



**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 ESCRITA: CO-LATINO Y EL MUNDO**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**MARÍA ANTONIA AVELAR AVELAR
MARÍA HORTENSIA AYALA ALVAREZ
ALBA LUZ MELGAR CASTILLO**

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

MAYO DE 2003

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AUTORIDADES

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCÉL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. LUIS RICARDO NAVARRETE
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. CARLOS MARIO MARQUEZ
PRESIDENTE

LIC. VERONICA LARA
PRIMER VOCAL

LIC. FRANCISCO VALENCIA
SEGUNDO VOCAL

MAYO, 2003

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO

Le doy las infinitas gracias por haberme brindado el entendimiento y la sabiduría necesaria para culminar uno de los objetivos primordiales de mi vida. Así también, por iluminarme y darme la fuerza necesaria para salir adelante y finalizar con éxito mi profesión.

A MIS PADRES.

Rosa Cándida y José Serviliano (Q.E.P.D) por haberme dado su apoyo, amor y ternura y a María Luz y Carlos Perdomo, a quienes les amo, respeto y admiro sinceramente y por ser tan especiales conmigo, y haberme dado su apoyo de manera incondicional para obtener mi título. Seres queridos que fomentaron en mí la perseverancia constante para vencer los obstáculos y salir adelante con un espíritu emprendedor y muy optimista.

A MIS HERMANOS

Por estar a mi lado y darme su apoyo en todo momento, así también les quiero muchísimo y les agradezco de todo corazón.

A TODA MI FAMILIA.

Por brindarme su apoyo moral en todo momento.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS

María Hortensia y Alba Luz, por su apoyo y colaboración brindada para culminar mi carrera profesional.

A MIS AMIGOS.

Leo Hernández, Sandra Monge y Roberto Carlos, por apoyarme en los buenos y malos momentos, y brindarme su comprensión y darme sus consejos para salir adelante en mis estudios.

A MIS CATEDRÁTICOS

Por transmitirme sus conocimientos y por ser comprensivos.

MARÍA ANTONIA AVELAR

A DIOS NUESTRO PADRE

Dedico este triunfo por darme fortaleza en los momentos más difíciles, guiándome para continuar adelante en el desarrollo de mi estudio e iluminando mi mente, para alcanzar con éxito mis metas propuestas.

A MIS PADRES

A quienes admiro y respeto, les agradezco porque siempre me brindaron ese apoyo incondicional y confiaron en mi capacidad intelectual para obtener mis triunfos.

A MI ESPOSO

Por brindarme en todo momento apoyo, comprensión y confianza en mí misma e incentivarme a continuar luchando contra las adversidades de la vida, que pudieron entorpecer el avance académico y así poder culminar satisfactoriamente mis estudios.

A MIS HIJOS

Lester y Meylin, a quienes tuve que sacrificar, bendiciones por formar parte de mi vida y ser el eje primordial que más me impulsó a seguir adelante.

A MIS HERMANAS

Por brindarme siempre el apoyo que necesité en los momentos más difíciles, especialmente a DORIS ALICIA y GUADALUPE, por su comprensión incondicional.

A MIS SOBRINOS

Mis sinceros agradecimientos, porque me apoyaron brindándole tiempo a mis hijos, especialmente a Carolina por ayudarme a buscar información para el desarrollo del presente trabajo.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS

María Antonia y Alba Luz

Por brindarme apoyo y demostrarme que son amigas en las buenas y en las malas, que DIOS las Bendiga.

A TODAS LAS PERSONAS.

Porque de una y otra forma me impulsaron a continuar adelante, en especial a don Rigoberto Rosa.

MARÍA HORTENSIA AYALA

A JEHOVÁ DIOS EL TODOPODEROSO

Por haberme iluminado y bendecido durante mi carrera y permitirme lograr este triunfo profesional.

A MI MADRE BLANCA ESTELA DEL CASTILLO PORTILLO

(Q.D.D.G) por haberme dado la vida y haberme apoyado sin reservas en todos mis proyectos.

A MI PAPÁ JULIO CÉSAR MELGAR LANDAVERDE

Por darme el apoyo moral para ver culminadas mis grandes metas.

A MIS HERMANOS JULIO CÉSAR Y OMAR SAÚL

Con amor fraternal, por su apoyo y cariño incondicional.

A MI SOBRINO

César Henderson

Quién me impulso a continuar adelante.

A MI PROMETIDO JOHNNIE ALEXIS PORTILLO MONGE

(Q.D.D.G) por su gran amor, apoyo y comprensión.

A MI FAMILIA PORTILLO MONGE.

Por su cariño y palabras de aliento.

A MIS AMIGAS Y COMPAÑERAS DE TESIS

María Antonia y María Hortensia.

Por habernos apoyado y comprendido para poder trabajar juntas en conducir con éxito un sueño que hoy es una realidad.

A MI ESPECIAL AMIGA NOBLE Y SINCERA

Rosana Ivette González Girón.

ALBA LUZ MELGAR CASTILLO

A NUESTRO ASESOR TÉCNICO

Licenciado

Francisco Elías Valencia

Nuestros más sinceros agradecimientos por su asesoría, apoyo, disponibilidad y comprensión brindada a nuestro grupo de trabajo, y por transmitirnos sus conocimientos y experiencias durante el desarrollo de la presente Tesis de Grado.

Deseándole muchos éxitos y bendiciones en su vida.

Sinceramente:

MARÍA AVELAR

MARÍA HORTENSIA

ALBA LUZ

INDICE

	PÁGINA
Introducción.....	i
I. “CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑOS Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA, COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS”.	
1.1 Los Medios de Comunicación Social.....	1
1.2 Antecedentes de los Medios de Comunicación Social.....	2
1.2.1 La Prensa Escrita.....	2
1.2.2 La Prensa como Medio Privilegiado.....	4
1.2.3 Características Esenciales de la Prensa.....	5
1.2.4 Imparcialidad de la Prensa.....	5
1.2.5 Ventajas y Desventajas de la Prensa Escrita.....	8
1.2.6 La Prensa Escrita como Instrumento Ideológico-Político.....	11
1.2.7 La Noticia: Razón de ser del Periodismo	
1.2.7.1 Conceptualización de Noticia.....	12
1.2.7.2 Estructura de la Noticia.....	13
1.2.7.3 Características de la Noticia.....	14
1.2.7.4 Clasificación de las Noticias.....	15
1.2.7.5 Tipos de Noticias.....	16
1.3 Primer Periódico en El Salvador.....	17

1.4	Los Actuales Medios de Comunicación	
	Escrita en El Salvador.....	19
1.4.1	La Prensa Gráfica.....	19
1.4.2	El Diario de Hoy.....	20
1.4.3	Diario Co-Latino.....	22
1.4.4	Diario El Mundo.....	26
1.4.5	Diario Más!	29
1.5	Antecedentes de la Radiodifusión.....	30
1.5.1	La Radio en El Salvador.....	32
1.5.2	La Radiodifusión Comercial en El Salvador.....	34
1.6	Historia de la Televisión.....	35
1.7	La Comunicación Política.....	36
1.8	Ideología Política.....	41
1.8.1	Tipos de Ideología.....	42
1.8.2	Corrientes Ideológicas en El Salvador.....	43
1.9	Los Partidos Políticos en El Salvador.....	44
	a) ARENA, b) FMLN, c) PCN, d) PDC, e) CDU f) PAN, g) PSD, h) PMR, i) PPR, j) AP, k) FUERZA CRISTIANA	
1.10	El papel de los Medios de Comunicación en Campañas Electorales.....	58
1.11	SISTEMA DE OBJETIVOS	
1.11.1	General.....	60
1.11.2	Específicos.....	60
1.12	SISTEMA DE HIPÓTESIS.....	60
1.13	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	61
1.13.1	Unidad de Análisis.....	61
1.13.2	Sujetos de Estudio.....	62

1.13.3	Universo.....	62
1.13.4	Determinación de la Muestra.....	62
1.13.5	Instrumento.....	63
1.13.6	Recolección de la Información.....	63
1.13.7	Presentación de la Información.....	63
II	CAPÍTULO II “INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS”. CASO ESPECÍFICO PRENSA ESCRITA: CO-LATINO Y EL MUNDO.	
2.1	Presentación de la Información de la Encuesta.....	64
2.2	Presentación de la Información de la Entrevista.....	93
2.3	Monitoreo de las Noticias del vespertino CoLatino.....	98
2.4	Monitoreo de las Noticias del vespertino El Mundo.....	99
III.	CAPÍTULO III “DIAGNÓSTICO SITUACIONAL SOBRE LA INCIDENCIA DE LAS NOTICIAS EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS. CASO ESPECÍFICO PRENSA ESCRITA: CO-LATINO Y EL MUNDO”.....	
3.1	Conclusiones	103
	Bibliografía.....	106

ANEXOS

No. 1 Cronograma de actividades.....	108
No. 2 Guía de entrevista.....	109
No. 3 Formato de Encuesta del CIOPS.....	112
No. 4 Matriz de Congruencia.....	113
No. 5 Noticias electorales.....	116

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación social desempeñan un papel importante en los procesos electorales, así también en la formación y divulgación de la opinión pública. Por tal razón, este trabajo de Investigación detalla en forma específica sobre el impacto de los Medios de Comunicación Social y su afinidad ideológica Política como herramienta, para incidir en la población durante períodos eleccionarios, específicamente los vespertinos Co-Latino y El Mundo.

Este trabajo está dividido en tres capítulos: El Capítulo I, que corresponde al Marco Teórico, abarca temas como la Importancia de los Medios de Comunicación, los Antecedentes de los mismos, Comunicación Política, Ideología Política, y las Corrientes Ideológicas Políticas en El Salvador. Además, se detalla la reseña histórica de los partidos políticos inscritos en el Tribunal Supremo Electoral para el período de elecciones 2003 y el Rol de los Medios de Comunicación en Campañas Electorales. Es decir, ubica al problema en forma teórica. Así también, contiene el sistema de objetivos; con el general se pretende determinar cuál es la incidencia de los medios de comunicación social y su ideología, en la población salvadoreña, en períodos electorales.

Por otra parte, con los objetivos específicos, se pretende estudiar el rol de los Medios de Comunicación y su ideología en los procesos electorales, determinar la incidencia de los periódicos Co-Latino y El Mundo, en la población votante, en períodos electorales; y finalmente, identificar la influencia ideológica de los periódicos Co-Latino y El Mundo, en el comportamiento de los votantes.

También, se detalla el sistema de hipótesis, incluyendo variable independiente y dependiente con sus respectivos indicadores.

En el Capítulo II se da a conocer la Investigación de Campo, en donde se desarrolló la encuesta con el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) en todo el territorio nacional, con el propósito de obtener información cuantitativa; mientras tanto, se realizó una entrevista a suscriptores de los periódicos Co-Latino y El Mundo, a fin de recopilar información de tipo cualitativa para una mejor comprensión del tema objeto de estudio.

Finalmente, el Capítulo III presenta un Diagnóstico Situacional sobre la incidencia de los Medios de Comunicación Social Salvadoreños y su afinidad ideológica política como herramienta para incidir en la población en períodos electorales, específicamente los vespertinos: Co-latino y El Mundo; a través del cual se concluye que los medios de comunicación social juegan un Rol importante dentro de los procesos electorales, ya que son generadores de opinión pública y a la vez influyen en la decisión de la población induciéndolos a emitir el voto.

CAPÍTULO I

“MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SALVADOREÑOS Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA, COMO HERRAMIENTA PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS”.

1.1 Los Medios de Comunicación Social

Los medios de comunicación son parte fundamental del desarrollo de un país. La comunicación es un ámbito de influencia en donde se realiza una serie de ideas y acciones, para luego, retornar tanto a la sociedad civil como a los sectores políticos.

