o nación. Lo anterior implica que la sociedad adopte



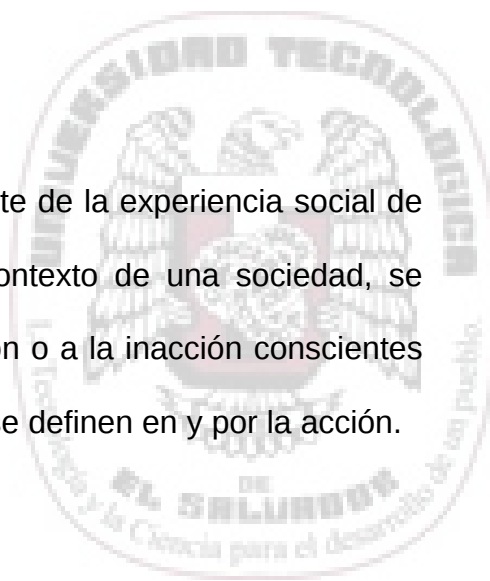
deberes que se consideran de obligado cumplimiento por parte de sus gobernantes y gobernados.

Es importante mencionar que un sistema político está íntimamente relacionado con la ideología, lo que Segundo Montes define como fenómenos compatibles, ya que son sostenidos por colectividades (como los partidos políticos) y, contribuyen a un fin determinado.

1.6.1 GENERALIDADES.

Las ideologías presuponen la organización total de la sociedad, su complejidad, su división del trabajo, su diferenciación en clases y otros aspectos importantes cuyos componentes se ubican y actúan de diferente manera en la estructura social, de poder y en el proceso histórico. Compiten por recursos escasos, tienen distintos intereses, fines y enfoques de la realidad. Se enfrentan en conflictos antagónicos y lucha de todo tipo. No son atribuibles ni a individuos aislados ni a la sociedad como un todo.

Las ideologías proveen una organización coherente de la experiencia social de los grupos, clases y de sus miembros, en el contexto de una sociedad, se orientan a la operación y manipulación, a la acción o a la inacción conscientes para el logro de fines continuos. Se configuran y se definen en y por la acción.

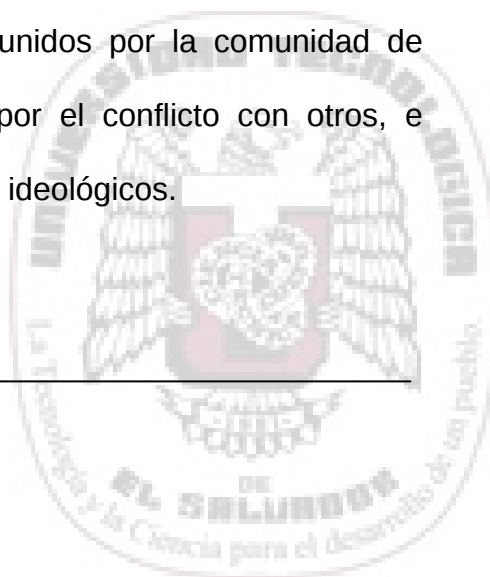


Permiten a los seres humanos ver, identificar y comprender claramente sus intereses y objetivos que surgen de su ubicación en la división social del trabajo y de su explotación del mundo, según el punto de vista marxista. Expresar esos intereses, tal como se los perciben, darles significado, forma, respetabilidad y defenderlos con eficacia, es su función principal.

Permite, también, a los seres humanos comprender, describir y dar sentido a los acontecimientos y al mundo, explicar por qué los seres humanos responden a los unos y al otro como lo hacen. No contrastan ni se contraponen con la realidad y el sentimiento común, ni son descripciones disfrazadas del mundo y definiciones del sentido común, que se formulan desde puntos de vista específicos contrapuestos y en situaciones particulares y relativas de la sociedad y de la historia.²³

Las ideologías se identifican con los grupos o las clases que las expresan y adoptan, ya que proveen focos estables para la formulación y la difusión de ideologías. La división del trabajo crea grupos unidos por la comunidad de situaciones, papeles, intereses, experiencias y por el conflicto con otros, e impulsa así la definición de los grupos en términos ideológicos.

23/ Marx Karl, Engel, La Ideología Alemana. Edición Grijalbo. España 1970



1.6.2 LA IDEOLOGÍA.

Según Hans Barth, la palabra ideología procede de la época de la revolución Francesa. Fue creada por Antoine Desturr de Tracy, como designación de una disciplina filosófica destinada a formar la base de todas las ciencias. Sin embargo, cuando Francia pasó paulatinamente de República Democrática a la Autocracia despótica, los conceptos ideología e ideólogo adquirieron un significado despectivo y hasta desdeñoso, cuyo origen está en la calumniosa imputación de Napoleón Bonaparte de que la ideología es el producto de una actitud teórica que no concuerda con la realidad; es decir, con la realidad político-social. Sin embargo, si la ideología estuviera alejada o divorciada de la realidad, difícilmente existiría una razón plausible para el odio con que Bonaparte la persiguió, pero, según los estudiosos, la ideología, como teoría, guardaba una relación precisa con la práctica política concreta.²⁴

En la actualidad, ese concepto mantiene el carácter de un insulto y una acusación. Todavía Spengler, que también admiraba el gesto del hombre fuerte, distinguía entre el hombre de acción y el teórico.

24/ Hans Barth, Verdad e Ideología, Fondo de Cultura Económica, México, 1951. pág. 50.



1.6.3 FUNCIONES DE LA IDEOLOGÍA

El término ideología es usado de muy diferentes maneras para expresar realidades a veces muy distintas.

Hay dos concepciones fundamentales sobre la ideología: una de tipo funcionalista y la otra de tipo marxista.

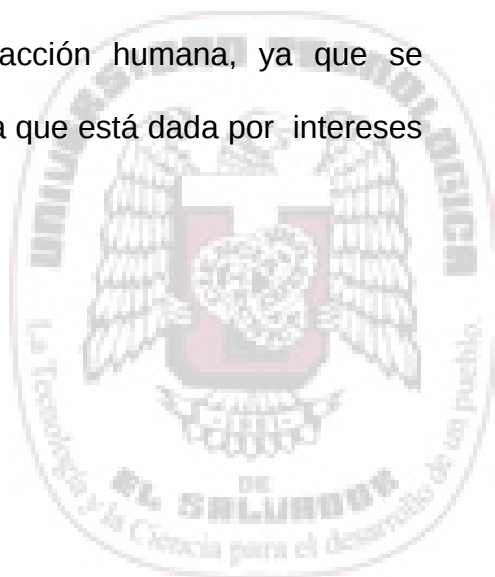
La concepción funcionalista supone que la sociedad es un sistema coherente y unitario, regido por un sistema único de valores y normas, en la que el sujeto actúa principalmente como individuo.²⁵

La visión marxista sostiene encuentra que la sociedad se configura por el conflicto entre grupos con intereses contrapuestos y que el individuo es fundamentalmente porque representan su clase social.²⁶

La ideología es un elemento esencial de la acción humana, ya que se constituye por referencia a una realidad significada que está dada por intereses sociales determinados.

25/ Althusser. L. Ideológica y aparatos Ideológicos de Estado. La pensée Jjunio 1970

26/Idem.



Es por ello que se ha afirmado que la ideología cumple con una serie de funciones, las cuales son:

- ❑ Ofrecer una interpretación de la realidad.
- ❑ Suministrar esquemas prácticos de acción.
- ❑ Justificar el orden social existente.
- ❑ Legitimar ese orden como válido para todos, es decir, dar categoría natural a lo que es simplemente histórico.
- ❑ Ejercer en la práctica la relación de dominio existente y
- ❑ Reproducir el sistema social establecido.²⁷

1.7 SISTEMA POLÍTICO DE EL SALVADOR.

El Sistema Político de El Salvador ha ido desarrollándose hasta constituirse en un Sistema Pluralista, según lo confirma la Constitución de la República en su art. 85. Señala que tal pluralismo se expresa por medio de los partidos políticos, los cuales son “el único instrumento para el ejercicio de la representación del pueblo dentro del Gobierno”.²⁸

27/ Martín Baró, Acción e Ideología. Editorial UCA. Quinta Edición . 1992

28/ Ulloa Felix, El financiamiento político de los partidos políticos S/F.



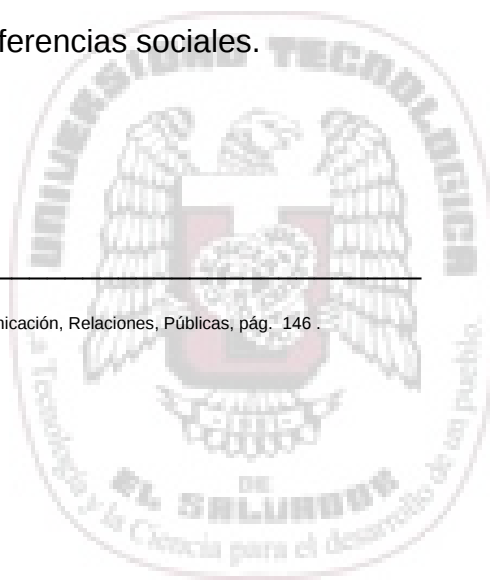
También, el Acuerdo de Paz, firmados en México en 1992, dio pauta para que se desarrollen nuevas tendencias ideológicas.

Este sistema está regido por el Sistema Electoral, que es el medio que utilizan los países democráticos para elegir popularmente a sus representantes, como se establece en los artículos 6,7 y 72 de la Constitución Política de El Salvador.

Mario Herreos Arconada²⁹ manifiesta al respecto que: “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”.

El aspecto más importante, en cuanto al pluralismo político en El Salvador, es el hecho de que los partidos políticos están enmarcados cada uno por una corriente ideológica diferente, la que los caracteriza, y de ahí que existen muchas tendencias que podrían ser la causa de diferencias sociales.

29/ Herreos Arconada Mario, “Teoría y técnica de la propaganda electoral”. Colección, Comunicación, Relaciones, Públicas, pág. 146 .

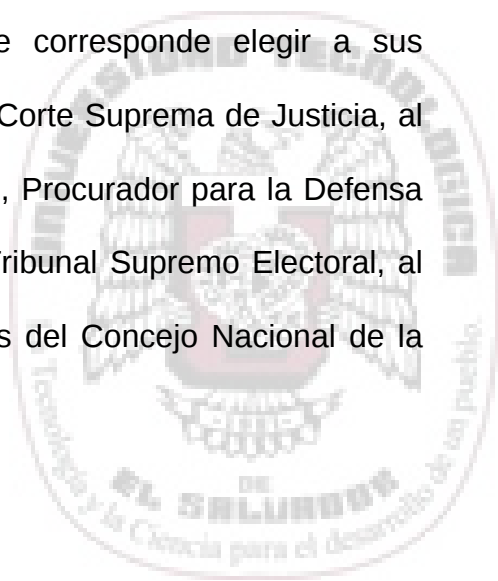


La constitución de la República de El Salvador utiliza los sistemas electorales directo e indirecto.

El primero se llama directo porque el cuerpo electoral, en una forma directa, al sufragar elige a sus representantes en los cargos de Presidente de la República, Diputados a la Asamblea Legislativa, Alcaldes y demás miembros de los Concejos Municipales.

Para que esto sea posible los partidos políticos deberán presentar una planilla de propuesta de las personas que optarán a ocupar cargos de elección popular. Así, cuando el ciudadano emite su voto lo hace por la planilla propuesta, mostrando su acuerdo con ésta.

Al sistema indirecto, se le llama de esta manera porque el sistema de elección no se ejerce en forma directa por el ciudadano, sino que a través de sus representantes, en quienes ha sido delegada la potestad de Gobernar, como por ejemplo: Al Presidente de la República le corresponde elegir a sus ministros. Mientras que a Los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia, al Presidente y Magistrados de la Corte de Cuentas, Procurador para la Defensa de los Derechos Humanos, a los miembros del Tribunal Supremo Electoral, al Fiscal General de la República, y a los miembros del Concejo Nacional de la Judicatura, los elige la Asamblea Legislativa.



Este es uno de los criterios que la Constitución de la República utiliza para clasificar el sistema electoral, no obstante, existen otros como el Sistema uninominal y plurinominal, que hacen referencias a la extensión territorial. En el primer caso se hacen subdivisiones pequeñas, donde cada una tiene su representante, pero sólo uno puede ser electo. En el otro sistema, cada votante emite el voto por la lista de partido político de su preferencia, sea o no miembro del mismo. La legislación salvadoreña utiliza el sistema uninominal para la elección de Alcaldes y Municipales y el de lista para las demás autoridades de elección popular.

Un tercer criterio es el llamado mayoritario, en el que él elector vota por tantos candidatos como cargos a llenar, proclamándose a quienes obtengan la mayor cantidad de sufragios. Este sistema tiene el inconveniente de dejar sin representación a las minorías, inclusive cuando este tenga la mitad menos uno de los votos emitidos, se utiliza para la elección de un solo funcionario como el Presidente de la República, Alcaldes y Diputados, pero este sistema no presupone la presencia de un solo partido en la Asamblea y el Sistema minoritario, que se encamina a dar representación por lo menos a una minoría, es decir, a la que siga en números de votos a la mayoría con el fin de crear un equilibrio en las decisiones dentro de la Asamblea.³⁰

³⁰ /Santeliz, Ana Mirian, Incidencia de los comentarios vertidos en los reportajes televisivos noticiosos en la toma de decisión del pueblo salvadoreño a la hora de emitir el voto. Julio 1997.

Los organismos electorales que contempla nuestra legislación son:

- 1- El Tribunal Supremo Electoral, como Organismos Colegiado.
- 2- Las juntas Electorales Municipales
- 3- Las juntas Electorales Departamentales
- 4- Las juntas receptoras de votos (Art.54 código Electoral página 24).

1.8 EL TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL (TSE)

El Tribunal Supremo Electoral (TSE) surgió en 1992 a raíz de la firma de los acuerdos de paz, entre el Gobierno y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), con lo que se le puso fin a doce años de guerra civil. ³¹

El Tribunal Supremo Electoral es la autoridad máxima en materia electoral, TSE, es un organismo con plena autonomía jurisdiccional administrativa y financiera en materia electoral y, por consiguiente, no supeditado a organismo alguno de Estado (art. 56 Código Electoral).

31/ Beldaña, María José, Dpto de promoción institucional. (TSE)



Las reducciones que el Tribunal Supremo Electoral pronuncie, en el ejercicio de sus atribuciones, serán de acatamiento forzoso para las autoridades civiles, militares, partidos políticos y ciudadanos a quienes se dirige y su incumplimiento les hará incurrir en responsabilidad. (Art. 57 Código Electoral)

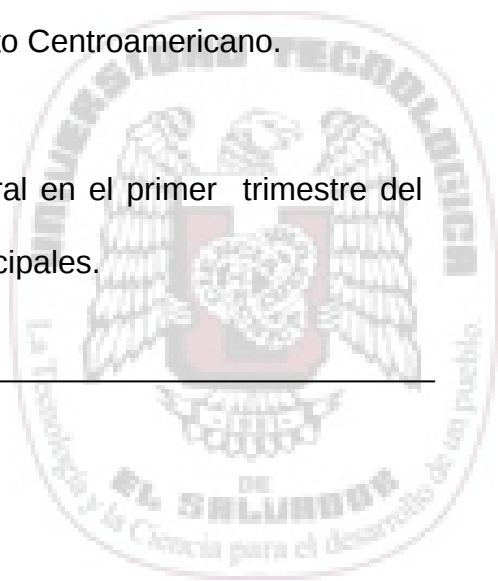
Hasta la fecha el TSE ha realizado cuatro eventos electorales. El primero de ellos, en 1994, con las elecciones Presidenciales, de diputados a la Asamblea Legislativa; Parlamento Centroamericano y elecciones de Concejos Municipales, cabe mencionar que este fue el primer proceso y evento en el que participó el FMLN como fuerza política.

El segundo evento se llevó acabo en 1997, con elecciones de Diputados y Concejos Municipales; el tercer se realizó en 1999, para elegir a Presidente y Vice- Presidente.³²

El cuarto evento fue realizado para elegir, nuevamente, Concejo Municipal, Diputados a la Asamblea legislativa y al Parlamento Centroamericano.

Además, se desarrollará un quinto evento electoral en el primer trimestre del año 2003, para elegir Diputados y Concejos Municipales.

³²/ Idem



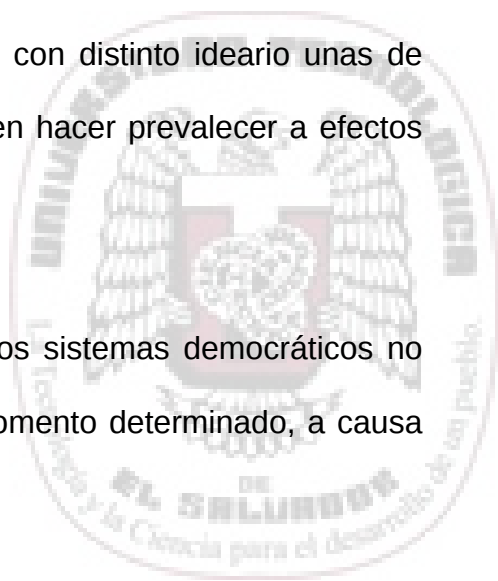
1.8.1 LOS PARTIDOS POLÍTICOS.

Los partidos políticos articulan demandas de la sociedad, o de los grupos sociales. Esta función es cumplida en gran parte a través del proceso eleccionario. Por una parte, los candidatos o postulantes deben percibir los problemas de sus electores, debido a lo cual las campañas se orientan preferentemente a este fin; por otra parte, el otorgamiento de preferencias del electorado a los partidos políticos les indica a estos la cercanía entre sus ideas y programas con los problemas que los electores aspiran a que sean resultados en el sistema político.

Según el sociólogo Max Weber, el partido político: “ es una asociación dirigida a un fin deliberado. Esta definición pone de relieve el carácter asociativo del partido, la naturaleza de su accionar, que se dirige esencialmente a la conquista del poder político”.

Es decir, son las agrupaciones de personas que con distinto ideario unas de otras, sostienen opiniones políticas que pretenden hacer prevalecer a efectos de la orientación y la gobernación del Estado.

Los partidos políticos son esenciales dentro de los sistemas democráticos no solo para ejercer la función gubernativa en un momento determinado, a causa



de representar a la mayoría o a las minorías del país, sino porque las agrupaciones no gubernamentales ejercen desde la oposición una fiscalización de los actos de los gobernantes.

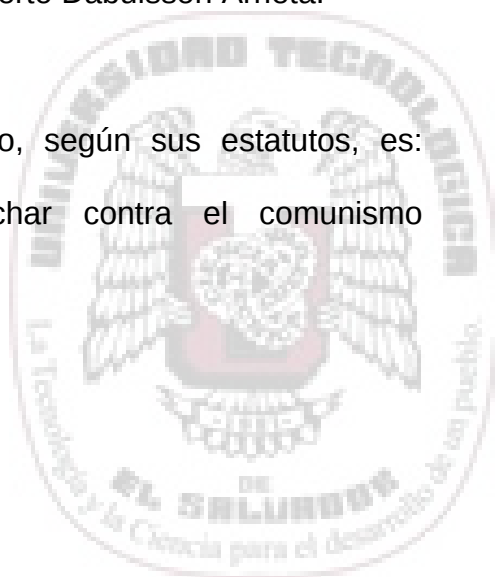
Partidos Políticos de El Salvador y sus Ideologías.

En este apartado se han incluido los once partidos políticos legalmente inscritos sin orden especial de aparición, además, se presentan objetivos y estatutos que reflejan la identidad ideológica de partidos y el origen histórico de cada uno de ellos.

1.8.1.1 PARTIDO ALIANZA REPUBLICANA NACIONALISTA (ARENA)

EL partido ARENA fue fundado el 30 de septiembre de 1981, entre sus principales fundadores se encuentra el mayor Roberto Dabuisson Arrieta.

Uno de los objetivos fundamentales del partido, según sus estatutos, es: “defender las tradiciones occidentales y luchar contra el comunismo internacional”.



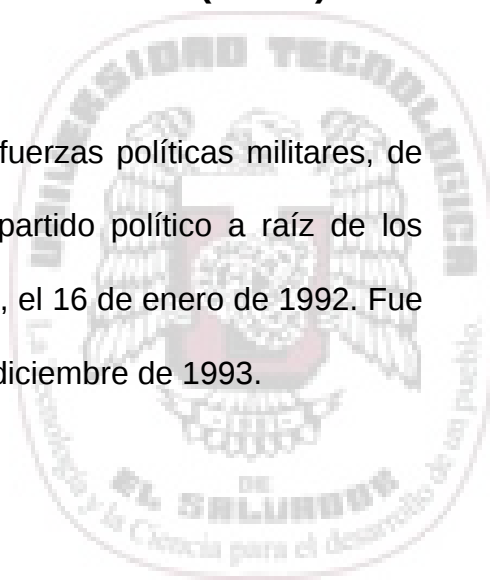
Se pronuncia por la democracia como el sistema político de la nación, residiendo este en la soberanía del pueblo, expresado mediante el libre ejercicio del sufragio.

ARENA, dice ser una institución política, de carácter permanente, constituida por salvadoreños que defienden el sistema de gobierno democrático, republicano y representativo; además defiende el sistema económico y social de libre empresa.

El partido ARENA promulga la ideología nacionalista y se mantiene en el gobierno desde 1989, siendo su primer presidente el Licenciado Alfredo Félix Cristiani, quién firmó la paz con la ex-guerrilla, con lo que finaliza la guerra civil en El Salvador.

1.8.1.2 PARTIDO FRENTE FARABUNDO MARTÍ PARA LA LIBERACIÓN NACIONAL (FMLN)

El FMLN nació en 1980, de una agrupación de fuerzas políticas militares, de naturaleza revolucionaria, y se consolidó como partido político a raíz de los acuerdos de paz. Firmado en Chapultepec México, el 16 de enero de 1992. Fue inscrito en el Tribunal Supremo Electoral el 14 de diciembre de 1993.



Uno de sus principios fundamentales es “construir una democracia política participativa en la que los ciudadanos puedan disfrutar de todas las libertades políticas y ejercer sus derechos.

1.8.1.3. PARTIDO DEMÓCRATA CRISTIANO (PDC)

El PDC fue fundado como partido político el 25 de noviembre de 1960, entre. Sus fundadores, estuvo el Ingeniero José Napoleón Duarte.

Se inscribió ante el consejo central de elecciones como partido político el 6 de septiembre de 1962. En 1984, él Ingeniero Duarte ganó la presidencia de la República.

Los objetivos principales del partido Demócrata Cristiano se basan en lo político, económico, administrativo, social, educacional e internacional, inspiración que se fundamenta en los principios democracia y del pensamiento revolucionario social cristiana³³.

33/ Bendaña María José, Departamento de Promoción TSE. S/F



1.8.1.4 PARTIDO DE CONCILIACIÓN NACIONAL (PCN)

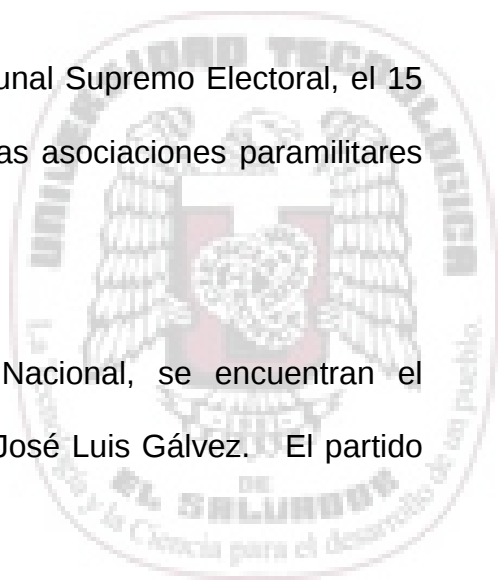
El Partido de Conciliación Nacional fue fundado en el mes de septiembre de 1961, por el Coronel Julio Adalberto Rivera. De ideología nacionalista y democrática, se pronuncia por una transformación constante de las estructuras económicas-sociales del país para beneficio del hombre y de la sociedad salvadoreña. El partido tiene como objetivo primordial alcanzar y mantener el poder político a través del sufragio popular.

El partido tiene como objetivo primordial alcanzar y mantener el poder político a través del sufragio popular. Estuvo en el poder desde 1962 hasta 1979.

1.8.1.5 PARTIDO ACCIÓN NACIONAL (PAN)

El Partido Acción Nacional, fue inscrito en el Tribunal Supremo Electoral, el 15 de noviembre de 1999, sus bases sociales son las asociaciones paramilitares fundamentalmente.

Entre sus fundadores del partido de Acción Nacional, se encuentran el Licenciado Gustavo Rogelio Salinas y el señor José Luis Gálvez. El partido



apoya la consolidación de la democracia y la garantía plena de los derechos humanos.

1.8.1.6 PARTIDO ACCIÓN POPULAR (AP)

Surge bajo la influencia del pensamiento del partido Demócrata Cristiano y se define a favor de las grandes mayorías.

Tres de sus principales objetivos, según sus estatutos son:

Acelerar el proceso de desarrollo político

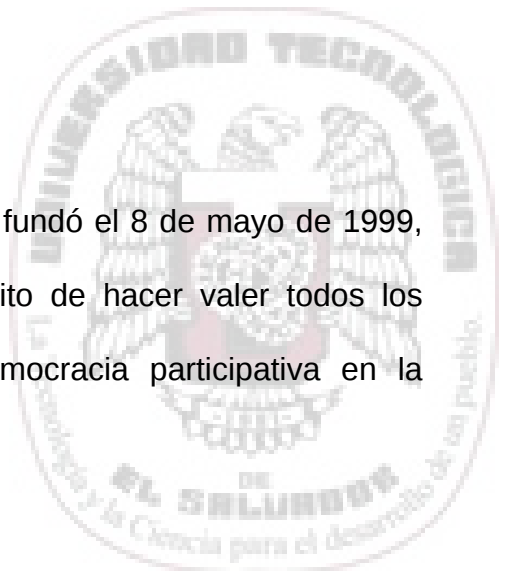
Democracia Participativa

Justicia Social

Es un sistema democrático de carácter pluralista.

1.8.1.7 PARTIDO FUTURO, ESFUERZO Y FORTALEZA (FUERZA)

El partido futuro, esfuerzo y fortaleza (fuerza), se fundó el 8 de mayo de 1999, por el publicista Mauricio Meyer, con el propósito de hacer valer todos los valores del ser humano constituyendo una democracia participativa en la



República a través de una plena vigencia de sus instituciones; de un respeto a sus derechos inalienables.³⁴

El partido tiene como lema: “ El Salvador no tiene retroceso”.