Los medios de comunicación son formadores de la opinión pública, y la opinión pública es el espacio donde converge la cultura política de un país. También, es necesario decir que los medios de comunicación son manipulables y que son manipulados. También son un enlace, un dominio compartido en donde converge tanto la sociedad civil como el poder político. Los medios reflejan para las dos vertientes y alimentan con ese reflejo las amplias nociones de convivencia política de una nación o pueblo.

Los medios son un sistema que construyen concepciones que no son una copia fiel de lo que ocurre en las sociedades. La sociedades producen sus insumos y los medios los reelaboran, incluso con intereses provenientes de los mismos sectores sociales. Por esta razón los medios jamás serán objetivos, a no ser que la objetividad sea una categoría que sirva a los intereses de un sector social.

La Prensa, la Radio y la Televisión son los medios en que se desarrolla el ejercicio periodístico. Entre los tres existen diferencias esenciales que conviene

resaltar: mientras la prensa es manejada por empresas de propiedad, la radio y la televisión están sujetas a concesiones, debido a que en el espacio aéreo en que se difunden es propiedad de la nación. Además, su misión es transmitir todo aquel evento, suceso, y hecho que directa o indirectamente eduque o afecte a la población.

En El Salvador existen 251 estaciones radiales AM/FM, 28 canales de televisión inscritos, 7 periódicos, 35 revistas impresas y 5 revistas digitales.

Harold Adams Innis y Herbert Marshall, argumentan que una de las formas en que se ejerce el poder social y político es a través del control de los medios de comunicación. Ellos sostienen que las élites pueden controlar mejor algunos medios de comunicación que otros.

1.2 Antecedentes de los Medios de Comunicación social

1.2.1 La Prensa Escrita

El periódico, tal como hoy lo conocemos, nació en Inglaterra, en el Siglo XVII. Pero con anterioridad a esta fecha existieron distintas formas de comunicación social. En la Roma antigua existían distintos medios de información pública, tal es el caso de las “Las Actas Públicas o de Actas del Pueblo”, estas consistían en una serie de tabloncillos donde se entregaban los últimos y más importantes acontecimientos sucedidos en el Imperio.

Con la invención de la imprenta, ya en la Edad Media, aparecieron otras publicaciones periódicas. Estas informaban sobre hechos excepcionales.

Los gobiernos de la época pronto comenzaron a utilizar la información como propaganda, desarrollando los temas en un formato de libro y portada ilustrada. La iglesia, por su parte, realiza publicaciones de contenido popular.

Desde el año 1600, Las Gacetas, con periodicidad semanal, eran impresas por editores privados, pero pronto quedarían bajo la protección de los Estados Absolutos que las utilizarían como medio de propaganda.

Ya en el siglo XVIII las empresas periodísticas introdujeron innovaciones técnicas, establecieron una infraestructura informativa para la recepción de noticias y mejoraron los sistemas de distribución, a medida que se desarrollaron las redes del ferrocarril.

La visión comercial era incorporada al desarrollo de la información, aparece una nueva mentalidad, con un fin lucrativo que permitió modernizar la empresa, reducir costos y aumentar la capacidad productiva.

Cabe destacar que en esa época, el 80% de la población era analfabeta, el publico-lector de periódicos era una minoría ilustrada compuesta por nobles y clérigos, miembros de la burocracia, oficiales del ejército y algunos sectores de la clase media profesional, tales como médicos, profesores, abogados, entre otros.

La prensa constituye un medio de comunicación que no es muy familiar; la prensa es una necesidad en las sociedades modernas, tan extensas y complejas.

Según Martín Vivaldi, prensa es un medio específico de comunicación y expresión del pensamiento. Así también, considera al periódico como un mensaje diario; por tanto un medio expresivo que contiene algo, dirigido para alguien. Para Vladimir Illich y Lenin Stalin, gobernantes de la ex-uniión de repúblicas socialistas feministas, la prensa no es solamente un medio de propaganda y agitación, sino también un medio de organización de la colectividad.

Por otra parte, la prensa salvadoreña es entendida como un medio de producción, circulación de ideología y cultura, dirigido al raciocinio humano por su inducción a la lógica del pensamiento; dado esta por la característica de la prensa de ser retomada y analizada por el lector.

1.2.2 La Prensa como Medio Privilegiado

Los diarios, las revistas y los libros han disfrutado siempre de una posición relativamente privilegiada entre los medios de comunicación masiva, debido a que lo escrito, y específicamente la prensa, induce al raciocinio, ya que al presentar una mayor argumentación sobre los hechos, logra tocar la lógica del razonamiento lo que implica un mayor grado de explicación de los acontecimientos.

Otros medios como la radio y la televisión también inducen al raciocinio; pero ambos al caracterizarse por su instantaneidad no pueden ser retomados como la prensa, cuyo público puede remitirse al mensaje de cuantas veces lo desee.

1.2.3 Características Esenciales de la Prensa

- Actualidad
- Universalidad
- Periodicidad y
- Acceso al público

El principio de actualidad se entiende como que todo hecho para ser periodístico, tiene que ser reciente y último.

La Universalidad se refiere al ámbito del área que cubre un acontecimiento noticioso. En relación con esto, las noticias pueden ser nacionales, internacionales o mundiales.

Luego, la periodicidad, se refiere al campo de actividad de los medios y a la función informativa que cumplen dentro de un espacio geográfico. Según su periodicidad los medios pueden ser: Diarios, semanarios, anuarios, etc.

Y finalmente, el acceso al público viene dado por el hecho de que la prensa se adquiere fácilmente: En las calles, agencias distribuidoras o por medio de suscripciones.

1.2.4 Imparcialidad de la Prensa

La imparcialidad debe cultivarse como una virtud, como un esfuerzo del periodismo de alcanzar ese ideal, que será posible mientras se mantenga al margen del error, la predisposición y el colorido falso.

Además, la declaración del principio del periodismo centroamericano suscrita en Nueva Orleans, en junio de 1993, por los directores y gerentes de comunicación de la región establece que “Los medios son responsables de la veracidad de sus informaciones.

Si bien no lo son respecto a la de sus anuncios comerciales, deben evitar que los que conduzcan a engaño o evidentemente no expresan la verdad” y más adelante agrega. “La independencia financiera es un instrumento para robustecer la independencia periodística. Por ello, los medios no deben procurar privilegios o favoritismos de los poderes públicos o privados”.

En su declaración de principios, los dueños de los medios centroamericanos afirman que “nuestra autonomía es requisito indispensable para ejercer el periodismo conforme a los principios fundamentales de la profesión”, por lo tanto, rechazan toda forma de coerción del poder público sobre la libertad de expresión y la de búsqueda y difusión de informaciones y opiniones”.

Aunque no hay una referencia clara a la búsqueda y difusión de la verdad, al menos la necesidad de independencia, lo que significa que la parcialidad es voluntaria. Por lo tanto, la opción de los medios es, en este caso, deliberada.

Es evidente que la visión de los dueños de los medios de comunicación debe cambiar en lo que respecta al manejo de la información en la noticia. En el ejercicio del periodismo, la autonomía es indispensable para poder ser ético y eficaz en la comunicación social. La responsabilidad es otra virtud imprescindible en el quehacer periodístico.

Los periodistas se deben a la opinión pública a la que deben informar verazmente sobre todo los asuntos de interés social por encima de cualquier

otra consideración. De estos principios básicos la autonomía y la responsabilidad, se derivan otros que si no son bien entendidos, pueden poner en riesgo la independencia de los medios o conducir a conflictos de interés.

Estos principios serían en de la diversidad de fuentes informativas como requisito básico para aproximarse a la verdad; la separación tajante entre la función informativa-editorial y la publicitaria-comercial, la no discriminación en el lenguaje periodístico, las pautas para guiarse en el tratamiento de lo privado y lo público, y la autorregulación de los medios en cuanto a practicar el deber de la rectificación y el derecho a la réplica.

Eduardo Ulibarri al hablar de “El Papel de los medios de comunicación en una sociedad democrática” resaltó “diez fieles compromisos” en el ejercicio de la labor periodística, entre las cuales destacó la independencia “para poder cumplir con las demás guías”.

Los medios deben cuidarse “del poder, cuidarse de que no nos puedan Influenciar ni seducir”. La responsabilidad es “estar al tanto de las exigencias y necesidades que plantea la sociedad y tratar de satisfacerlas”. En tercer lugar, la ética como exigencia del medio de comunicación para “satisfacer las expectativas del público”.

Por último, Ulibarri considera que la calidad, la fidelidad y la exactitud, definidas como gente buena, no distorsionar la realidad, premeditadamente y tener cuidado en los detalles, como la descripción exacta de los hechos tal como sucedieron sin omitir nada, ni tergiversar los acontecimientos o sobre dimensionándolos.

Este ejercicio periodístico en la democracia incluye también la variedad de información, la sensibilidad ante los cambios de la sociedad, la amenidad y la eficacia empresarial, pues si las empresas no son bien manejadas, se acaban, y, por último, la voluntad hacia el cambio para responder a todas las necesidades y actitudes del público.

Sin embargo, en cada mesa de redacción de todo medio de comunicación en el continente, todos los días se libran calladas batallas éticas en las que victorias y las derrotas transcurren en silencio, según palabras del Periodista colombiano Javier Darío Restrepo.

1.2.5. Ventajas y Desventajas de la Prensa Escrita

Ventajas

La prensa escrita está considerada como un medio gráfico de gran valor entre los clásicos. En general, es uno de los medios fundamentalmente utilizados por las ventajas siguientes:

- Precio económicamente bajo, en comparación a otros medios
- Se lee donde sea y cuando sea
- Tiene gran cobertura
- Permite una insistencia tenaz
- Asegura constancia en la audiencia diaria
- Garantiza a cada anunciante una misma circulación
- No tiene restricción de tiempo o lugar. El consumidor escoge cuando leerla
- Es permanente
- Es transferible a otras personas
- Se usa materia prima reciclable.

Además, un periódico goza de una amplia circulación secundaria e indirecta, es decir, los lectores que no compran el periódico y que lo ven en oficinas o cuando están de visita en otros lugares, esto permite elevar el número de lectores y el impacto o influencia que busca generar en la opinión pública.

Desventajas

Una de las desventajas de la prensa es su público, ya que es heterogéneo, de esto sucede la efectividad haciendo que las acciones de propagación ideológica-política sean inútiles para unos grupos concretos de votantes o adeptos de determinada línea de pensamiento.

También, hay que considerar que la vida de un periódico es muy limitada, ya que se reduce prácticamente a un día, por lo cual, y como consecuencia las campañas llevadas a cabo a través de él, gozarán de un efecto temporal mínimo. Por otro lado, es un elemento complementario dentro de una campaña propagandística, puesto que su audiencia se limita a una cuarta o quinta parte de un mercado electoral o religioso.

Una segunda diferencia: radio y televisión pueden incluir o no información periodística en su programación (musical, deportiva, etcétera) mientras que la prensa tiene como única oferta y razón de ser información periodística.

Bueno o malo, cierto o falso, comercializando o no, el periodismo es el principal artículo de la prensa escrita.

La tercera diferencia entre la prensa, por una parte, radio y televisión por otra, es que el perceptor de los medios electrónicos no tiene arbitrio sobre los mensajes que recibe: es un destinatario relativamente pasivo del mensaje y

siempre está sujeto a escuchar información que no escoge y que frecuentemente se lo dosifica con intercalamiento de anuncios comerciales que no busca.

Por el contrario, el lector de periódicos es un perceptor activo; elige y compra la publicidad que quiere, selecciona los textos que juzga de interés (incluidos los anuncios publicitarios) y determina el momento de la lectura.