1.8.1.8 PARTIDO SOCIAL DEMÓCRATA

Nació el 30 de agosto del 2000, su fundador el Licenciado Jorge Antonio Meléndez.

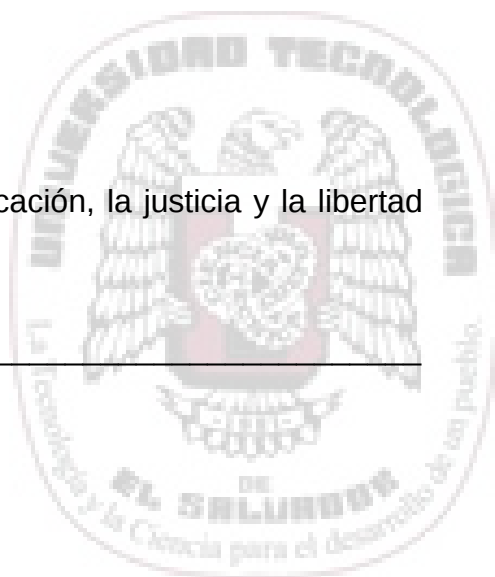
El PSD considera que todo ser humano expresa su actividad a través de la contemplación el pensamiento el trabajo, la recreación y el sentimiento, es una organización política de orientación socialdemócrata.

Sus principios fundamentales son:

- ❑ La democracia representativa, pluralista y participativa.
- ❑ Defiende la soberanía nacional y rechaza la intervención extranjera que la vulnere.

El lema del partido es: “por la solidaridad, la educación, la justicia y la libertad en El Salvador”.

34/ Bendaña María José, Departamento de Promoción TSE. S/F



1.8.1.9 PARTIDO CENTRO DEMOCRÁTICO UNIDO (CDU)

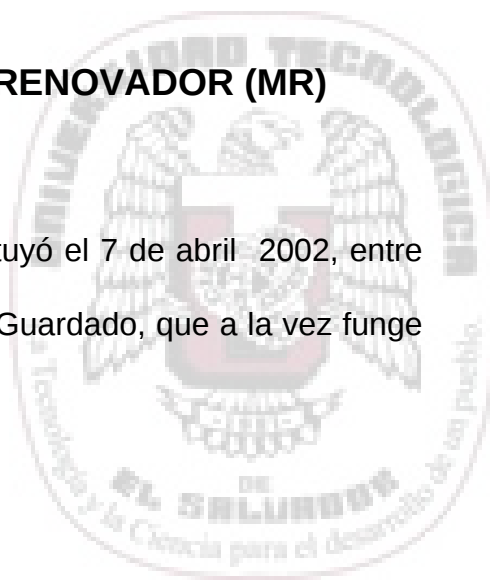
El Centro Democrático Unido (CDU) es un partido político que surge como alternativa ante la polarización que vive nuestra sociedad, dicen sus estatutos.

Estará orientado por los principios ideológicos de la Social Democracia, entendiendo como tal la corriente de pensamiento político que tiene sus raíces en la corriente social demócrata y que busca el más alto grado de justicia en la sociedad.

El Centro Democrático Unido (CDU) tiene como objetivo la toma del gobierno a través de procesos electorales y en consecuencia hacer del Estado un instrumento de transformación de la sociedad, entre sus fundadores se encuentra el señor Rubén Zamora.

1.8.1.10 PARTIDO MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)

El partido Movimiento Renovador (MR), se constituyó el 7 de abril 2002, entre sus principales fundadores esta el señor facundo Guardado, que a la vez funge como presidente del partido.



Es un partido de izquierda democrática, regido por principio fundamentales: Igualdad, Libertad, Responsabilidad y solidaridad.

Impulsar un proyecto político de izquierda democrática es su principal objetivo.

1.8.1.11 PARTIDO POPULAR REPUBLICANO (PPR)

El Partido Popular Republicano (PPR) fue fundado el 16 de diciembre de 2001. la dirigencia del Partido Popular Republicano está bajo la responsabilidad de Mercedes Gloria Salguero Gross, Presidenta y fundadora.

El PPR, fue notificado como partido político ante el Tribunal Supremo Electoral (TSE), el 19 de septiembre de 2002.

Su fin fundamental es la equidad entre el hombre y la mujer incorporando una perspectiva de género.

1. 9 ENTREVISTAS, SISTEMA POLÍTICO E IDEOLOGÍA.

Próximos a celebrar un nuevo evento electoral, con el objeto de designar a los nuevos integrantes de la Asamblea Legislativa y los gobiernos locales de todos



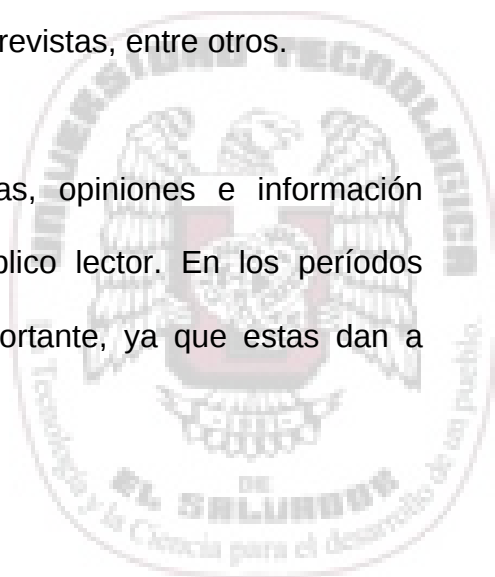
los municipios de la República, es pertinente mencionar que los medios escritos son un instrumento político y comercial, difusores de ideologías que incide de alguna manera, en las conductas y actitudes de los lectores.

Por lo general, sus tendencias casi siempre están orientadas a reforzar los valores ideológicos del sistema político de un país, también cabe señalar que existe la prensa que cuestiona, crítica y plantea posiciones para promover cambios sociales.

Sin embargo, no se puede pasar por alto que el funcionamiento de algunos periódicos está sujeto a las relaciones económicas dominantes.

En el país existen varios periódicos, pero son cinco los más importantes: La prensa Gráfica, El Diario de Hoy, El Co Latino, El Mundo, y El Más. Estos periódicos ofrecen al lector una variedad de espacios informativos entre ellos se puede mencionar: las noticias nacionales e Internacionales, los editoriales, los artículos de opinión, reportajes, suplementos y entrevistas, entre otros.

Las entrevistas aportan en sus mensajes ideas, opiniones e información especial sobre un tema de interés para el público lector. En los períodos electorales; las entrevistas juegan un papel importante, ya que estas dan a

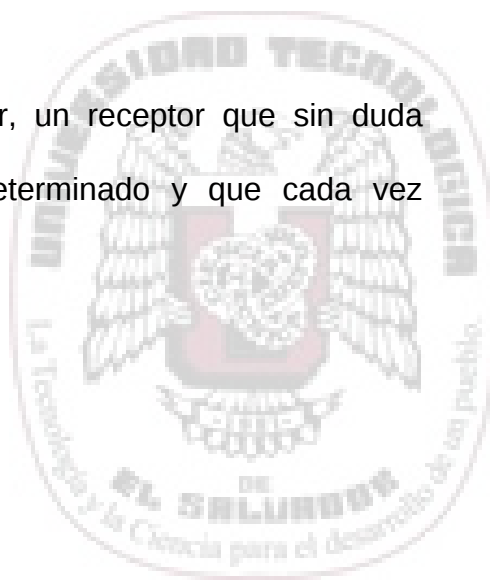


conocer un poco más a los personajes políticos y muchas veces está acción no está libre de las influencias políticas o ideológicas que comulgan los medios.

Al difundir determinadas posturas ideológicas, los periódicos se convierten en un eje importante en la manipulación de las conciencias. Esto quiere decir que si en la actualidad los periódicos son instrumentos de reproducción ideológica del sistema político del país, ello se debe a los intereses económicos, e ideológicos y como todo instrumento, lo que haga bueno o malo, impositivo o democrático, es algo que se debe atribuir a las manos y cerebros de quienes los elaboran.

Un ejemplo de ello es que en toda entrevista hay un emisor, en este caso, los personajes políticos (entrevistados); regidos por una doctrina que al realizarles interrogantes del interés del medio o de quien entrevista, el entrevistado envía una serie de mensajes encaminados a plantear la visión actual de los problemas y su manera de trabajar al alcanzar el poder.

Por supuesto, en este proceso hay un receptor, un receptor que sin duda alguna está inmerso en un contexto social determinado y que cada vez adquiere mayores niveles de conciencia.



CAPITULO II

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

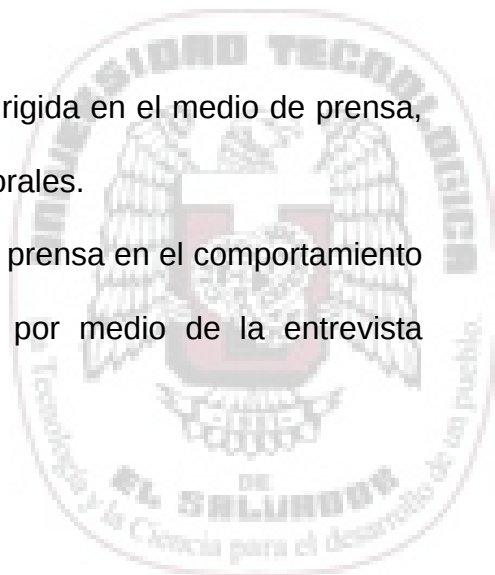
2 SISTEMA DE OBJETIVOS.

2.1 OBJETIVO GENERAL.

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

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

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



2.3 HIPÓTESIS.

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

2.3.1 VARIABLES.

2.3.1.1 Variable Independiente.

La afinidad ideológica política de los medios de comunicación.

2.3.1.2 Variable Dependiente

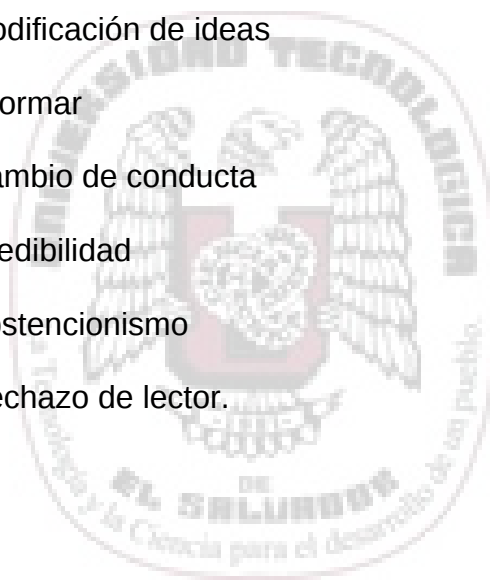
Preferencias electorales de la población salvadoreña.

Indicadores V.I.

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

Indicadores V.D.

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



2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

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

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

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



Para lograr lo anterior se evaluaron los siguientes aspectos:

2.4.1 UNIDAD DE ANÁLISIS.

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

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

2.4.2 SUJETO DE ANÁLISIS.

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

2.4.3 UNIVERSO.

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



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

2.4.4 MUESTRA.

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

FÓRMULA:

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

EN DONDE:

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



SUSTITUYENDO:

n= ?

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

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

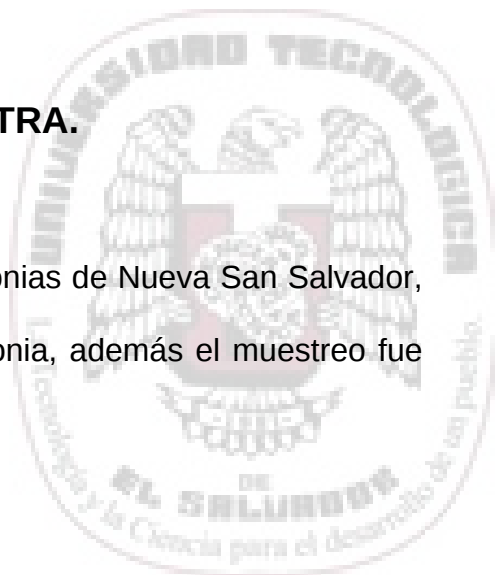
$$n = \frac{4915902.4}{3199.1237+0.9604}$$

$$n = 1536$$

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

2.4.5 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.

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



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

2.4.6 INSTRUMENTO.

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

2.4.7 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

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



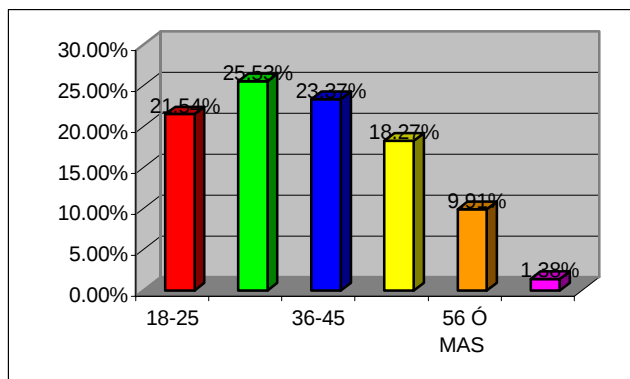
2.4.7.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN PÚBLICA SALVADOREÑA, (CIOPS).