La prensa es el medio periodístico tradicional y permanente en poder del público indefinidamente. Las publicaciones impresas pueden conservar en una casa, en una biblioteca, en un archivero, para su consulta posterior, sin que se requiere tecnología audiovisual que exigen los medios electrónicos.

Sin embargo, cuando la radio ejerce su función periodística transmite noticiarios, entrevistas, conferencias y acontecimientos noticiosos que el público puede conocer en el momento en que se están produciendo, algo de lo que carecen los periódicos.

Y es que entre las características singulares de la radio se encuentran la rapidez y la oportunidad, pero, al penetrar por los oídos, obliga al auditorio a realizar un esfuerzo de retención prácticamente imposible. Su mensaje informativo no puede conservarse con fijeza; el radioescucha está imposibilitado para buscar una ampliación de mensaje, abarcar los datos de manera global, repetir la “lectura”, escoger lo que le parece mas importante .

Basta recordar que la tasa de analfabetismo en adultos es del 17% y el índice de abandono escolar y de repetición de curso es del 40%, ya que una cuarta parte de los niños que comienzan la enseñanza primaria abandonan los

estudios antes de llegar a quinto grado, según cifras del Ministerio de Educación y del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia de 1998.

1.2.6 La Prensa Escrita como Instrumento Ideológico-Político, para incidir en la Población en Períodos Electorales.

Los medios de comunicación sirven para transmitir mensajes ideológicos-políticos que se utilizan para las campañas electorales de persuasión al electorado. La prensa escrita es utilizada para difundir mensajes que llevan la intención de influir en las personas para conducirlos a actuar en beneficio de quienes emiten los mensajes; en este sentido, los institutos políticos hacen uso de esta estrategia para penetrar en su público meta.

La mayoría de la población considera que las noticias publicadas por los periódicos no son objetivas y hasta las califican como sensacionalistas. Frecuentemente la opinión pública concluye que la información de los periódicos están inclinadas hacia un determinado partido, esto de alguna manera pone en peligro la credibilidad de que gozan.

La opinión pública reconoce que la propaganda difundida por la prensa escrita ejerce una gran influencia en la conducta de los individuos, que a veces se ve reflejada en su toma de decisiones, como en el caso de las preferencias políticas. Prueba de ello, es que la parte editorial de dos de los periódicos de mayor circulación son consideradas objetivas al presentar reportajes sobre líderes políticos pese a que pueden influir en la decisión política de la persona a la hora de emitir el sufragio.

1.2.7 La Noticia: Razón de ser del Periodismo.

1.2.7.1 Conceptualización de Noticia

Es el género periodístico por excelencia, trata de informar con el menor número de palabras posibles lo esencial de un hecho o suceso determinado. Se encarga de relatar acontecimientos actuales y novedosos, que interesan al lector, aunque muchas veces lo que se produce con inmediatez no es el hecho en sí, sino el descubrimiento de un suceso que ocurrió hace tiempo y que ahora se hace público.

Es el género más cercano a la objetividad, porque la información que transmite son datos y hechos concretos, nunca opiniones; por eso, la primera persona del singular no tiene cabida en ella y, en ocasiones, la noticia ni siquiera lleva firma, y su estilo es frío e impersonal.

Así también, al momento de redactar la noticia no se debe pretender ser el más original o el más creativo, sino el más preciso, y más profesional.

El estilo lingüístico utilizado está claramente definido por las siguientes normas:

- Claro,
- Concreto, y
- Conciso.

Claridad:

Porque se escribe para un lector heterogéneo, que tiene muchos niveles culturales; es preferible utilizar los verbos en vos activa y en tiempo pasado, así como evitar la ambigüedad y omisión de palabras técnicas.

Concreto:

Porque en la información se presentan únicamente los elementos de un solo suceso, por lo que debe poseer redacción singular.

Conciso:

La noticia debe redactarse en forma concisa, es decir, que en cada línea cada palabra debe tener sentido y significación. Es decir, que la estructura de la noticia debe poseer los tres elementos gramaticales, siendo estos: Sujeto, núcleo verbal y predicado.

En la noticia se deben incluir los datos esenciales para la comprensión del acontecimiento. Se tiene que proporcionar al público las respuestas a las preguntas ¿Quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿porqué?.

La redacción de la noticia presenta pautas rígidas con escaso margen para la creatividad u originalidad, por parte del profesional de la información. Sin embargo, es el género que con mayor eficacia cumple la función que es considerada prioritaria para el periodista: la de informar.

1.2.7.2 Estructura de la Noticia**Externa:**

La forma o estructura externa son las tres partes que fácilmente pueden distinguirse en su presentación o composición tipográfica.

- ❖ Cabeza o titular de la noticia
- ❖ Entrada o párrafo inicial que la sintetiza
- ❖ Cuerpo o desarrollo informativo de sus detalles

Interna

Se refiere al fondo o contenido informativo que posee. En la estructura interna hay dos aspectos: Elemento y Circunstancias.

- a. Elemento:
 - Qué : El hecho que ha sucedido
 - Quién: El autor o autores del suceso.
- b. Circunstancia
 - Cómo : El modo o forma en que se produce.
 - Cuándo: El tiempo, ya sea día, hora o duración
 - Dónde : El lugar donde sucede el acontecimiento.
 - Por qué: Causas o motivos del suceso.

1.2.7.3 Características de la Noticia

La noticia posee las siguientes características:

- ❖ Actualidad dinámica: Es la expresión de presente abierto a futuro
- ❖ Novedad: Lo que no era conocido y lo es ahora
- ❖ Generalidad: De interés para la sociedad y no para pocos individuos
- ❖ Eticidad: En el contenido o en las consecuencias.
- ❖ Interés humano: Induce la efectividad del lector.
- ❖ Verdad: Hechos reales¹.

1.2.7.4 Clasificación de las Noticias.

Si bien las noticias son tan variadas como la realidad, pueden ser calificadas por su relación con tres líneas generales:

- ❖ Con la afirmación o negación de un hecho.
- ❖ Con la consumación de un suceso
- ❖ Con la fuente que proporcionó los datos esenciales.

La afirmación o negación de un hecho no debe confundirse con la valoración que del mismo puede hacerse. Una noticia afirmativa no necesariamente es positiva, como una negativa puede no ser tal en su significado para un determinado público.

Por regla general, la noticia afirmativa tiene mayor importancia en los receptores. La negativa, la que da cuenta de lo que no se hizo o dijo, tiene un tono aclaratorio propio del desmentido y rara vez suscita el interés periodístico.

- a) Noticia de un hecho consumado: La que se refiere a un suceso que ya ocurrió.
- b) Noticia de un hecho futuro: Lo que anticipa un suceso que está por ocurrir.
- c) Noticia de un hecho probable: cuando se informa que probablemente o tal vez ocurra un suceso.

En relación con la fuente de donde surgieron los elementos centrales de la noticia puede hablarse de:

- ❖ Noticia oficial
- ❖ Noticia extraoficial
- ❖ Noticia de observación directa
- ❖ Noticia de ambiente.

Cuando una institución pública o privada se responsabiliza de la información que proporciona se está frente a una noticia oficial.

Cuando un funcionario o empleado de una institución pública o privada proporciona una información confidencial, pero autoriza su difusión, la noticia se vuelve extraoficial².

En la noticia de observación directa pueden agruparse todas las demás noticias que el reportero atestigua de manera personal.

Cuando no es un hecho, sino una especie de atmósfera lo que retrata, se está ante una noticia de ambiente muy próxima al reportaje.

1.2.7.5 Tipos de Noticias.

- **Noticias de Cifras:** Es aquella en la cual se mencionan cantidades o cifras numéricas. En esta se menciona la diferencia de un producto si ha aumentado o disminuido su producción. La parte fundamental de esta noticia son las cifras, por lo tanto se requiere que esta sea calificada con cuidado y que incluya invariablemente un punto de comparación.
- **Noticia Positiva:** Es la que afirma y la negativa es la que niega los hechos, esta no debe ser extensa y no debe desplegarse a varias columnas.
- **Noticia de hecho consumado:** Es la información de un acontecimiento ocurrido.

Idem² . Págs. 37-39.

- **Noticia oficial:** Es cuando una dependencia oficial del gobierno da la información y se le atribuye a ellos.
- **Noticia extraoficial:** Es cuando un funcionario da a conocer una noticia al reportero y le comunica que es confidencial, pero que puede publicarla sin atribuírsela a él.
- **Noticia de Comentario:** Es aquella que descansa en un portavoz autorizado, es imprescindible dar la fuente o el nombre del actor, de lo contrario, pierde casi toda su importancia. Esta es una información en la que algunas personas interpretan tal o cual hecho. Es imprescindible que no parezca que la interpretación es del medio, sino que éste únicamente cumpla con darlas a conocer al público.
- **Noticia de Impresión:** Hay reportajes de impresión que no se obtienen de ninguna fuente, ni por declaraciones ni por boletín, sino de los que flotan en el ambiente. Estas notas pueden estar en todas partes o en ninguna.
- **Noticia emocionante:** Hay ciertos acontecimientos por ningún sector social en lo particular.
- **Noticia roja:** Son las noticias originadas en cualquier crimen, delito o infracción; sobre esto hay polémicas para la divulgación de nota roja.

1.3 Primer Periódico de El Salvador

Como consecuencia lógica de la introducción de la primera imprenta en el país, el padre Matías Delgado, fundó el primer periódico salvadoreño llamado: El Semanario Político Mercantil, el 31 de julio de 1824, conjuntamente con el presbítero Miguel José Castro y Lara, encargado de la redacción.

El periódico que circuló cada sábado era de carácter político, científico y cultural, pero además, con ideales revolucionarios, pues defendió con propiedad los postulados de la independencia y apoyó la idea de una iglesia nacional, representada entonces por el presbítero y Doctor don José Matías Delgado. El Semanario político Mercantil fue un gran apoyo al gobierno del general Manuel José Arce, cuando los políticos de aquel tiempo se negaron a colaborar con él.

Así aparecieron periódicos como “El Monitor”, en Julio de 1835, tendencia liberal, el cual informó sobre las luchas del General Francisco Morazán. En 1838 aparece “El Nacional”, siendo Presidente del Estado Salvadoreño el General Morazán; apoyó las luchas unionistas de la época y registró en sus páginas, los méritos, esfuerzos, triunfos y derrotas del defensor de la unidad del istmo.

Otras publicaciones aparecieron en 1840, como el “Correo Semanario de El Salvador”, editado en Cojutepeque, cuando la capital se había trasladado a ese lugar después de un terremoto que la destruyó casi totalmente. Además, surgieron el “Boletín Oficial”, en enero de 1841; “El Salvadoreño” y “El Noticioso”, en 1844; “El Salvador Regenerado”, en 1845, y “El Crepúsculo”, en 1847.

Asimismo, surgieron periódicos como “La Razón”, en 1849, y “Periquillo El Hablador” y el “Albolario Plebeyo”, en 1850. Durante la segunda mitad de este milenio aparecieron al menos 23 periódicos más, que fueron desarrollando las bases del periodismo profesional en el país.

De éstos cabe mencionar el Diario de El Salvador, en 1895. Este fue el primer Diario salvadoreño que introduce desconocidas modalidades en el periodismo

nacional. Editado por un escritor nicaragüense Román Mayorga Rivas; este diario da comienzo en el país al periodismo moderno.

1.4 Los Actuales Medios de Comunicación Escrita en El Salvador

1.4.1 La Prensa Gráfica

Un avance importante de la prensa escrita salvadoreña se da el 10 de mayo de 1915, cuando sale a la luz pública “La Prensa”, publicación de carácter permanente y con una línea editorial de orientación independiente, alejado de la política partidarista.

Los antecedentes de su nacimiento se remontan a la fundación de la sociedad “Dutríz Hermanos” conformado por don Antonio y José Dutriz, quienes en 1903 organizaron la Editorial “Tipografía La Unión”, con el propósito de publicar libros, revistas y periódicos.

En 1928, don Antonio Dutriz se retiró del periódico, quedando como director don José. Más adelante, en mayo de 1939, se funda “El Gráfico”, que tres meses después se fusionó con “La Prensa” adoptando un nuevo nombre.

Hasta el año de 1939 “La Prensa” fue un periódico de tamaño estándar de 8 columnas. El 10 de agosto, con el afán de brindar al pueblo salvadoreño mejores servicios informativos en forma más amplia y seguir estrechamente la transformación del periódico ilustrado, “La Prensa”, adoptó el tamaño tabloide y modificó su nombre llamándose desde entonces “La Prensa Gráfica”.

Es desarrollo de este rotativo a lo largo de sus años de existencia ha contribuido a que éste se mantenga entre uno de los de mayor circulación a

nivel nacional y que además su edición diaria, al paso de la tecnología, se encuentra ya en la versión electrónica en Internet.

1.4.2 El Diario de Hoy

El Diario de Hoy durante el conflicto armado mantuvo una postura crítica al movimiento popular del momento. Después de la firma de los Acuerdos de Paz su postura cambió a una más moderada, pero siguiendo siempre su tendencia.

El Diario de Hoy fue fundado el 2 de mayo de 1936, en la 8a. Calle Oriente No. 35 en la cuesta del Palo Verde, en San Salvador, dirigido por los periodistas Napoleón Viera Altamirano y Rubén Membreño.

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

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

Hacia la computación

En agosto de 1986, la empresa decide un nuevo cambio y se sustituye el para ese entonces ya anticuado sistema Hendrix por un moderno y muy rápido para su época sistema de proceso ATEX, asignando terminales de trabajo a todos sus redactores y levantadoras de textos.

Atex tenía la capacidad de procesar información proveniente de varias decenas de terminales y contaba con memoria de varios millones de palabras, procesamiento simultáneo, variedad de tipología y tamaño de letras.

En 1991 se cambia nuevamente y se adquiere un nuevo sistema Macintosh que procesa las informaciones, arma las páginas, hace insertos de gráficas, fotos y además separa colores de diferentes artes. Todo lo anterior, simultáneamente en diferentes terminales.

Además de adquiere un sistema IBM de proceso de palabras exclusivo para redacción, diversificando las funciones de los diferentes departamentos de producción, adjudicando los equipos idóneos en cada uno de ellos. Con lo anterior, tres sistemas enlazados por cable o teléfono, el periódico se alimentaba de sus propios archivos.

“El diario confesó desde el primer día, su profesión ideológica centroamericanista. Hizo lema una frase: Hay que hacer un gran pueblo de Centroamérica”.

En la era digital

Con una posición sólidamente instituida en el periodismo impreso, El Diario de Hoy decide incursionar en la era digital y se constituye, en noviembre de 1995, en el primer medio de comunicación de El Salvador en Internet. A través del dominio www.elsalvador.com, las ediciones informativas de El Diario de Hoy llegan a 35 mil usuarios que diariamente ven alrededor de 150 mil páginas con la información.

Ese año, elsalvador.com informó en primicia sobre el trágico accidente de un boeing 737 de Aviateca, procedente de Guatemala, con destino a Costa Rica.

La nave se estrelló contra el volcán Chichontepec de San Vicente. A partir de entonces, la edición electrónica de El Diario de Hoy mantiene su información en Internet. Siendo su actual Director el Ingeniero Enrique Altamirano Madríz.

1.4.3 Diario Co-Latino.

Este rotativo apareció el 5 de noviembre de 1890, titulándose Siglo XX, nombre de la imprenta en la cual se editaba, aunque de acuerdo a algunos registros históricos de la época a este se le apodó como “La Candela”.

Cuatro años más tarde, se funciona con la imprenta “La Luz”, cambiando de nombre por el de “Latinoamericano”, con el cual se continuó editando hasta comienzos del siglo pasado; luego se llamó “Diario Latino”.

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 las noticias en las páginas.

Este periódico era simbolizado por un Ave Fenix, alcanzó mucho prestigio e importantes premios internacionales, entre estos “El María Moors Cabot”.

De tamaño “estándar”, fue muy destacado por otros medios de comunicación nacionales y extranjeros, por la constante lucha y prevalecimiento de la libertad de expresión.

Por otra parte, a pesar de la presión ejercida durante los años del General Maximiliano Hernández Martínez, su firmeza, hizo que el vespertino no desapareciera a pesar de las amenazas y los ataques que impulsaba el Estado por los militares de esa época. Luego puso de nuevo el slogan “Las noticias de hoy, hoy mismo”. Con el transcurrir del tiempo fue registrado como Propiedad de la Editora Salvadoreña de Periódicos, Revistas y Publicaciones.

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, él se hace cargo de la dirección de Diario Latino, quien decidió cambios en el tamaño, ya que pasó a ser tabloide, y su orientación informativa al igual que otros medios escritos fundados en el siglo XX.

Un incendio destruyó los talleres en que se imprimía, en 1982, por un grupo de manifestantes que protestaban contra la Junta Revolucionaria de Gobierno que había depuesto al General Humberto Romero.

El heredero del periódico, Miguel Angel Pinto, cuatro años después de la muerte de su padre vendió la mayoría de acciones de Editora Salvadoreña a la Corporación “H”, liderada por Adolfo Rey Prendes, quien en 1986 fungía como

Ministro de, Cultura y Comunicaciones del Gobierno Demócrata Cristiano de José Napoleón Duarte.

Posteriormente, el periódico fue declarado en quiebra y embargado por el Banco de Crédito Popular, bajo la dirección del Periodista escritor Dr. Waldo Chávez Velasco, y estando la deuda clasificada en la categoría de los incobrables (D), la cuenta pasó a manos del Fondo de Saneamiento y Fortalecimiento Financiero (FOSAFFI), siendo este un organismo creado por el Banco Central de Reserva para la recuperación de carteras de Bancos líquidos.

Luego, en junio del año 1989, fue abandonado el Diario Latino, por lo que sus empleados no recibieron salarios ni sus respectivas indemnizaciones, y debido a que estaban en la Subseccional del Sindicato de Periodistas y Similares de El Salvador (SINPESS), logrando mantener la circulación del periódico enfocada hacia nueva era.

En sus más de cien años de trayectoria periodística Diario Latino ha sufrido diversos cambios, tanto en su línea editorial como en su parte organizativa, producto de los cambios socio-políticos que el país ha vivido. Hoy, en manos de los trabajadores, el periódico ha cambiado nuevamente su nombre a Co-Latino, desde el 1º de diciembre de 1995.

Los trabajadores, bajo la dirección del periodista Francisco Elías Valencia y un Consejo de Dirección (integrado por los trabajadores), dejaron el periodismo conservador y con un formato noticioso renovado y pluralista, relatando los acontecimientos de la guerra con veracidad. Esto no fue aceptado por el sector militar ni mucho menos por la administración del Presidente Alfredo Cristiani, y fue de esta manera como logró insertarse como un importante medio generador de la opinión pública nacional. En 1991 sufre un nuevo atentado incendiario.

Después del incendio que sufrió este rotativo fue restaurado con la ayuda nacional e internacional. Así también la Universidad de El Salvador y sus estudiantes brindaron su apoyo mediante la realización de horas sociales, y fue así como se logró reparar dicho periódico en un 70 por ciento, dos meses después del atentado.

Entre algunos donantes que dieron su ayuda para Diario Latino están: Oxfam Bélgica, Diaconía de Suecia, Federación Internacional de Periodistas (FIP), Organización Internacional de Periodistas (OIP), la Fundación para la Democracia de Estados Unidos y la Cooperación Española, entre otras. Así también, es digno mencionar a las organizaciones nacionales que dieron su aporte, siendo estas El CPDN, la Unión Nacional Obrero Campesino (UNOC), la Unión Nacional de Trabajadores Salvadoreños (UNTS), Iglesia Luterana Salvadoreña y Bautista Enmanuel y personas particulares.

Posteriormente, en el año de 1994, los trabajadores crearon la Sociedad Cooperativa de Empleados de Diario Latino de Responsabilidad Limitada (COLATINO de R.L.) y en 1995 tras un ilegal acoso jurídico propiciado por personajes ajenos, cambiaron el nombre de Diario Latino por Co-Latino.

Siendo la cooperativa blanco del bloqueo publicitario y de una serie de acusaciones en los tribunales, logró adquirir la rotativa, que se reparó con fondos de la ayuda internacional para los trabajadores. Por otra parte, la maquinaria y el terreno fueron obtenidos por los cooperativistas en procesos judiciales que culminaron en subastas públicas promovidas por el FOSAFFI. Finalmente, Co-Latino es el único periódico con 110 años de existencia en El Salvador, dirigido por una cooperativa de trabajadores.

1.4.4 Diario El Mundo

El 6 de febrero de 1967 nace un nuevo periódico en El Salvador, denominado “Diario El Mundo”, cuyo primer director fue Waldo Chávez Velasco. El rotativo Surgió con una mentalidad o línea editorial de libre acceso a las diversas corrientes ideológicas del pensamiento. El Mundo no tiene la más mínima vinculación con algún partido político. No apoya la candidatura de ningún político, reza parte del primer editorial publicado.

En el período de la guerra civil en el país, entre 1980 y 1992, fue el primero en permitir en sus páginas la publicación de campos pagados de los sectores laborales. 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, como el dedicado a la juventud: “Con permiso”.

En su vida editorial el periódico únicamente ha tenido dos directores y su actual, don Cristóbal Iglesias, introdujo el concepto de humor en sus páginas, a nivel de crítica, concepciones como el Resumen Semanal de fotografías, con imágenes de personajes del quehacer nacional.

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.

Diario El Mundo nace ante la necesidad de crear un periódico ágil, que diera las noticias el mismo día y que fomentara de esta forma el hábito de lectura vespertino. Es decir, la iniciativa económica se cristaliza en un diario que

pretende suplir las necesidades de información de un grupo objetivo, al cual “se le ha cubierto sus necesidades de información, ese grupo que venía creciendo, que vimos nacer y que dijimos esos van a ser nuestros clientes; y hemos creado un nuevo tipo de lector, ya no aquel que compraba el diario simple y sencillamente para hacer cartuchos, sino aquel que compra nuestro diario por su contenido, por sus editoriales”.

En relación al nombre escogido para el periódico, se tomaron en cuenta ciertos factores, como la objetividad y la información de hechos y sucesos, que representan las páginas impresas. En las páginas editoriales del primer ejemplar, se comenta sobre el nombre, lo siguiente: El nombre “El Mundo”, dio la idea de ser una ventana más hacia el resto del planeta, o un espejo en que se refleja a la vez la faz del mundo que habitamos y el rostro de este rincón del mismo en que vivimos.

Y no solamente se persigue reflejar lo que pasa en el mundo, sino también, equivale a poseer en cierto modo el mundo, a darse cuenta de cómo va; de qué problemas se suscitan en la múltiple y diversa gama de sus manifestaciones. A tomarlo como objeto de curiosidad.

Con estas consideraciones se ilustra, que cuando se decidió el nombre del periódico, se quiso sintetizar en el vocablo “Mundo”, la complejidad y la generalidad de la realidad que se pretende expresar a través de ese sistema conformado por noticias, comentarios editorializados, secciones fijas, caricaturas, campos pagados, etc. que conforman el periódico en su totalidad, con la finalidad de satisfacer la necesidad de información del público lector.