CLASIFICACIÓN POR EDAD

OBJETIVO:

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

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



INTERPRETACIÓN:

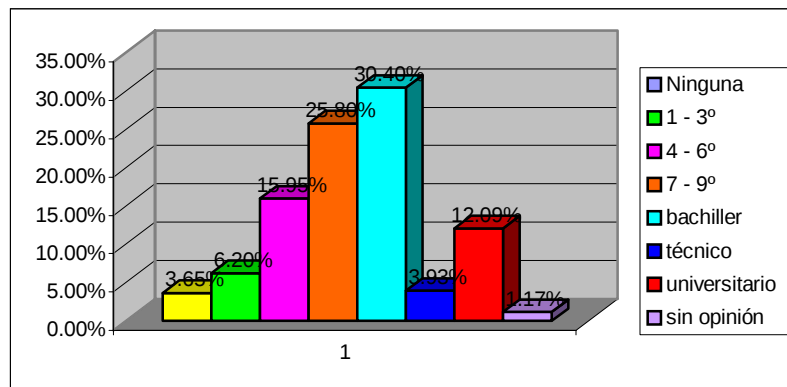
Las personas entre 26 y 35 años representan el 25.53% porcentaje más alto, mientras que más del 23.% tienen un rango de edad de 36 a 45 años.

CLASIFICACIÓN POR PROFESIÓN

OBJETIVO:

Determinar el nivel académico que tienen los lectores de entrevistas.

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



INTERPRETACIÓN:

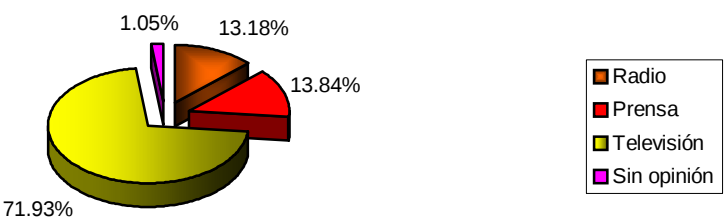
El 30.4% pertenece al sector de bachillerato, mientras que el 25.8% esta representado por las personas de tercer ciclo de educación media y un 15.95% lo ocupan las personas de educación básica, y solamente un 12.09% representa el nivel universitario.

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

OBJETIVO

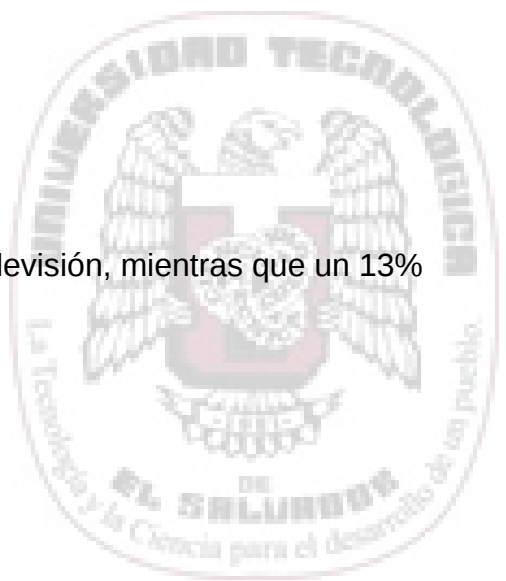
Identificar el medio de comunicación que alcanza mayor preferencia en el público.

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



INTERPRETACIÓN

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

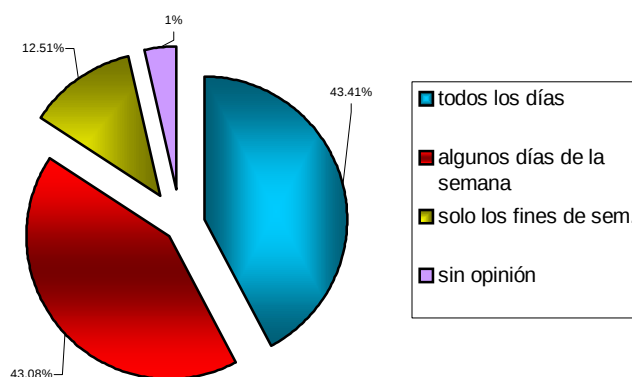


2. ¿Con qué frecuencia lee los periódicos?

OBJETIVO:

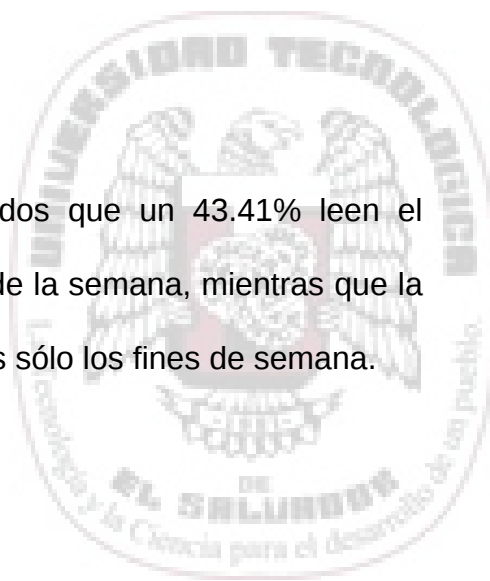
Conocer con que periodicidad la población utiliza el medio escrito para informarse

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



INTERPRETACIÓN:

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

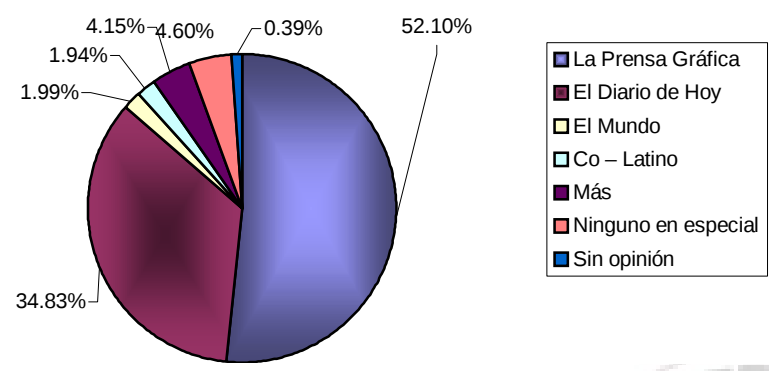


3. ¿Cuál es el periódico de su preferencia?

OBJETIVO:

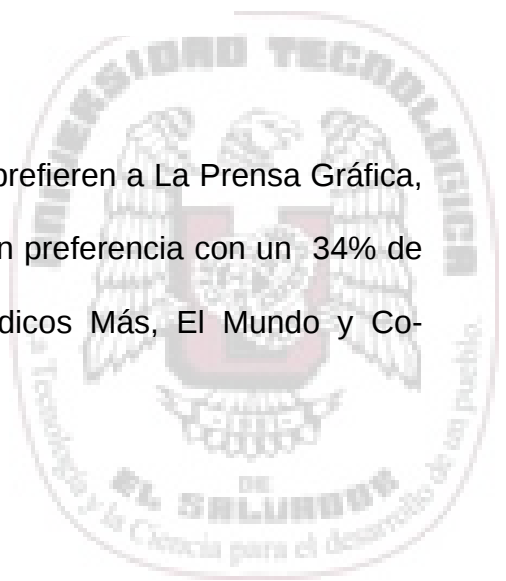
Descubrir que periódico es el preferido por la población.

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



INTERPRETACIÓN:

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

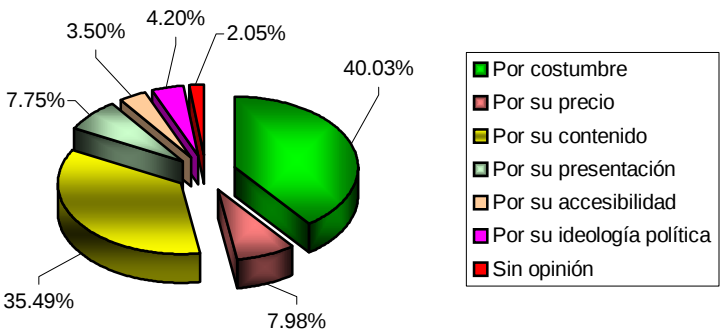


4. ¿Por qué lo prefiere?

OBJETIVO:

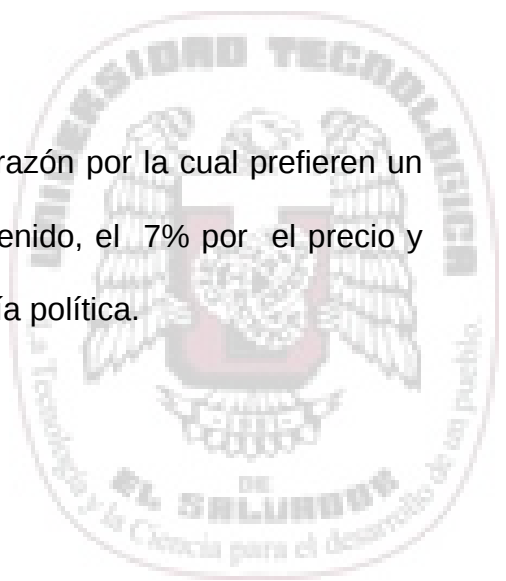
Conocer el aspecto más sobresaliente porque la población prefiere un periódico.

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



INTERPRETACIÓN

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



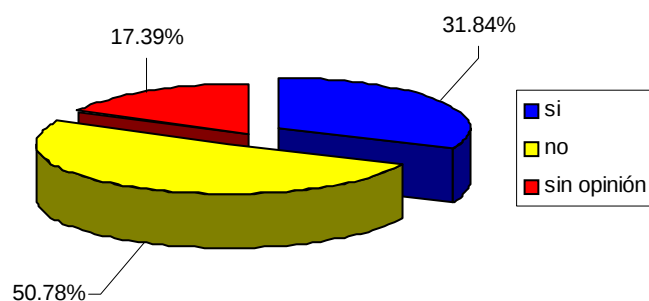
5. ¿Cuáles de las siguientes secciones periodísticas lee?

OBJETIVO:

Conocer cual sección periodística prefieren los lectores de los periódicos.

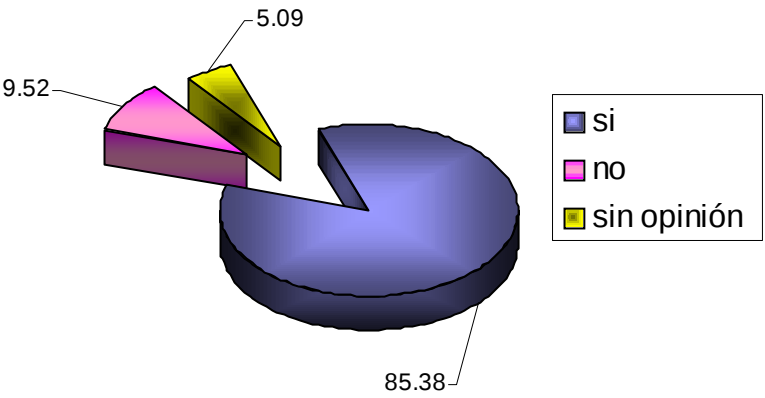
A. ENTREVISTA

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



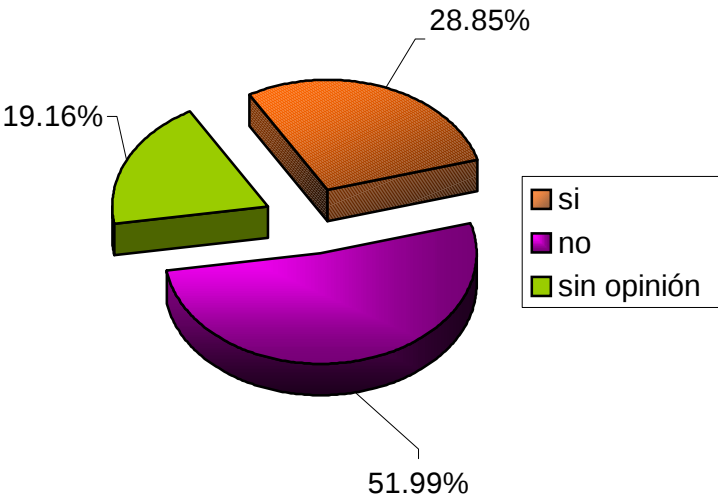
B- NOTICIAS

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



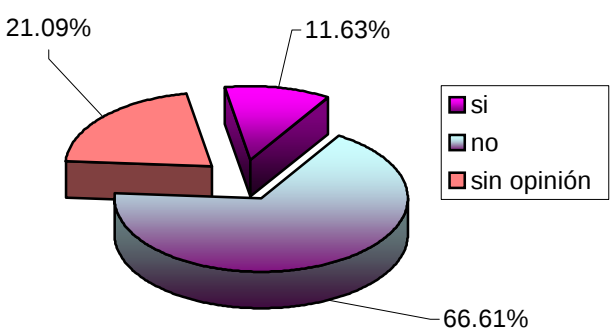
C. REPORTAJE

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



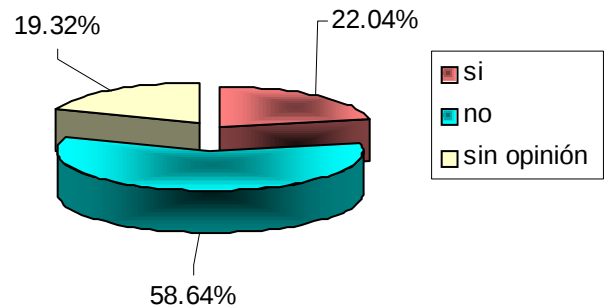
D. CRÓNICAS

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



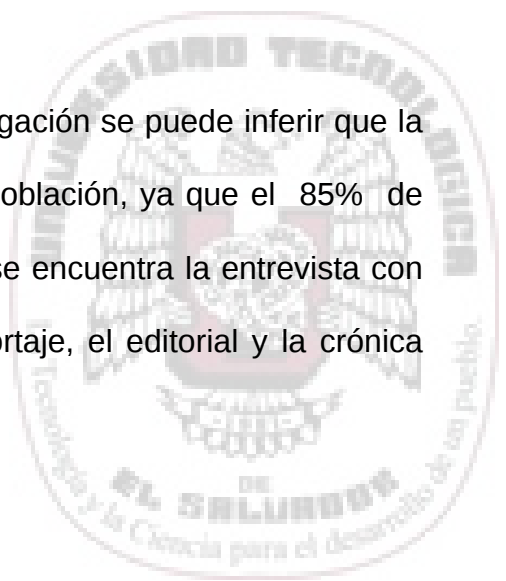
E. EDITORIALES

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



INTERPRETACIÓN:

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



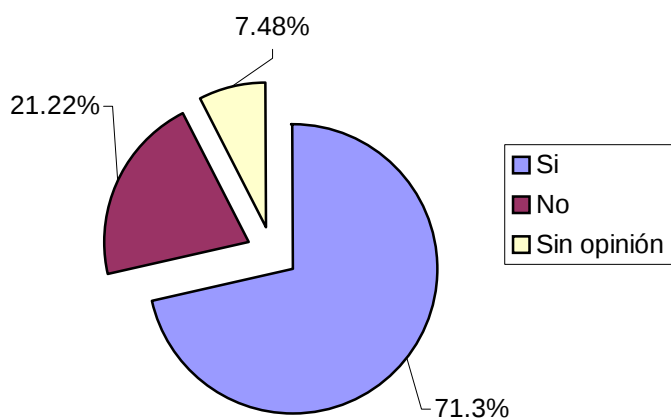
6. De las secciones que lee, ¿Cómo percibe los contenidos en las entrevistas?

OBJETIVO:

Identificar que impresión causan las entrevistas en los lectores.

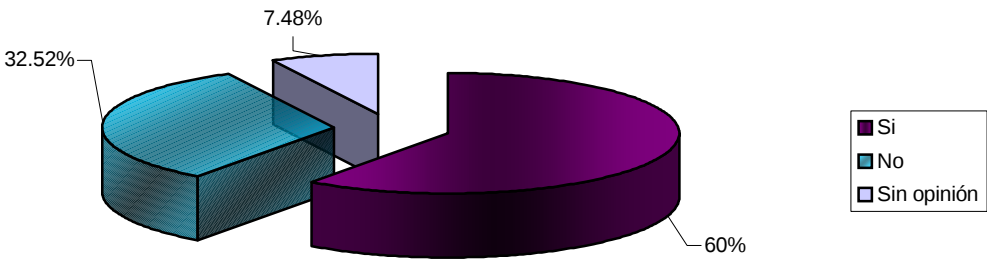
A. REALISTA

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



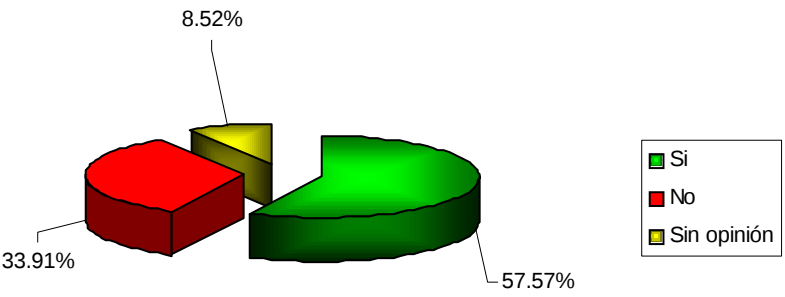
B. IMPARCIAL

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



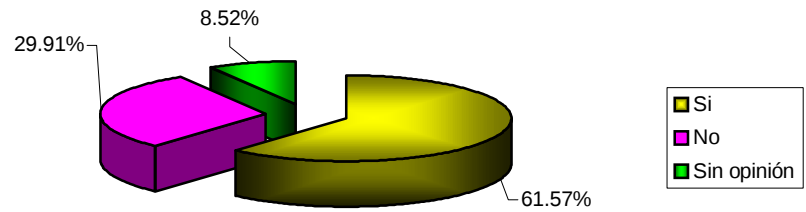
C. ÉTICO

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



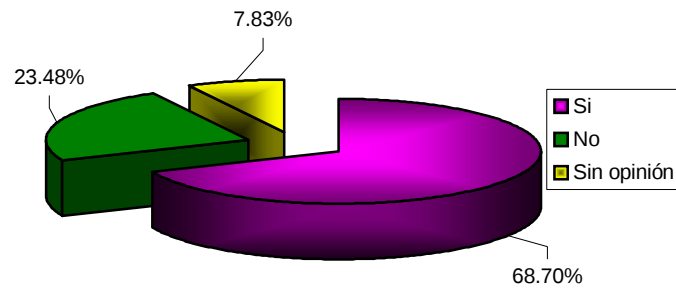
D. OBJETIVOS

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



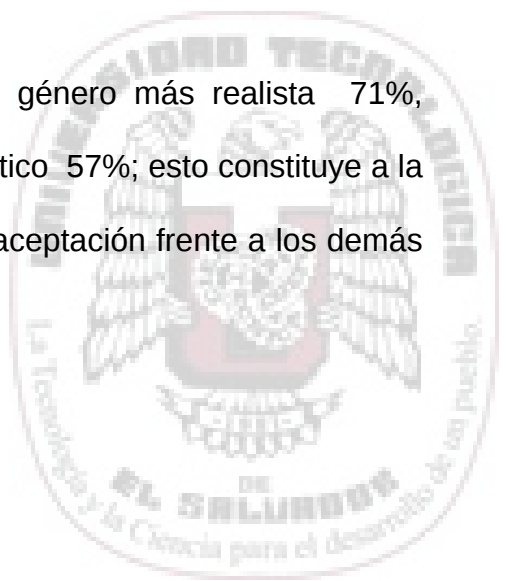
E. ORIENTADORES

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



INTERPRETACIÓN:

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

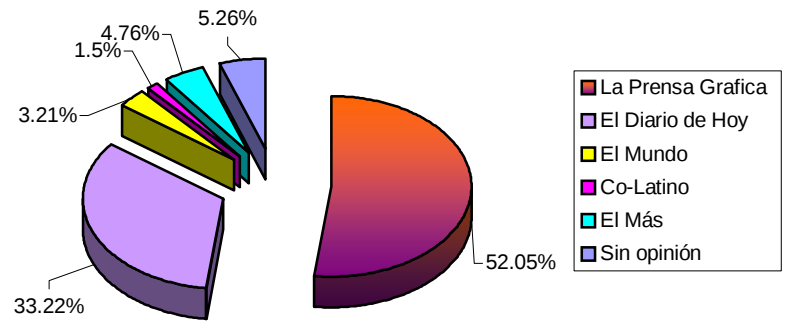


7. ¿En qué periódico las prefiere leer?

OBJETIVO:

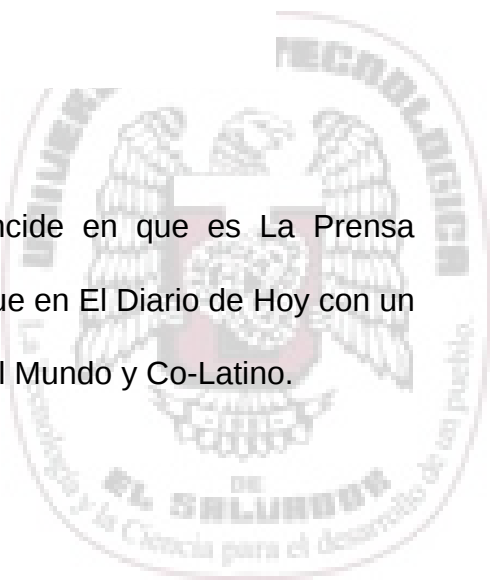
Conocer cual es el periódico que la población prefiere para informarse.

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



INTERPRETACIÓN:

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

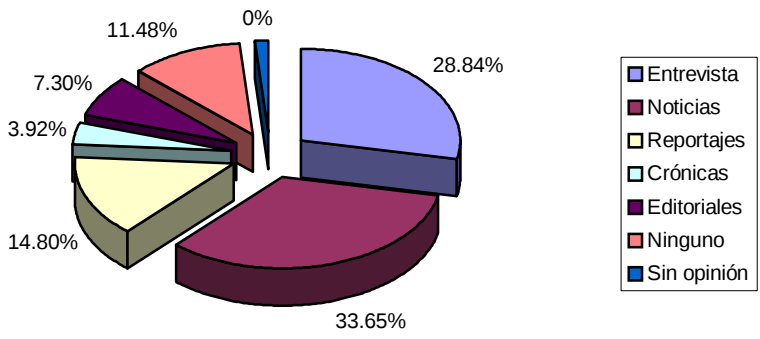


8. De las siguientes secciones periodísticas, ¿Cuál tiene mayor influencia en su decisión de voto?.

OBJETIVO:

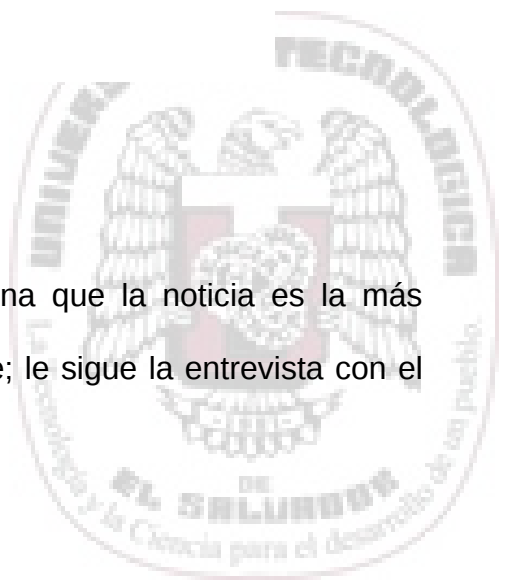
Identificar que sección del periódico repercute en la población para decidir, por quién votar.

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



INTERPRETACIÓN:

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

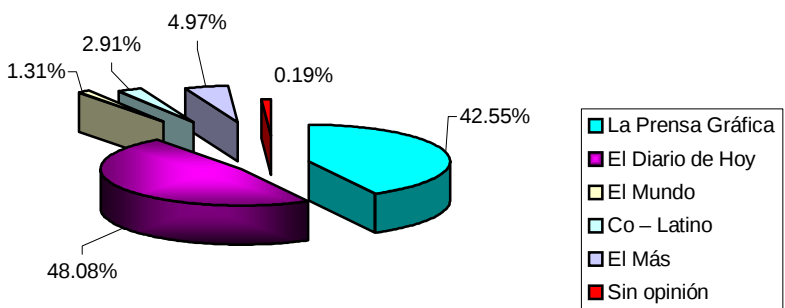


9. ¿Qué periódico demuestra mayor preferencia hacia un determinado partido político?

OBJETIVO:

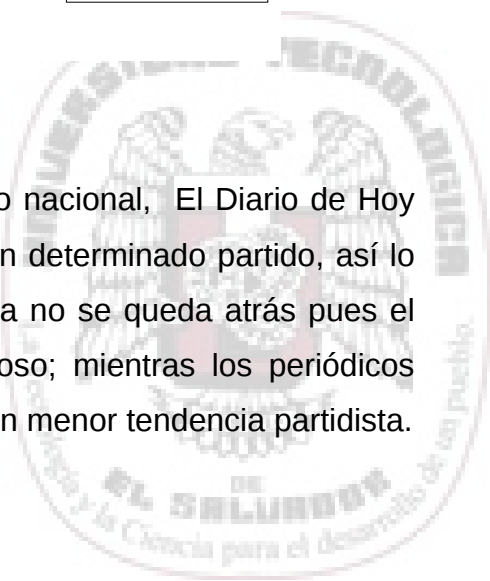
Conocer mediante la opinión pública cual de los 5 periódicos circulantes, se considera más tendencioso hacia un determinado partido político.

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



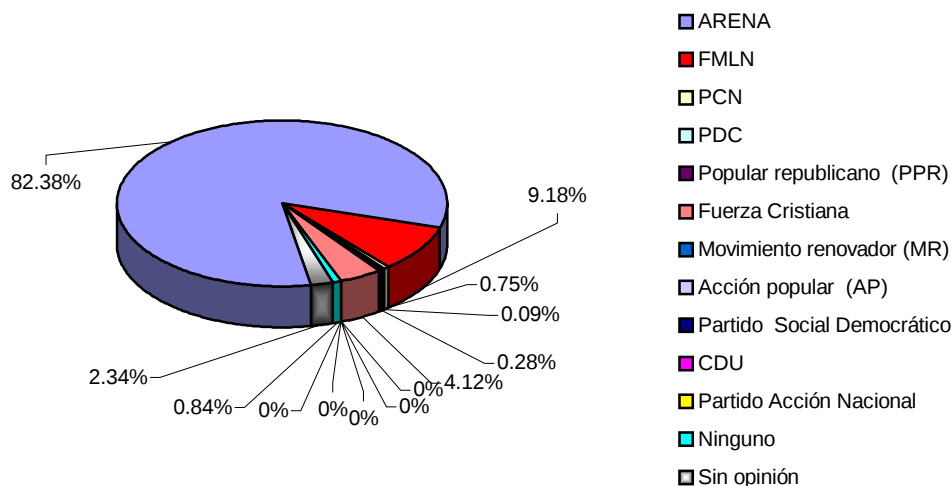
INTERPRETACIÓN:

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



10 ¿Hacia que partido?