Personería Jurídica

En el Registro de Comercio, Libro 12, No. 149 del Juzgado Quinto de lo Civil, Editora El Mundo S.A. se constituye legalmente el 15 de noviembre de 1966 y entre algunas de las bases más importantes que contiene esta escritura, están:

Sobre forma y domicilio: La sociedad se constituye en forma anónima y se denominará Editora El Mundo, S.A., con domicilio en la ciudad de San Salvador, pudiendo establecer sucursales y agencias dentro y fuera del país.

Del Objeto Social: La compañía se fija como objeto y dedicará su capital y actividades a los negocios siguientes:

- a) Publicación y Edición de un periódico diario, venta y reparto de sus ejemplares al público.
- b) La importación y compra de papel, tintas y todo material y maquinaria relacionada con la impresión por cualquier medio o sistema.
- c) La impresión por cuenta propia o ajena de cualquier órgano de publicidad diario o periódica.
- d) La venta al público de cualquier material por medios antiguos o modernos.

Sobre Plazo Social.

La sociedad se constituye por y para el plazo de cincuenta años que se contará desde la fecha de inscripción del testimonio de la escritura, de su constitución en el Registro Mercantil.

Del Capital Social.

El capital de la compañía para el año de 1986 era de Doscientos Mil colones divididos en 400 acciones de un valor nominal de 500 colones cada uno,

totalmente pagadas. La suscripción y el pago de las acciones por cada uno de los otorgantes era como sigue: El Ingeniero Guillermo Enrique Borja Nathan, suscribió y pagó 170 acciones, o sea 85 mil colones.

Doctor Juan José Borja Nathan suscribió y pagó 170 acciones, o sea 185 mil colones.

Doctor José Eduardo Reyes suscribió y pagó 20 acciones, o sea 10 mil colones.

Doctor Waldo Chávez Velasco suscribió y pagó 5 acciones, o sea 2500 colones.

Don Alfonso Borja Nathan suscribió y pagó 25 acciones, o sea 12500 colones.

Arturo Claudio Enea Tona socialmente conocido por Arturo Tona, suscribió y pago 10 acciones que equivalían a 5000 colones.

1.4.5 Periódico Más!

Más!, nació el 22 de abril de 1998 y 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 y su estrategia de contenido es servir a comunidades que los otros medios del país ignoran o cubren poco, dentro de un contexto de seriedad, independencia y observación de principios morales que lo hacen un periódico familiar.

La misión del grupo Editorial Altamirano, es llevar a las audiencias y comunidades a quienes sirven, localmente y en el mundo por el medio web,

contenido del más alto valor periodístico, presentarlos con la máxima excelencia posible, y ser para cada una de las comunidades el centro del debate donde se discuten las ideas, críticas y propuestas más relevantes del país.

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

El éxito de este periódico se debe a los sectores donde llega la información, el cual está fundamentado en tener un ambiente de trabajo positivo para todo el personal, estar atento a las necesidades y fomentar la capacitación constante en todos los niveles y departamentos de los tres medios, siendo los presupuestos de capacitación, un rubro cada vez más importante en el Presupuesto Anual de Inversiones de este grupo Editorial.

La fuerza de cada uno de los tres medios es un poder confiado por los salvadoreños, confianza ganada durante sesenta y cinco años de experiencia, formando oportuna y verazmente, dispuestos a corregir desaciertos de hechos y criterios errados en algún contenido.

Durante las casi siete décadas siempre han luchado a favor de principios morales y causas justas, y de esta manera responden al futuro de la República de El Salvador y el derecho ciudadano de emitir un voto plenamente informado.

1.5 Antecedentes de la Radiodifusión

El 24 de Mayo de 1844, Samuel Morse, pintor Norteamericano, inventa El Telégrafo. Para el año de 1851, se instala el primer cable submarino entre Francia e Inglaterra.

En 1876, Alexander Graham Bell, físico Escocés, radicado en los Estados Unidos, inventa el Teléfono. En 1877, Thomas Alva Edison, contemporáneo de Bell, experimentaron cilindros giratorios recubierto de una lámina de Estaño, sobre el que vibraba una aguja, lo que da el nacimiento del Fonógrafo, abuelo del Tocabiscos.

En 1887, El Alemán Emil Berliner, inventó el Gramófono, desde ese entonces, se grabaría el Sonido, en un disco liso fabricado con resinas sintéticas.

En 1887, El Alemán Heinrich Hertz, había demostrado la existencia de ondas electromagnéticas capaces de transmitir energía sin necesidad de cables en forma de campos eléctricos y magnéticos alternos.

En 1895, Guglielmo Marconi, a sus 21 años de edad, hizo sonar un timbre en el sótano de su casa; apretando un botón situado en la buhardía sin haber ninguna conexión (historia del receptor inalámbrico), la telegrafía sin hilos, madre de la radio había sido inventada.

En 1896, el Profesor Ruso de matemáticas, Alejandro Popov, en un experimento independiente transmitió un mensaje por telegrafía sin hilos a 250 metros de distancia.

1897, Marconi, conectando una antena al transmisor, logró proyectar su señal a mil kilómetros de distancia. Luego en 1901, cubrió 3300 kilómetros que separan Inglaterra, de Terranova, en Canadá.

El 25 de diciembre de 1906, el Canadiense REGINAL FESSENDEN, realizó la primera transmisión de sonido. Fessenden, había logrado emitir directamente la voz humana sin necesidad de códigos, a una uno y medio kilómetros de distancia.

En 1907, Alexander Lee de Forest, norteamericano, inventa las válvulas de electrodos que transformaban las modulaciones del sonido en señales eléctricas, las cuales, transmitidas de una antena a otro, podían ser reconvertidas nuevamente en vibraciones sonoras.

La primera emisora en transmitir en una forma regular fue la KDKA, de Pittsburgh, instalada en el garaje de la Westinghouse.

La radio Corporation Of America, RCA; con la ayuda del Presidente Franklin D. Roosevelt 1921, inician con París, Francia, los primeros programas. En 1922, se funda la BBC de Londres.

En ese mismo año los Rusos, gobernados por Vladimir Ilich, inician la investigación y aprovechamiento de la radio sin fronteras, como él la llamaba.

En enero de 1923, se realizó el Primer Enlace de estaciones de radio, Esto se efectuó en un concierto, entre New York y Boston; a este enlace de estaciones se le conoció como Cadena de Radios.

1.5.1 La Radio en El Salvador

La radio ofrece su función periodística cuando transmite Noticiarios, Entrevistas, Reportajes, Música, Deportes, Acontecimientos noticiosos que el público puede conocer en el momento en que se están produciendo. Sus características

singulares son la rapidez, por la penetración en el público, convirtiéndose en el medio de mayor información. El fenómeno de la radiodifusión en El Salvador se inicia con la primera estación fundada en 1910, que tuvo como fin el de comunicarse con los barcos que navegaban por las costas de Centroamérica.

Los primeros mensajes transmitidos se les denominó "Marconigramas", en homenaje al inventor del Telégrafo sin Hilos : Guillermo Marconi.

En 1924/25 se hicieron los primeros ensayos de radiotelefonía en la estación Venustiano Carranza, llamada Radio Telégrafo de Chiapas, las que ascendían con impulsos telegráficos y salían como chispas por un alambre conductor hacia la antena. Esta fue donada por el General Venustiano Carranza, en agradecimiento al Presidente Salvadoreño Don Carlos Meléndez; quien durante la revolución Mexicana le había enviado armas.

La primera estación que funcionó en Centroamérica, a iniciativa del Señor Ricardo Posada, Director de Telegrafos (CTE/ANTEL) que fue instalada en el último piso del Teatro Nacional. En 1926, las antenas se colocaron en la terraza del mismo edificio. La Radio AQM (iniciales que respondían al nombre del mandatario Don Alfonso Quiñonez Molina).

El 7 de febrero se hizo la primera transmisión Experimental.

El 1 de marzo se transmitió un concierto organizado por los empleados de Telégrafos, con motivo del cumpleaños de su Director Don Ricardo Posadas.

1927, Cambia sus siglas, con las iniciales RES, RADIO EL SALVADOR.

Luego en 1933, Cambia nuevamente sus siglas a RDN, RADIO DIFUSORA NACIONAL.

1936, Cambia oficialmente a las Siglas “YSS”. ALMA CUSCATLECA, y se les mantiene hasta 1978. La radio fue trasladada al Parque Venustiano Carranza, en los alrededores de Casa Presidencial, luego a las bodegas del IVU, en la Colonia Monserrat.

En 1979 modifica nuevamente su nombre y no las siglas y es conocida como YSS radio del Pueblo. 1985 cambio a otra mención como Radio El Salvador.

1.5.2 La Radiodifusión Comercial en El Salvador

En 1936, don Fernando Alvayero Sosa, sale al aire con la YSP, la VOZ DE CUSCATLÁN (su sede era en el edificio de la Policía Nacional). En ese entonces, el presidente de la República era el General Maximiliano Hernández Martínez. Don Fernando era empleado de la policía y persona de confianza del presidente. La YSP, luego, pasó a un local particular en el Club Rean, de donde se transmitían conciertos bailables desde sus estudios para los radio oyentes.

Todas estas radios transmitían en amplitud modulada A.M.

En 1941, nace YSR (La voz de El Salvador), de don Alberto Cevallos.

1942, en esos tiempos, los locutores trabajaban sin autorización, y en ese mismo año el General Martínez decreta el Reglamento para la Radiodifusión.

1943, Radio Mil, de don Fernando Alvayero, que en 1944, por la revolución contra el General Martínez pierde la frecuencia. 1944, nace YSI, Radio Intercontinental de Don Ricardo Ramos. 1945, surge YSF, Radio Vanguardia, de Don Enrique Salazar.

1945, YSY, Radio Victoria, de los Señores Enrique Salazar y Dionisio Vega (se dividen y este último crea Radiopolis). Ahora esa frecuencia la utiliza Radio UTEC. 1945, YSR, YSF, YSHQ, forman la primera Radiofónica de Centroamérica.

En el año de 1946, un dos de diciembre nace YSU, la voz suprema del espacio. 1948, sale al aire YSC, Radio Mil 25 de Don Felipe Ochoa Valenzuela. Y en 1952, nace YSDF, la que revoluciona la Radiodifusión en El Salvador y Centroamérica, la Voz del Trópico, su propietario Don Tolin Meardi.

1.6 Historia de la Televisión

La televisión en El Salvador surge el 7 de septiembre de 1956, con el Canal 6, siendo sus siglas YSEB, y transmitiendo programas cómicos.

En el año de 1958, surge el Canal 4, siendo sus siglas YSUTV, con programas “Buscando Estrellas”, al surgir el Canal 4 quiebra el Canal 6; tomando un estilo cubano. Fundándose también lo que en ese tiempo se llamó uno de los telesistemas más completos y técnicos avanzados en Latinoamérica.

Posteriormente, en 1963, surgen los Canales 8 y 10, siendo educativos y con base a los artículos 63 y 43 del Ministerio de Educación.

En 1965, surge el Canal 2, siendo sus siglas YSRTV con programas como “El minuto de Dios”. Luego en 1973, surge nuevamente el Canal 6 con nuevas modalidades, como el color, siendo sus siglas YSWL.

En 1976, se reciben las primeras transmisiones de comunicación o señales vía satélite para la televisión salvadoreña.

En 1984, después de consolidar sus bases de muchos triunfos y la introducción del color en 1973 por parte del Canal 2, 4 y 6 se publica en los rotativos nacionales la fusión y la creación de la Telecorporación Salvadoreña. En 1985, surge el Canal 12 con siglas YSWX.

Existe otro segmento televisivo considerado como un medio alternativo, la televisión vía satélite o cable, la cual cada día gana más terreno en el país, debido a la gran variedad que canales que encierra y cada cual con una programación selectiva.

A partir de la década de 1973 con la aparición de la televisión en color la audiencia televisiva se incrementó, habiendo sectores como la industria del cine que sufrieron declive con el cierre de muchos locales.

1.7 La Comunicación Política

La comunicación política es una disciplina nacida en el siglo XX. Sin embargo, la lógica estratégica que conlleva esta disciplina ha sido utilizada lo menos sistemáticamente desde el comienzo mismo de la organización social y política de la humanidad.

La comunicación política es el conjunto de técnicas de investigación, planificación y difusión que se utilizan en el diseño y ejecución de las acciones estratégicas y tácticas que tienen objeto llegar más eficientemente al destinatario de la información a transmitir.

La comunicación política es, sin duda, el instrumento más importante que liga la acción y el pensamiento de los políticos con la sociedad civil de las naciones.

Tomada ampliamente, la comunicación política es una dimensión conceptual y pragmática que sirve para realizar labor de intercambio y de reformulación

En el plano comunicativo, el pluralismo de opiniones es fundamental para una democracia, que debe de manejarse de los monopolios en el manejo de la información, porque en el tanto que exista mayor diversidad de criterios, más reacciones generarán un determinado hecho, caso contrario, en cuanto menor sea la oferta informativa, mayor será el control sobre una situación.

La dimensión de la política es todo aquello que concierne a los modos de convivencia, a las vivencias en conjunto de seres humanos y de instituciones.

Así que la comunicación es vital para la democracia, de hecho sustenta y propicia la vivencia democrática.

Al existir en la comunicación la posibilidad de concretar acuerdos y de esparcir entre la sociedad civil estos acuerdos, la democracia se convierte en un sistema que permite la pluralidad de opiniones. La posibilidad de discutir sin represión lo que puede ser bueno para todos es lo que caracteriza a la democracia.

La posibilidad de comunicación es lo que genera las actitudes para la convivencia democrática.

Por otra parte, la comunicación es un ámbito de influencia en donde se realiza una serie de ideas y acciones, para luego, retornar tanto a la sociedad civil como a los sectores políticos. Es innecesario decir que los medios de

comunicación son tremendamente poderosos. Los medios constituyen y destruyen.

Los medios forman lo que se llama opinión pública, y la opinión pública es el espacio donde converge la cultura política de un país. También es innecesario decir que los medios de comunicación son manipulables y que son manipulados. Este es el destino de los medios. Pero esta manipulación puede ser negativa para las masas o puede ser positiva.

Entre el poder político y la sociedad civil nace la comunicación política, donde el sector que ejerce el poder político necesita mantener y comunicar sus acciones a sus gobernados, y los gobernados necesitan alimentar de sus circunstancias a sus gobernantes.

Es justamente aquí donde los medios de comunicación toman la vida al convertirse en el puente de enlace entre ambos sujetos. Pero no solo los medios, éstos son el vehículo. En realidad, lo que sirve de puente es la cultura y la formación política de los comunicadores. La capacidad de los comunicadores para interpretar los escenarios políticos y mostrarlos a los líderes y a las masas.

Así es que los medios de comunicación son un enlace, un dominio compartido en donde converge tanto la sociedad civil como el poder político. Los medios reflejan para las dos vertientes y alimentan con ese reflejo las amplias nociones de convivencia política de una nación o pueblo.

Los medios son un sistema depurador y controlador que construye concepciones que no son una copia fiel de lo que ocurre en las sociedades. Las sociedades producen sus insumos y los medios los reelaboran, incluso con intereses provenientes de los mismos sectores sociales. Por esta razón, los

medios jamás serán objetivos, a no ser que la objetividad sea una categoría que sirva a los intereses de un sector social.

Por otro lado, el sistema político y sus funcionarios priorizan cada vez la comunicación como parte consustancial de su legitimidad, por lo que derrochan el dinero en la elaboración y difusión de mensajes románticos sobre su desempeño administrativo, en donde maquillan exageradamente a sus funcionarios públicos y sus respectivas acciones, con el fin de conseguir el consentimiento de la población y obtener buena imagen.

La comunicación política es una serie de mensajes orientados a estimular los principios, ideas y propósitos. Las primeras investigaciones sobre los efectos de comunicación política se llevaron a cabo en 1924 con un estudio sobre opinión pública.

Existen cinco facetas de la comunicación política: Sistema de comunicación como instrumento no propagandístico, sino organizativos de la actividad política y administrativa.

- a) Comunicación masiva y su papel en el orden, manteniendo una conducta adecuada al status quo político y económico al alcance e influencia del medio.
- b) Utilización política de la industria cultural, es decir, uso y fines políticos de la cultura de masas (influencia cómo y cuando las masas).
- c) Recursos comunicativos como sistema de oposición a poder establecido (estrategia a la hora de montar la propaganda).
- d) Proceso concreto de persuasión política (efecto deseado que tenga la compañía sobre las masas), considerándose muy cuidadosamente el medio o canal de comunicación que se emplea para que se lleve a cabo este

proceso de comunicación política, puesto que el medio tiene mucha importancia a la hora de formar una opinión pública, dado que el flujo o frecuencia en que sea enviado el mensaje, así afectará directa o indirectamente a las personas que están alrededor del medio y no necesariamente sean estos los que utilicen el medio.

Junto a estos cambios se ha producido el crecimiento de medios de comunicación especialmente de la televisión como agente de información e influencia política suplantando parcialmente los canales de información más informales en organizaciones del partido. La comunicación refuerza el papel de las personalidades.

En el pasado, la prensa era menos libre, y la política más conspirativa; ahora la prensa es más libre y la política no es suficientemente transparente. Los medios pueden ahora difundir más información más rápido. La noticia era antes un instrumento político, ahora es también una mercancía; lo primero permitía manipularla, lo segundo lo hace imposible.

Esta contradicción entre medios y política obliga a que la política incorpore la transparencia a su marco de trabajo como requerimiento esencial.

Independientemente de que la cuestión ética es importante, la solución de fondo no pasa simplemente por apelar a la honestidad, sino por lograr que los políticos incorporen la transparencia a sus propios cálculos. La prensa tiene una misión fiscalizadora y otra pedagógica, la primera obliga a transformar la política, la segunda debe evitar que su labor debilite a las instituciones.

En muchas ocasiones la prensa ha afirmado que recibe muy poca colaboración del gobierno de cualquier ideología. Los funcionarios prefieren divulgar la

información donde sus actividades se relatan bajo una luz “favorable”, y tratan de sustraerse a las preguntas embarazosas.

La relación entre el gobierno y la prensa regularmente es antagónica desde su raíz, y la mayoría de los reporteros prefieren que así sea, ya que buscan sin cesar noticias dignas de ocupar la primera plana, es decir historias acerca de funcionarios gubernamentales corruptos, dependencias que no cumplen con lo que les ordena la ley o políticas que han fracasado.

1.8 Ideología Política

Se refiere al conjunto de ideas y creencias que caracterizan a un sector que está estrechamente vinculado con el poder del Estado, a través de la ejecución de actividades socio-políticas requeridas y así obtener un fin específico.

La palabra ideología se utilizó a finales del siglo XIII, en el sentido del estudio de las ideas, pero pronto pasó a referirse a las ideas sobre la sociedad con la versión de que estas ideas estaban falseadas o simplificadas desde un punto de vista racional y objetivo. Ideología, es un modelo de creencias y conceptos a la vez fácticos y normativos que se propone explicar fenómenos sociales, complejos, con el fin de dirigir las opciones sociopolíticas que se ofrecen a los individuos y a los grupos.

Esta definición tiene la tendencia casi universal de los programas sociopolítico, en un contexto polémico, a simplificar, es decir, a falsear o deformar en alguna medida la realidad. Toda ideología está formulada por ideas simplificadas o falseadas sobre un sistema social o un tipo de sistemas sociales, y tales ideas pretenden ser objetivas, incluyen también una valoración explícita de los hechos.

El término política se deriva del adjetivo polis (Politikos), es decir, todo lo que se refiere a la ciudad, al ciudadano, a lo civil y público; a lo social y sociable.

Este término fue transmitido a través del influjo que provocó la obra de Aristóteles titulada “Política”, la cual debe ser considerada como el primer tratado sobre la naturaleza, funciones, divisiones y distintas formas de gobierno del Estado. Predomina también el significado de Política como arte, o ciencia del Gobierno, o como arte y ciencia de gobernar la ciudad.

El concepto de política, entendida como forma de actividad o de praxis humana está estrechamente vinculado con el poder. El poder ha sido definido tradicionalmente como el medio consistente para obtener alguna ventaja o como el conjunto de los medios que permiten conseguir los efectos deseados.

1.8.1 Tipos de Ideología

La ideología se clasifica en cuatro tipos, siendo los siguientes:

Ideología Conservadora

Es en efecto una defensa del Status Quo en algunos de sus aspectos.

Contra Ideología:

Pretende justificar alguna forma de compartimiento desviado.

Ideología Reformista :

Aboga por la reforma

Ideología Revolucionaria:

Propugna un cambio en el sistema de valores del Status Quo, es decir en el nivel más alto de la estructura social.

1.8.2 Corrientes Ideológicas en El Salvador

Normalmente se dice que existen corrientes ideológicas de izquierda, centro y derecha aunque muchas veces en la práctica tienen acciones similares las tres. Los partidos de Derecha son los que siempre se han mantenido en el poder en El Salvador, defienden el sistema económico y las empresas privadas como únicos propulsores de las economías de las naciones, no quieren permitir cambios a favor de las mayorías por ver intereses afectados.

Los partidos de izquierda hasta después de la firma de los Acuerdos de Paz, el 16 de enero de 1992, han tenido la posibilidad de tener acceso al poder político por medio de las elecciones consideradas democráticas, y éstos son los que buscan cambiar el sistema actual del gobierno con la idea de favorecer a toda la población.

Los partidos que se ubican en el centro, son los que les gustan hacer cambios pero que no realizan nada ya que no tienen una corriente bien definida.

Los Partidos con tendencia Neo-liberales, surgen en la época de 1970, defienden la propiedad privada, proponen que el Estado no debe intervenir en la Economía, privatizan todo con la finalidad de hacer las ganancias de los Empresarios.

Los Institutos políticos de inspiración Cristiana, surgen como una alternativa entre el Capitalismo y el Socialismo a finales del siglo XIX en Europa, con el

apoyo de la Iglesia Católica, son reformistas, ya que para ellos la propiedad privada deberá tener una función social.

1.9 Los Partidos Políticos en El Salvador

Generalidades

Es un grupo de personas que sirven a una ideología o intereses comunes y pretenden alcanzar el poder político en un determinado país. Los partidos políticos son los agentes encargados de formar la opinión pública y de armonizar intereses. La función más importante de los partidos es la de elemento o agente intermediario entre las instituciones y la sociedad.

La participación de la sociedad se limita, en la mayoría de casos, a las consultas electorales, y el resto del tiempo no se produce una verdadera interacción ni un verdadero diálogo entre partidos y la sociedad.

El momento de mayor interacción entre los partidos y la sociedad se produce durante las campañas electorales, espacio temporal en el que la competencia partidista por el voto ciudadano es más abierto.

La lucha por el soporte del electorado es una constante en la existencia de los partidos hasta el punto de que estos están en forma permanente en campaña electoral.

El objetivo de cualquier partido político es ejercer el poder político, que en democracia solo es posible con el respaldo ciudadano.

A continuación se presenta una breve radiografía de los principales partidos políticos de El Salvador:

a. Alianza Republicana Nacionalista (ARENA)

Este partido fue fundado en septiembre de 1981. El símbolo del partido es una cruz blanca con la palabra “ARENA” en letras negras.