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



INTERPRETACIÓN:

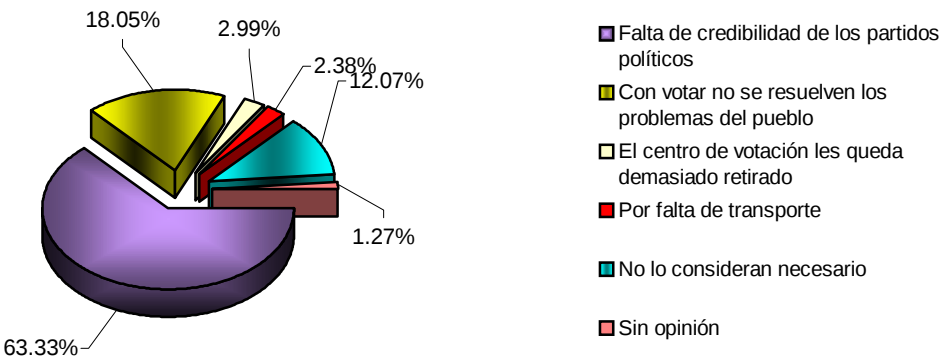
Ante la pregunta hacia que partido considera la población que el medio escrito está mas inclinado la estadística refleja que el 82% de salvadoreños opina que los periódicos se inclinan a favor del partido de gobierno; solamente el 9% de los encuestados manifiesta que se inclinan hacia el partido de oposición.

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

OBJETIVO:

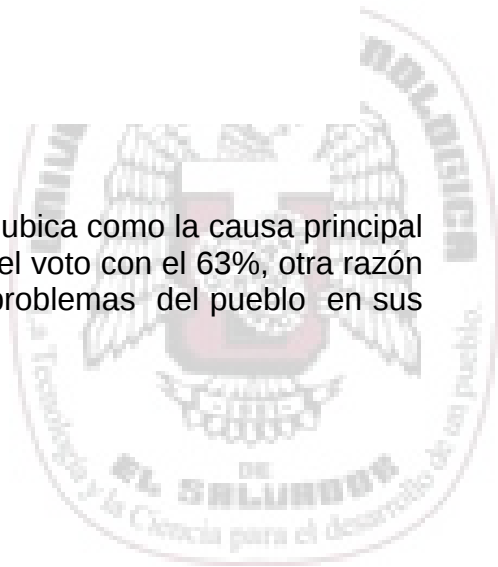
Conocer que factores influyen en los ciudadanos para que se abstengan a ejercer el voto.

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



INTERPRETACIÓN

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



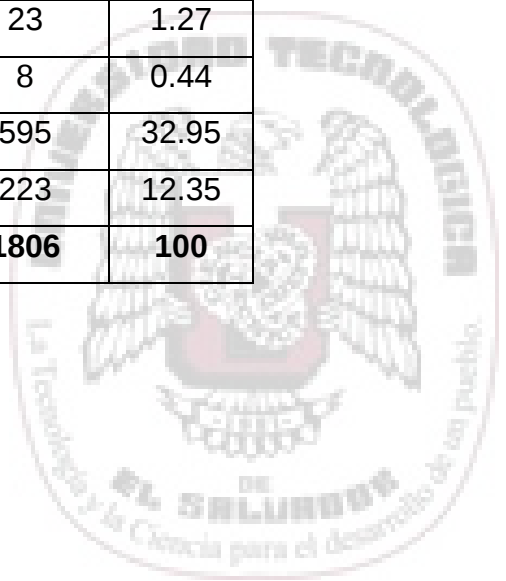
12. ¿Si las elecciones fueran este día, por qué partido político votaría?

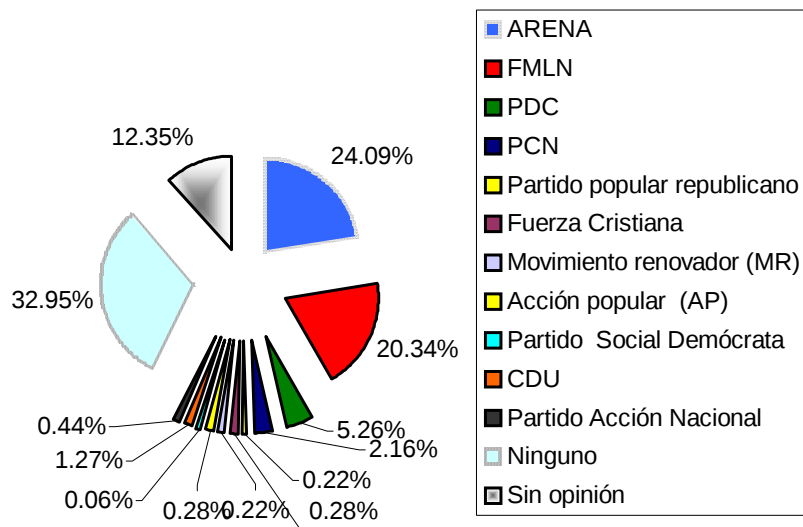
OBJETIVO:

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

A. ALCALDE.

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





INTERPRETACIÓN:

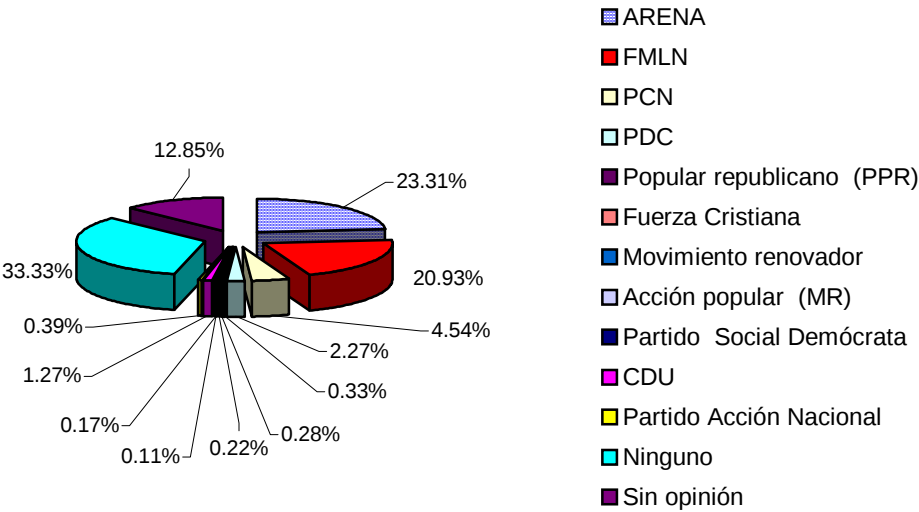
La investigación revela que el 32% de los salvadoreños encuestados no votarán por ningún partido político en las próximas elecciones. En cuanto a preferencia electoral por alcalde, ARENA se sitúa arriba con un 24%; le sigue su máximo contendor, el FMLN, con el 20%; partidos como PCN, PDC y los demás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



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

B. DIPUTADO

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



INTERPRETACIÓN:

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

2.4.7.2 RESULTADOS DE OPINIÓN DE LA ENTREVISTA REALIZADA A INFORMANTES CLAVES

1. ¿Con qué frecuencia compra usted el periódico?

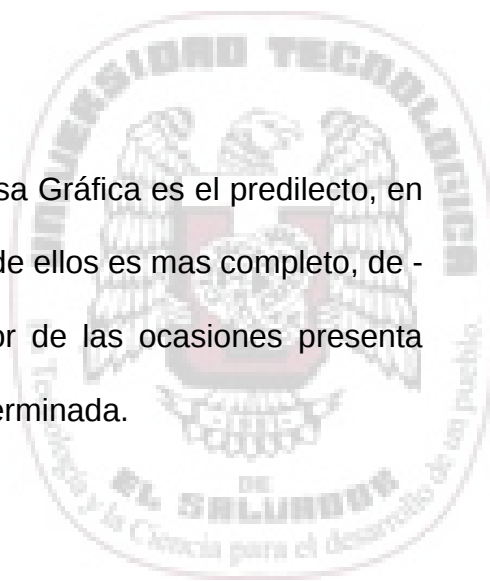
R/ De los quince entrevistados; diez de ellos obtienen el periódico a diario, ya sea por costumbre o por su contenido, mientras que el resto lo compran algunas veces.

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

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

3. ¿Qué periódico prefiere para informarse?

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



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

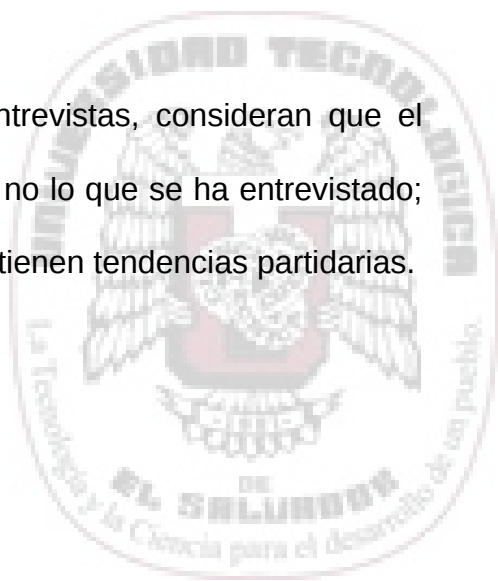
4. ¿Tiene suscripción con algún periódico?

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

5. ¿Cree en las entrevistas de los periódicos?

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

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



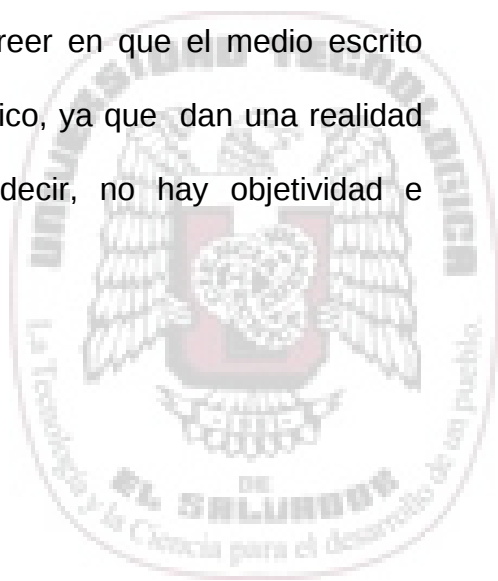
6. ¿Considera que los medios escritos en el país manipulan las entrevistas de carácter socio político.?

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

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

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

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



8. ¿Lee las entrevistas de los periódicos?

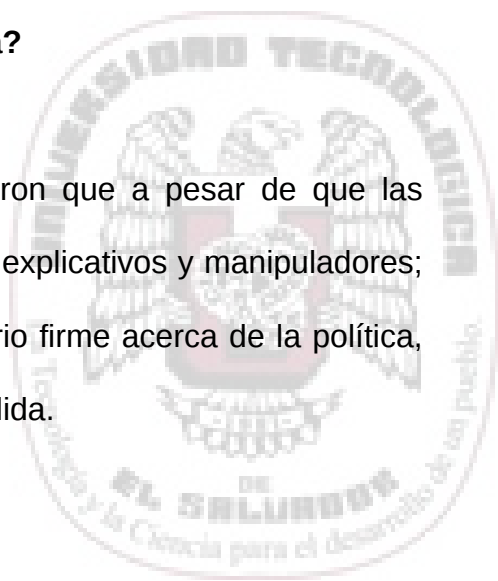
R/ De los quince entrevistados, trece manifestaron leer el género entrevista por ser una sección que profundiza e informa; pues ella encierra el acontecer nacional del momento y es una muy buena forma de conocer más de cerca el pensar de las diferentes personalidades públicas.

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

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

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

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



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

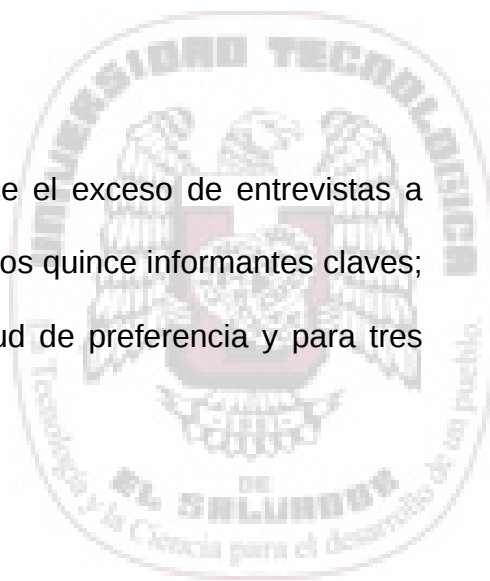
R/ Once de las personas entrevistadas consideran que existe favoritismo por un determinado partido, sobre todo recalcan que la mayor parte de periódicos están a favor del partido de gobierno.