Colores: Azul, rojo y blanco. Su lema es “Primero El Salvador, segundo El Salvador y tercero El Salvador”. Asimismo, su tendencia es de derecha

La historia de este partido está ligada a la historia de su máximo líder y fundador Mayor Roberto D’Aubuisson Arrieta, quien en noviembre de 1979, pide su baja de las filas de la Fuerza Armada, para denunciar y emprender una lucha política contra lo que él llamaba “la agresión marxista-leninista” en El Salvador.

Principios

El Partido de Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), se define como una entidad a favor de:

1. El sistema Democrático, Republicano y Representativo, que garantice la libertad de acción y consecución de fines pacíficos del individuo
2. Reconoce al individuo como la base fundamental del pueblo y la familia como el núcleo fundamental de la sociedad.
3. El Estado no es un fin en si mismo, sino el medio para el engrandecimiento y superación del individuo.

4. El Estado debe garantizar:

- a) El trabajo, en todas sus esferas, tanto en lo intelectual como en lo físico y la libertad para escoger el más conveniente que le signifique al individuo bienestar propio.
- b) El bienestar de la Patria, a través de la cooperación pacífica y voluntaria entre todos los sectores, conviviendo este esfuerzo.
- c) El sistema económico, orientado hacia el incremento de la productividad, a través de la libre empresa.

Objetivos

Los estatutos del Partido ARENA, define como sus objetivos los que siguen:

- a) Defender las tradiciones occidentales ante el ataque ideológico y agresión permanente del comunismo internacional, por ello adopta los principios: Nacionalismo, Democracia y Libertad.
- b) Luchar por la formación de una sólida conciencia Republicana Nacionalista que sea el pedestal de la Unidad Nacional, y permita realizar bajo una misma dirección, el desarrollo integral que el país necesita; logrando a su vez restaurar los valores permanentes de la civilización.
- c) Apoyar a la Fuerza Armada en el cumplimiento de sus deberes institucionales, como son la defensa de la integridad territorial, la soberanía de la República, el mantenimiento del orden público y en la acción contra todo movimiento subversivo que atente contra la integridad nacional.

b) Partido Frente Farabundo Martí Para la Liberación Nacional (FMLN)

Orígenes:

Este partido fue fundado en septiembre de 1992; y los colores que caracterizan al partido son rojo y blanco. Su símbolo una estrella.

Aunque el FMLN se constituye como partido político producto de la firma de los Acuerdos de Paz, se conformó como una organización política militar desde 1980, y comandó la guerra civil. En aquel entonces se trataba de una organización con cinco estructuras internas: La Resistencia Nacional (RN), el Partido Revolucionario de los Trabajadores Centroamericanos (PRTC), el Partido Comunista Salvadoreño (PCS), las Fuerzas Populares de Liberación (FPL) y el Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP).

El FMLN, ha sufrido continuas divisiones internas, pero pese a ello, los resultados electorales han ido mejorando progresivamente, hasta alcanzar la mayoría en la Asamblea en las Elecciones de 2000, con 31 Diputados.

Principios:

1. El Humanismo Revolucionario del FMLN.

La promoción y dignificación de la persona humana, su autodeterminación en todos los órdenes de la vida y su realización plena como ser humano, es el centro de la actividad, la humanización profunda de la relaciones en la sociedad.

2. Reivindicar el valor fundamental de la familia.

La familia constituye el cimiento básico de la sociedad salvadoreña. Su promoción integral, la vigencia absoluta y la defensa de los derechos

económicos, sociales, culturales, políticos y espirituales, son un cometido esencial del FMLN.

3. Vocación de servir a los intereses de las mayorías.

4. Un ideario democrático-revolucionario para el cambio.

5. Primacía de la Sociedad Civil.

El FMLN se orienta al fortalecimiento de la sociedad civil como base de la democracia, a garantizar la supeditación del poder del Estado a la misma.

6. Cometido Patriótico de la Lucha.

Para el FMLN, la independencia nacional y la libre determinación de los salvadoreños es la primera condición para una democracia auténtica.

7. El empeño por la Unidad Nacional y la concertación.

El FMLN, es un partido comprometido en el esfuerzo de la reconciliación y la Unidad Nacional en democracia, a fin de profundizar la paz y alcanzar el progreso.

8. Derechos de la Juventud y el Niño.

Los derechos de la niñez y la juventud: Su legítimo derecho a un futuro feliz, en paz social, democracia y desarrollo, y sus derechos inmediatos a la vida, la educación, la salud, lo mismo que su promoción en los diferentes órdenes de la vida, constituyen una motivación fundamental de la actividad revolucionaria del FMLN.

9. Promoción y defensa de los derechos de la mujer.

La edificación de una verdadera democracia supone la plena realización de las mujeres y su participación creadora en todos los ámbitos de la vida nacional.

10. Rescate y desarrollo del medio ambiente

Para el FMLN, la liberación y el progreso humano, son posibles si existe una correspondencia entre el hombre, su actividad y el medio ambiente.

11. Rescate y fortalecimiento de los valores históricos y culturales de la nación

Estos valores son la identidad nacional, el unionismo centroamericano, la tradición de lucha por la justicia, la soberanía, la democracia, la paz, el humanismo social, los valores morales del cristianismo.

12. Solidaridad y Centroamericanismo.

El FMLN, está orientado por un sentido de solidaridad con los pueblos, e identificado de manera muy particular con la lucha de las naciones del Sur por un nuevo orden internacional, económico, social y político justo, basado en relaciones de respeto, cooperación y amistad entre todas las naciones del mundo.

13. Un partido democrático pluralista para El Salvador.

El FMLN funciona como un partido democrático, de amplia base popular, participativo y fundamentado en la pluralidad ideológica, su unidad programática y de línea política.

c) Partido Demócrata Cristiano (PDC)

Orígenes

Dentro de las nuevas ideas que se plantean en el interior de la Democracia Cristiana, es una solución más adecuada para El Salvador. Estos grupos

político se contactan con países de América del Sur buscando mayor información, ya que se sabía de la existencia y protagonismo de la Democracia Cristiana en estos países.

El 26 de octubre de 1960 hubo un golpe de Estado, y se conformó una junta de Gobierno, integrada por el Dr. René Fortín Magaña, Dr. Ricardo Falla Cáceres, Dr. Fabio Castillo Figueroa, Coronel César Yáñez Urías, Tte. Cnel. Miguel Angel Castillo y Mayor Rubén Alonso Rosales.

Para ese entonces, ya existían varios movimientos sociales y políticos que estaban estudiando algunos principios doctrinarios ligados ideológicamente a los de la Democracia Cristiana.

En ese mismo año 1960, luego de la reunión en casa de la familia Novoa Arciniegas, y del Dr. Alberto Ulloa Castro, uno de los integrantes del grupo político, se nombró el Comité Organizador de lo que más adelante sería el Partido Demócrata Cristiano (PDC).

Después de constituido el Comité, el siguiente paso fue presentarse al Consejo Central de Elecciones, para informarse sobre los requisitos estipulados para fundar un partido.

Todas estas acciones preliminares condujeron a que el 25 de noviembre de 1960 se constituyera el PDC.

Principios

- Persona humana.
- Familia.
- Sociedad.

- Estado.
- Educación.
- Propiedad.

d) Partido de Conciliación Nacional (PCN)

Orígenes.

El Partido de Conciliación Nacional fue fundado en el mes de septiembre de 1961. Es una institución política, formado por salvadoreños de todos los sectores sociales que sustentan los derechos inherentes a la naturaleza de la persona humana, universalmente consagrados

Es un partido ligado a los regímenes militares que gobernaron el país hasta 1979, es el segundo más antiguo de El Salvador, y según sus estatutos es humanista, es un partido de derecha cercano y afín a ARENA.

Su Secretario General es el Licenciado Ciro Cruz Zepeda Peña.

Profesa una ideología nacionalista y democrática y promueve la 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 se pronuncia porque se cumpla la Constitución de la República de El Salvador y sus leyes secundarias.

Principios.

1. Nacionalismo.
2. Democracia.
3. Un sistema económico-social.

Objetivos

Con fundamento en los Principios Generales, el Partido de Conciliación Nacional se propone renovar su lucha por alcanzar los objetivos siguientes:

1. Alcanzar el Poder Político para realizar sobre la base de Nacionalismo y la democracia, la convivencia social.
2. Lograr el más alto nivel posible de desarrollo autónomo en lo económico, social y político, a fin de obtener una categoría de máximo bienestar y Unidad Nacional.
3. Hacer del hombre el principio y fin de toda actividad económica, social y política.
4. Velar por la unidad y responsabilidad familiar, defenderla y protegerla en su integridad.
5. Promover y respaldar el desarrollo de las actividades productivas, a fin de generar riqueza y obtener los máximos beneficios para la sociedad.
6. Promover y proteger las actividades creativas; intelectuales y artísticas, que son la manifestación esencial de la cultura nacional.

7. Realizar el máximo esfuerzo para contribuir a la incorporación plena del hombre del campo al proceso modernizador; por establecer condiciones de igualdad laboral y social para la mujer.

e) Partido Centro Democrático Unido (CDU)

Este partido fue fundado en el año de 1997, formado de pequeños partidos en peligro de extinción.

Llega por primera vez al ruedo electoral, aunque en el año de 2000 fue una coalición de partidos que murieron por escasez de votos. Su tendencia es de centroizquierda, aunque si dirigente Rubén Ignacio Zamora Rivas, es de origen social-demócrata.

Sus colores son amarillo y verde. Su tendencia ideológica es Liberal.
Las figuras claves en el partido son Rubén Zamora y Jorge Villacorta

f) Partido Acción Nacional (PAN)

Fundado en el año de 1999. Sus fundadores principales fueron los ex paramilitares de la guerra civil, siendo su tendencia ideológica derechista. Además se formó con dirigentes desechados por ARENA, PCN, PDC, y de La Liga Democrática Republicana (LIDER) Horacio Ríos, fue el primer Diputado del PAN.

Su Secretario General es Tomás Mejía.

En la actualidad no existen diferencias al interior del partido, a pesar de haber ganado dos Diputados en las elecciones pasadas, Salinas asegura que en el

PAN no hay problemas de ideologías, pero tienen una opción por los ex patrulleros.

En su plataforma legislativa contemplan impulsar un proyecto para los desmovilizados del servicio territorial , y han solicitado al Presidente de la República para que esto ya no se vea como un problema político, sino como un problema nacional.

g) Partido Social Demócrata (PSD)

Fundado en el 2001; el símbolo, actualmente, un puño cerrado con una rosa. Entre las figuras claves están: Jorge Meléndez (Secretario General), y el Diputado Juan Ramón Medrano.

Surgió al desaparecer en el año 2000 el PD, del ex farabundista Joaquín Villalobos, pero luego se inscribió como PODER, pero en el 2001 cambia su nombre a PSD.

Su máximo organismo de dirección es la Asamblea Legislativa, su Secretario General es Jorge Antonio Meléndez, y el partido está integrado por antiguos militantes del FMLN, pero aún su fuerza.

El PSD surge de la fusión de los restos del PD (fundado en 1994 por Joaquín Villalobos y Ana Guadalupe Martínez) y la Unión Social Cristiana (USC), y reúne a los diputados de ambos partidos en un intento de redefinir una alternativa política al FMLN.

h) Partido Movimiento Renovador (PMR)

Nació de una escisión larga y dolorosa en el FMLN, al ser expulsado los Renovadores, liderados por el ex coordinador efemelenista Facundo Guardado, participará en comicios por primera, con planteamientos de centroizquierda; tiene cinco Diputados:

Colores: Rojo y amarillo.

Símbolo: una figura humana roja.

Figuras clave: Facundo Guardado, Mauricio Estrada, Leonardo Mena, Rosario Acosta, Nelson Ávalos y José Marinero, entre otros.