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

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

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

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



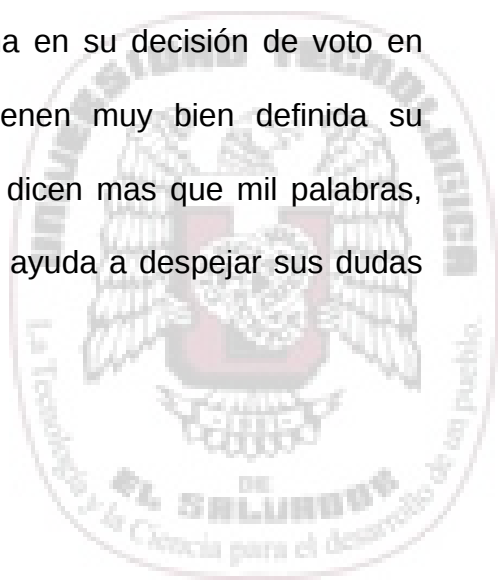
entrevistados produce hasta cierto punto abstencionismo en la hora de emisión de voto. Y solamente para un entrevistado podría cambiar su ideología.

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

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

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

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



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

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



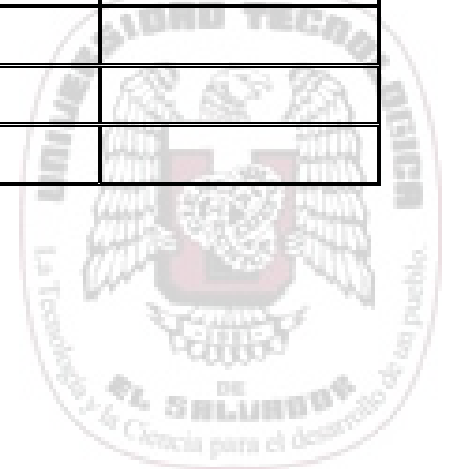
MONITOREO DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS EN LOS PERIÓDICOS SALVADOREÑOS.

LA PRENSA GRÁFICA.

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

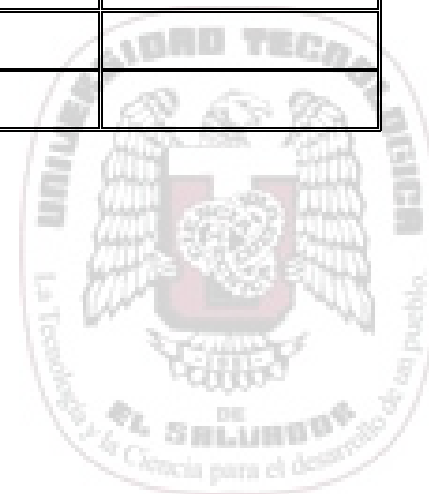
EL DIARIO DE HOY

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



PERIÓDICO CO-LATINO

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



DIARIO EL MUNDO

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



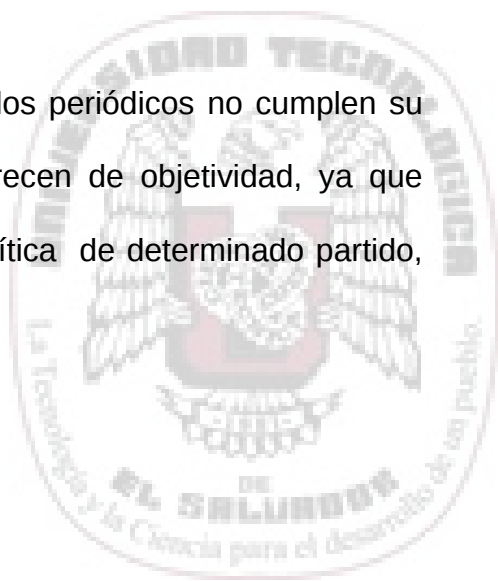
CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑOS Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA, COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECTORALES.

En El Salvador, la prensa se destaca entre los diferentes medios de comunicación masivos, lo que denota su importancia como conciencia crítica de la sociedad, al difundir la información. Así quedó demostrado durante la encuesta que la ubicó, en un segundo lugar, tal como lo refleja la pregunta uno, con un porcentaje de 13.84.

Esta preferencia es gracias ha que a permitido que el público lector conozca los hechos y acontecimientos nacionales, así lo manifestaron la mayor parte de los salvadoreños.

Sin embargo, para algunos, de los encuestados los periódicos no cumplen su función de informar en forma veraz; porque carecen de objetividad, ya que están influenciados por la afinidad ideológica política de determinado partido, que generalmente es el que está en el poder.

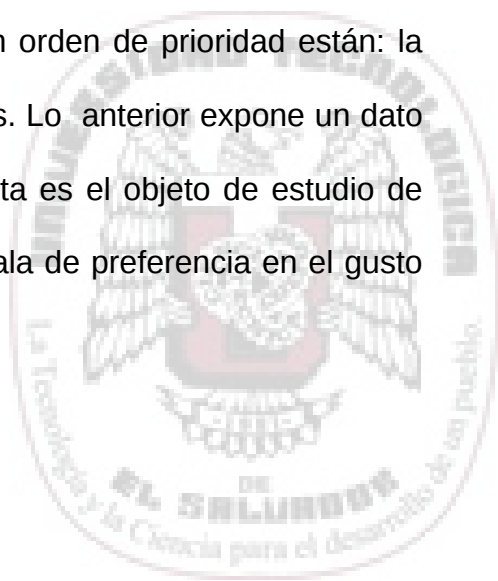


La investigación se proponía profundizar en cuanto a la incidencia del medio escrito, y como se utiliza la entrevista como herramienta para influir en la población durante períodos electorales. La investigación ha permitido tener una visión más clara y crítica acerca de la imparcialidad o no de los cinco periódicos más importantes en el territorio nacional, en cuanto a política se refiere.

La Prensa Gráfica es el periódico preferido por los lectores, pues el 52.05% de la población encuestada y 9 de los entrevistados así lo estima. Entre las razones por la cual lo eligen es por ser el más completo en información.

El Diario de Hoy es el otro periódico predilecto por los salvadoreños, pues, el 32.22% de lectores, así lo manifestaron. Hay que hacer notar que estos dos periódicos tienen un gran respaldo económico, pues las familias propietarias favorecen a sectores económicos fuertes, lo que se compensa en publicidad, ignorar su circulación.

Entre las secciones que los lectores prefieren, en orden de prioridad están: la noticia, entrevista, reportaje, editoriales y crónicas. Lo anterior expone un dato importante en la investigación, ya que la entrevista es el objeto de estudio de este trabajo, y ocupa un segundo lugar en la escala de preferencia en el gusto de los lectores.



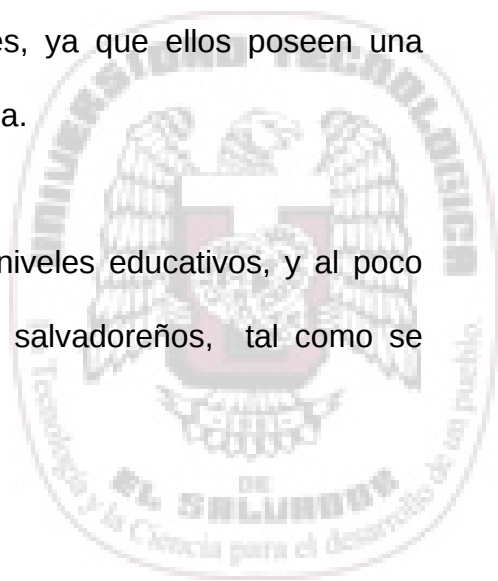
Entre las características que los encuestados destacan que es realista, orientador, objetivo, imparcial y ético.

Los lectores consideran que las entrevistas son interesantes, sin embargo, en ellas se puede percibir como el medio escrito puede tergiversar la información.

En periodos eleccionarios, los lectores consideran que de alguna manera los periódicos ejercen cierta manipulación al realizar entrevistas a personajes políticos, tratando de crear conciencia y posicionamiento en el lector a favor de un proyecto político. Lo anterior en vista que las entrevistas ocupan un segundo lugar como uno de los géneros que tienen influencia en el lector para la decisión de voto, así lo definió el 28.84%.

Vale la pena aclarar que en las entrevistas realizadas a los 15 informantes escogidos se comprobó lo contrario, pues 12 de ellos manifestaron que las entrevistas no influyen directamente en su decisión de voto a pesar del alto contenido de mensajes políticos y manipuladores, ya que ellos poseen una posición ideológica firme, sólida y muy bien definida.

Lo anterior expuesto es debido a los diferentes niveles educativos, y al poco conocimiento de cultura política que poseen los salvadoreños, tal como se puede comprobar al cruzar variable.



Esto hace que para el medio prensa se vuelva más fácil influir en ellos; mientras que las personas que se entrevistaron poseen un amplio criterio y cierto grado académico, una conciencia más crítica sobre la realidad nacional; esto se debe a que la educación se convierte en un recurso poderoso de formación para instaurar un régimen democrático en la población.

Los que si es cierto es que en cierta medida las entrevistas ayudan a despejar dudas acerca del candidato de su preferencia pero no incide directamente en la ideología del lector, debido que para el público los hechos hablan o dicen más que mil palabras.

Por otra parte, los lectores captan el perfil ideológico o posición política del medio a través del enfoque que le dan a las entrevistas. Es importante mencionar, que los lectores también manifestaron que a través de la lectura de las entrevistas se percatan a favor de quién está el medio escrito.

Además, los mensajes políticos emitidos a través de las entrevistas publicadas en los periódicos pueden generar aceptación o rechazo dependiendo de la ideología de cada lector.

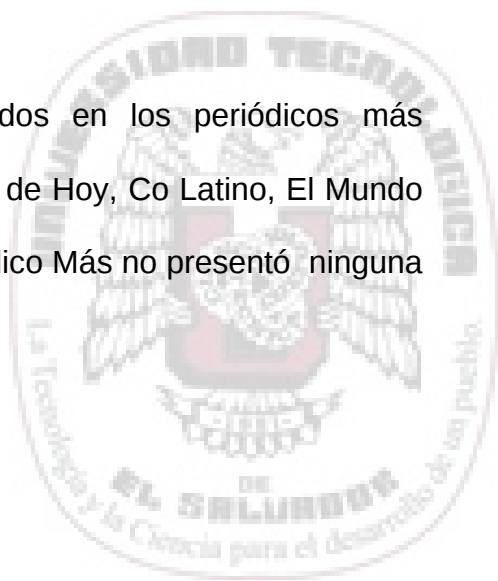


De acuerdo con los datos recopilados, se puede comprobar que las entrevistas poseen una gran demanda entre los lectores, por los diferentes temas de interés nacional, ya sean estos políticos, económicos y sociales si en periodos electorales estos fueran publicadas de acuerdo a la ideología política de cada uno de los periódicos, la población podría ser persuadida en su decisión de voto.

Debido a la falta de confianza y credibilidad que la población tiene hacia los diferentes partidos políticos, un 63.23% de los encuestados manifiestan que esta es la razón por la cual no acuden a las urnas a emitir su voto.

Por otra parte, tomando en cuenta a los periódicos, ya que consideran que la mayor parte de estos tienen inclinación hacia el partido ARENA, así lo cree el 82.38%; de los encuestados; y es por ese motivo que no confían en su totalidad en lo que se publica en las diferentes secciones periodísticas, cuando se abordan temas políticos.

En cuanto al monitoreo de entrevista, difundidos en los periódicos más importantes del país, La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, Co Latino, El Mundo y El Más, entre el 1º al 7 de febrero, sólo el periódico Más no presentó ninguna entrevista.



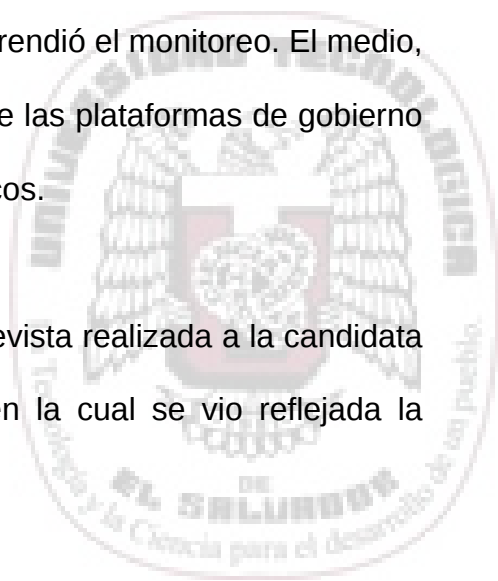
En el periodo seleccionado, La Prensa Grafica presentó tres entrevistas en las cuales se pudo determinar la imparcialidad con la cual fueron realizadas, pues no muestran posición ideológica alguna en la realización de las cuestionantes.

Sin embargo, es importante destacar que de las tres entrevistas presentadas dos de ellas fueron realizadas a personajes que representan al partido ARENA.

En El Diario de Hoy se percibe cierta manipulación en las interrogantes realizadas a los personajes que se postulan para alcaldes y diputados. Ejemplo de ellos la entrevista realizada a la candidata por el PCN a la alcaldía capitalina la doctora María Julia Castillo en la cual el entrevistado busca generar inseguridad en la capacidad de la entrevistada frente a la ex-ministra de educación Evelin Jacir de Lovo del partido ARENA para ejercer la actividad edilicia. (ver anexo)

El periódico Co Latino, por el contrario, mostró una posición de imparcialidad en las entrevistas aparecidas en el periodo que comprendió el monitoreo. El medio, se limitó a brindar información más detallada sobre las plataformas de gobierno municipal, que están ofertando los partidos políticos.

Por otra parte, Diario El Mundo presentó una entrevista realizada a la candidata por el partido ARENA Evelyn Jacir de Lovo, en la cual se vio reflejada la



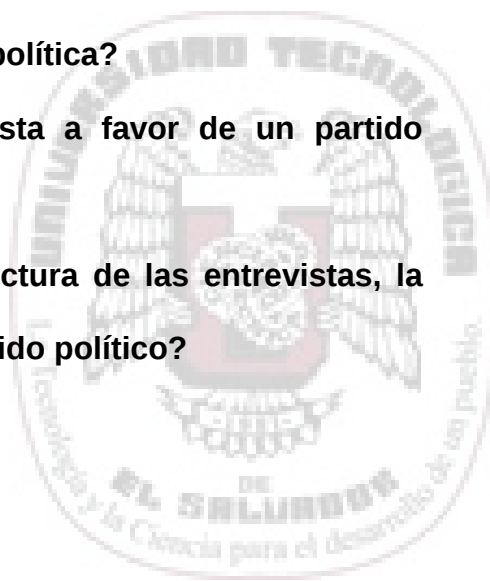
inclinación del medio hacia el sector predominante, ya que el entrevistador, a través de las preguntas, buscaba que la candidata hiciera una crítica a la gestión del doctor Héctor Silva como alcalde de San Salvador.



ANEXO N°2

FORMATO DE ENTREVISTA

- 1- ¿Con qué frecuencia compra usted el periódico?
- 2- ¿Qué tiempo dedica para informarse a través del medio escrito?
- 3- ¿Qué periódico prefiere para informarse?
- 4- ¿Tiene suscripción con algún periódico?
- 5- ¿Cree en las entrevistas de los periódicos?
- 6- Considera que los medios escritos en el país manipulan las entrevistas de carácter socio político.
- 7- ¿Cree que los medios escritos orientan y crean conciencia social en el ámbito político?
- 8- ¿Lee las entrevistas de los periódicos?
- 9- ¿Qué aspectos le motivan a leer las entrevistas?
- 10- ¿Cree que las entrevistas realizadas a personajes políticos en la prensa escrita, cambiarían su ideología política?
- 11- ¿Considera usted que la entrevista esta a favor de un partido político?
- 12- ¿Se puede determinar, a través de la lectura de las entrevistas, la posición política del medio hacia un partido político?



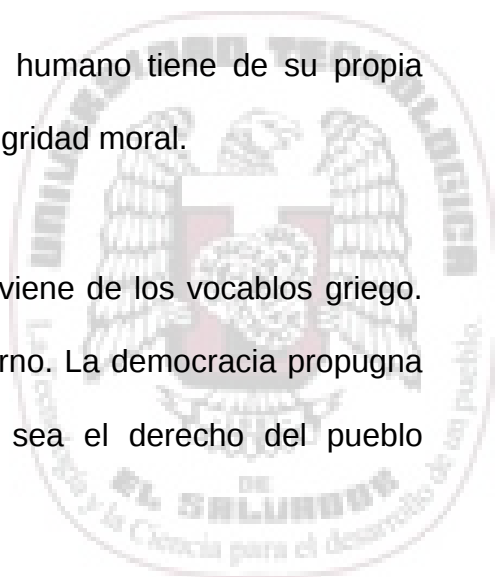
- 13-¿Qué produce el exceso de entrevistas hechas a personajes políticos en los periódicos del país?**
- 14-¿Según su criterio el medio escrito cumple con su función de informar de una forma veraz?**
- 15-¿Según su opinión las entrevistas realizadas a personajes políticos son importantes para decidir por quien votar?**
- 16- ¿Los mensajes políticos emitidos a través de la entrevista en el medio escrito pueden generar, aceptación o rechazo en el lector?**



ANEXO N° 11

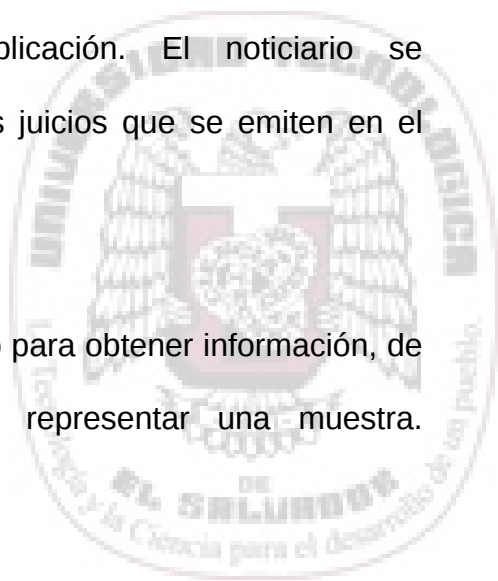
GLOSARIO

- **Actitud.** Convicción ya existente en el individuo.
- **Comunicación.** Proceso de producción y transmisión de información. Es el arte de expresarse y transmitir un mensaje y recibir respuestas utilizando lenguajes a través del cual se intercambian ideas.
- **Comicios.** Elecciones reuniones y actos electorales, juntas para tratar asuntos públicos.
- **Candidato.** Persona a quien se reconoce el derecho de intervenir por así o por apoderarse de las operaciones de una elección popular.
- **Conciencia.** Conocimiento que el espíritu humano tiene de su propia existencia, de sus actos y de las cosas. Integridad moral.
- **Democracia.** La palabra "Democracia" proviene de los vocablos griego. Demos, pueblo y Kratos, autoridad o gobierno. La democracia propugna el concepto de la "soberanía popular" o sea el derecho del pueblo



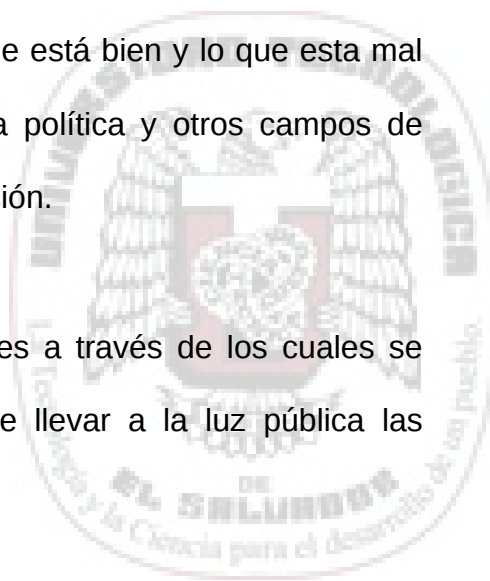
a todo, a gobernarse por sí mismo, con finalidades que representan el interés de todo el pueblo. Cuando las personas pueden actuar con libertad siempre y cuando se amparen con limitantes y cuando prevalece el estado de derecho en la sociedad.

- **Democratizar.** Convertir instituciones, personas o cosas a la democracia.
- **Doctrina.** Conjunto de las ideas de una escuela literaria o filosofía de un partido político.
- **Editorial.** Es el género periodístico mediante el cual una publicación da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual. Analizar y enjuiciar, de acuerdo con su trascendencia del momento. El editorial nunca aparece firmado porque representa el pensamiento no solo de quien lo escribe - y permanece anónimo sino el de la empresa periodística en que aparece, la publicación. El noticiario se responsabiliza social y legalmente, por los juicios que se emiten en el editorial.
- **Encuesta.** Es un procedimiento sistemático para obtener información, de un grupo de personas que pretenden representar una muestra.



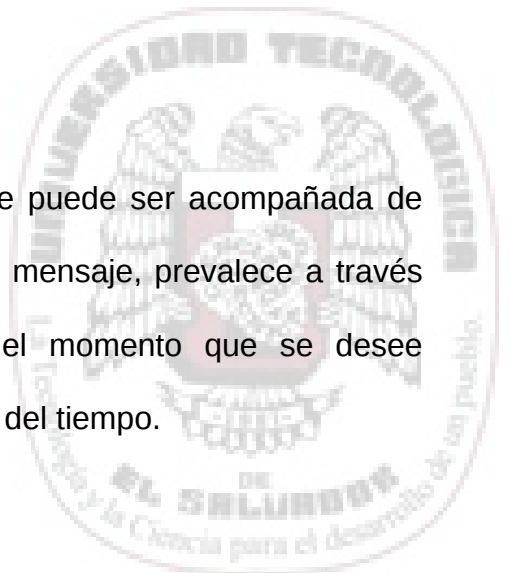
Averiguación de la opinión dominante sobre una materia por medio de unas preguntas hechas a muchas personas.

- **Elección.** Nombramiento de alguna persona para algún cargo, comisión, etc.
- **Entrevista.** Se llama así a la conversación que se realiza entre un periodista y un entrevistado, entre un periodista y varios entrevistados o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios.
- **Ideología.** Conjunto de ideas, creencias u módulos del pensamiento que caracterizan a un grupo, clase, religión o partido político.
- **Ideología política.** Sistema de creencias explícitas, integradas y coherentes, que justifican el ejercicio del poder, explican y juegan los acontecimientos históricos, identifican lo que está bien y lo que está mal en política, definen las relaciones entre la política y otros campos de actividad y suministran una guía para la acción.
- **Medios de comunicación.** Son los canales a través de los cuales se transmiten ideas y tienen la capacidad de llevar a la luz pública las



percepciones sobre la realidad común de los integrantes de una sociedad que van constituyendo la opinión pública nacional.

- **Mensaje**, información codificada de un emisor, la cual viaja por un medio o canal y llega a un receptor.
- **Partido político**. Es un grupo de personas que se unen por las mismas ideas y se organizan para conquistar el poder del estado con el fin de aplicar un programa de acción.
- **Persuadir**. Es dominar la voluntad, impulsando a la realización de algo.
- **Política**. Doctrina u opinión referente al gobierno de los estados. Actividad de los que rigen o aspiran a regir los asuntos públicos.
- **Pluralismo**. Sistema que se basa en la coexistencia de varias tendencias.
- **Prensa escrita**. Es la palabra impresa que puede ser acompañada de gráfico. Es la forma de comunicación cuyo mensaje, prevalece a través del tiempo, y puede ser analizada en el momento que se desee consultar, la información prevalece a través del tiempo.



BIBLIOGRAFÍA

De la Cerna, Víctor. El mundo Libro de Estilo: Temas de Hoy. Barcelona, España. 1996 Pág. 23.

Herreos Arconada, Mario. Teoría de la Propaganda Electoral. Colección Comunicaciones, Relaciones Públicas, 2º Ed. 1990. Pág. 146.

Hans, Barth. Verdad e Ideología. Fondo de Cultura Económica. México, D.F., 1995. Pág. 50.

Leñero, Vicente Manual del Periodismo. Grijalbo, México. D.F. 1981. Pág.91,98

Martín Baró, Ignacio. Nación e Ideología, Psicología Social desde Centroamérica. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, San Salvador, El Salvador. 1998. Pág 18.

Martínez Alberto, José Luis. Curso General de Redacción Periodística. 2º Ed. Madrid, España 1993. Pág. 308-310.

Pardo, Fernando. Esto es Televisión, El Nacimiento. Salvat. Barcelona España, 1982. Pág. 8-9.



Samayoa, Salvador. Historia del Presente. Universidad Francisco Gavidia. San Salvador, El Salvador, 1998. Pág. 465-470.

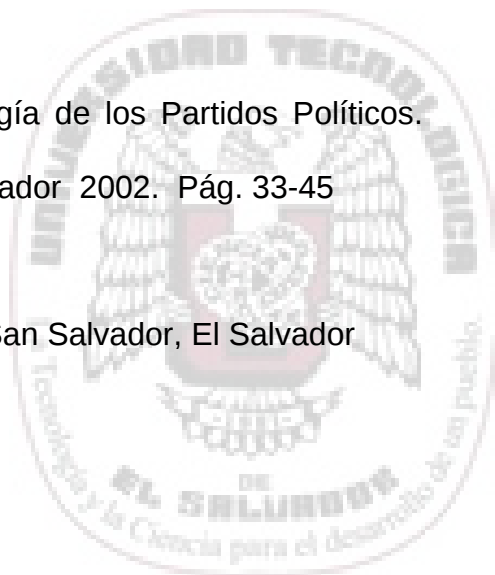
López Fabián, Nelly Maribel. Tesis Como impactan en los sectores medio urbanos los medios de comunicación, (con mensajes disfrazados de noticias) en la toma de decisiones para ejercer el voto en periodo electoral. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador. 1997. Pág. 17-18

Martínez Babich, José Guillermo. Tesis La incidencia en utilización de técnicas periodísticas de los medios de comunicación social salvadoreño en la toma de decisiones para ejercer el voto. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador. 1997. Pág. 11.

Pérez Ramírez, José. Tesis Organización de Sistemas Contables en la Industria de la Televisión Profesional. Universidad de Nuevo León, México. D.F. 1965. Pág. 11.

Bendaña, María José. Folleto, Doctrina e Ideología de los Partidos Políticos. Tribunal Supremo Electoral, San Salvador, El Salvador 2002. Pág. 33-45

Diario El Mundo. Folleto, Reseña Histórica s/f.. San Salvador, El Salvador



Diario de Hoy. Folleto, Reseña Histórica s/f. San Salvador, El Salvador

Herrera Palacios Antonio. Paquete Didáctico Producción. En Prensa Escrita,
Universidad Tecnológica de El Salvador, s/f. Pág. 17-18.

Salguero Mauricio. Paquete Didáctico Producción en Radio. Universidad
Tecnológica. San Salvador, El Salvador, s/f. Pág. 1-2.

Valencia Francisco. Folleto, Reseña Histórica. Diario Co Latino, San Salvador,
El Salvador s/f.