Objetivos:

Ser una alternativa integradora, plural y democrática. El Partido Movimiento Renovador buscará ser una izquierda diferente. Integradora, plural, democrática donde estén todas y todos sin visiones excluyentes.

El PMR se desprende del FMLN (Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional) a finales del 2001. Después de más de cuatro años de disputas por el control del partido y de varios meses de fuertes encontronazos políticos que llevaron a la expulsión de Facundo Guardado del FMLN, la corriente renovadora decide iniciar un nuevo proyecto político.

El Movimiento Renovador (posteriormente PMR) es el segundo grupo que se separa del FMLN después de la firma de los Acuerdos de Paz.

Facundo Guardado, ex comandante de las FPL y candidato presidencial en 1999 por el FMLN, es el principal rostro público del PMR, pero cierto grupo de antiguos cuadros medios del FMLN, alcaldes y seis diputados, conforman también al partido.

Desde hace casi dos años el movimiento ha venido desarrollando un proceso de formación de cuadros, con el respaldo económico y político del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

i) Partido Popular Republicano (PPR)

Un instituto político que fue fundado el 19 de septiembre de 2002, y tiene su nacimiento tras una división en ARENA, su fundadora es la expresidenta del COENA y de la Asamblea Legislativa Gloria Salguero Gross. Antes de ser partido vivió su primera crisis, cuando un grupo disidente objetó a Salguero.

Sus colores son amarillo, rojo y azul; su símbolo es una V amarilla

Sus figuras claves son: Mercedes Gloria Salguero Gross (Presidenta) y Manuel Orlando Cabrera Candray (Director Ejecutivo) Mirna Maricela Ventura (asuntos electorales).

El lema del partido es **“Por El Salvador que tú mereces”**

Objetivos:

Construir un partido formado por salvadoreños que profesan un patriotismo claro y positivo con la visión de ser abierto, democrático, respetando la solidaridad, justicia y el orden. El PPR, se define como principio y fin del

accionar de la política, propugna el respeto a la dignidad de la persona y todos sus derechos fundamentales. Afirma que propiciará el desarrollo, la solidaridad, el servicio y la justicia.

La fundadora del Partido, Gloria Salguero Gross, fundadora de ARENA, expresidenta de dicho partido y ex-presidenta de la Asamblea Legislativa (94-97), renunció al partido oficial en diciembre de 2001, tras la dirección del actual Consejo Ejecutivo de ARENA, por considerar que el partido se había convertido en una empresa, dejando de lado a las bases.

Después de considerar y descartar la posibilidad de crear un partido junto a otro ex-arenero, Alfredo Mena Lagos, se convirtió en la precursora y Presidenta de este nuevo proyecto, que define como un partido abierto a todos los sectores, incluyendo “a areneros descontentos y a disidentes del FMLN.

j) Fuerza Cristiana

Nace de las cenizas de LIDER, que expiró en los comicios municipales y legislativos del 2000. Como fuerza es la primera vez que incursiona en pleito electoral, y a pesar de ser su apellido, dice no ser una organización concesional.

k) Acción Popular

Este partido nació el 21 de septiembre de 2000; integrado por ex dirigentes de la Democracia Cristiana de antaño, a la que se ha incorporado el militar David Murguía Payés.

Reúne a disidentes pedecistas y ex-miembros de la extinta Unión Social Cristiana (USC).

Su Secretario es el General David Munguía Payés.

1.10 El Papel de los Medios de Comunicación en Campañas Electorales.

En los años posteriores a la firma de los Acuerdos de Paz, El Salvador ha vivido cambios sustanciales en los ámbitos político, económico, y social; sin embargo, aún la presentación de los medios masivos de los acontecimientos en las campañas, influirá directamente en el comportamiento y procesos políticos cuando una extensa parte de la población esté sujeta a patrones de uso de los medios que faciliten la exposición a esa presentación, la cual dará como resultado que esos acontecimientos se perciban como sobresalientes.

Los medios de comunicación tienen como propósito principal informar, entretener, educar y formar opinión pública, siendo estos objetivos esenciales en despertar el interés a toda la población en general, lograr credibilidad de todos los lineamientos políticos y hacerlos opciones reales a cambios positivos de las necesidades más latentes en todos los estratos sociales.

Los medios de comunicación juegan un papel importante en el proceso de formación y divulgación de la opinión pública. Estos tienen la facultad de hacer públicas y de transmitir aquellas valoraciones sobre la realidad común a toda la sociedad; los medios de comunicación convierten las ideas de dominio privado en dominio de todos, al mismo tiempo que las modifican y las institucionalizan socialmente.

En la medida en que la sociedad crece y se complejiza el rol de los medios se vuelve más preponderante; las aptitudes, creencias, pensamientos y opiniones del integrante de una sociedad ya no solo se forma a partir del contacto personal y cotidiano con los semejantes, sino que se configuran con la decidida influencia en un complejo proceso de catalización establecido por los medios de comunicación y la prensa.

Los medios de comunicación se usaron para desarrollar la llamada “Guerra psicológica”, que bajo un contexto de polarización perseguía “crear un estado de opinión pública favorable a su (particular) proyecto político y, en el peor de los casos, crear imágenes que pudieran ser difundidas como prueba de ese estado de opinión pública”.

En esta institución, los medios informativos tenían que hacer un gran esfuerzo de no sucumbir ante las presiones de los bandos en conflicto que intentaban manipular la información a su favor y no ser acusados de favorecer a algunos de los adversarios.

A pesar del espacio logrado por los medios de comunicación, estos no podían reconocer las actitudes y pensamientos de todos los salvadoreños; primero, porque alguno de ellos no constituía noticia y, segundo, porque debían conformarse con aquellos mensajes que no pusieran en peligro su precaria situación en la sociedad. “Todos los medios de comunicación tienen objetivos partidistas y económicos, por lo tanto, dependerá de los intereses particulares de estos que le darán relevancia a una nota”.

1.11 SISTEMA DE OBJETIVOS

1.11.1 General

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

1.12.2 Específicos:

- Estudiar el rol de los medios de comunicación y su ideología en los procesos electorales.
- Determinar la incidencia de los periódicos Co-Latino y el Mundo, en la población votante, en períodos electorales.
- Identificar la influencia ideológica de los periódicos Co-Latino y el Mundo, en el comportamiento de los votantes en períodos electorales.

1.12 SISTEMA DE HIPÓTESIS

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

Variable Independiente

La afinidad ideológica política de los medios de comunicación

Variable Dependiente

Preferencias electorales de la población salvadoreña.

Indicadores

Indicadores Variable Independiente	Indicadores Variable Dependiente
Manipulación	Cambio de actitud
Ideología	Modificación de ideas
Política	Preferencia electoral
Informar	Credibilidad
Orientar	Imparcialidad
Educación	Claridad
Entretener	Esparcimiento
Incidencia Co-Latino	Aceptación
Incidencia El Mundo	Opinión favorable
Ideología Co-Latino	Influencia
Ideología El Mundo	Afinidad

1.13 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los procesos electorales en El Salvador, es un evento social de mucha importancia a investigar, por lo que requirió definir una metodología que permitiera el abordaje del problema de estudio de la forma más óptima. Esa definición se logró con los siguientes aspectos:

1.13.1 Unidad de análisis

La investigación del problema se desarrolló con suscriptores de los periódicos Co-Latino y El Mundo, dichos suscriptores fueron localizados en la Colonia Escalón, Miramonte y Soyapango. Así también con la ayuda del CIOPS, se desarrolló la investigación de campo que abarcó el territorio nacional.

1.13.2 Sujetos de estudio

Estuvo conformado por hombres y mujeres, mayores de 18 años, que leen periódicos y que tuvieran o no preferencias políticas.

1.13.3 Universo

Para definir la población se precisó realizarla en dos momentos: en el primero, el universo lo conformaron 15 suscriptores de los periódicos objeto de estudio; ya que fue una entrevista a profundidad y a través de la cual se obtuvieron datos en forma cualitativa. En el segundo momento, el universo lo conformaron los 5, 118,599 habitantes de El Salvador, la cual fue una investigación realizada por el CIOPS, la que sirvió como apoyo para reforzar el análisis, conclusiones y recomendaciones, obteniendo de esta manera datos cuantitativos.

1.13.4 Determinación de la muestra

La muestra para la investigación se llevó a cabo en dos momentos, el primer caso fueron 15 personas; mientras que para el segundo caso la muestra fue de 1,806 personas, dato obtenido al aplicar la fórmula finita :
$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(n-1) E^2 + Z^2 P Q}$$

Donde :

n = muestra

Z = nivel de confianza (1.96)

P = probabilidad de éxito (0.5)

Q = probabilidad de fracaso (0.5)

E = error muestral (0.025)

N = universo (5,118,599)

Sustituyendo

n = ¿?

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

$$n = 1,540$$

Nota: A conveniencia del grupo de investigación, el dato de habitantes a encuestar se elevó a 1806.

1.13.5 Instrumento

Los instrumentos que se utilizaron fueron la encuesta y la entrevista. La entrevista se realizó a 15 personas suscriptores de los periódicos objetos de estudio; mientras que para la encuesta, que se realizó a escala nacional, se llevó a cabo con la ayuda del CIOPS.

1.13.6 Recolección de la información

En esta fase se solicitó la colaboración de los suscriptores a los periódicos en estudio, en el sentido de que aceptaron la entrevista que fue realizada por las integrantes del equipo de investigación. En tanto que, con la colaboración del resto de estudiantes del proceso de grado 2002, se pasó la encuesta en los 14 departamentos de El Salvador y que el CIOPS definió para realizar la investigación.

1.13.7 Presentación de la información

En esta etapa se utilizó el método manual para la tabulación de los datos, se analizó cada pregunta de la entrevista en forma individual; así también se dio a conocer el propósito que persigue la pregunta, el cuadro con los resultados y su respectivo gráfico (pastel), en cuanto a la tabulación de datos de la encuesta suministrada por el CIOPS.

La información obtenida, producto de las entrevistas, se utilizó en el análisis general del estudio.

CAPÍTULO II

“INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU AFINIDAD IDEOLÓGICA POLÍTICA COMO HERRAMIENTA, PARA INCIDIR EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS. CASO ESPECÍFICO PRENSA ESCRITA: CO-LATINO Y EL MUNDO”

2.1 Presentación de la Información de la Encuesta

En esta fase se utilizó el método manual para la tabulación de los datos con su respectivo cuadro de resultados y gráfico a su vez.

Datos Generales

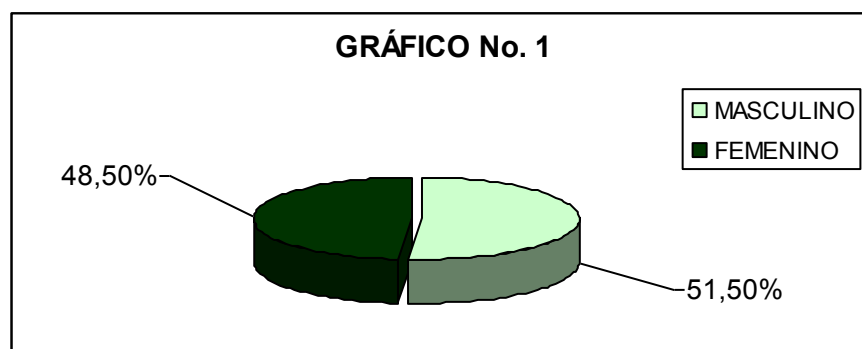
Sexo

Objetivo:

Conocer el sexo del encuestado.

CUADRO No. 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	930	51,50%
FEMENINO	876	48,50%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Se observa que de la población encuestada el mayor número lo conforma el sexo masculino, con un 51.50%, esto no refleja que dicho sexo haya sobrepasado a la población femenina; sino que fue por el mecanismo de elección del encuestado en el campo.

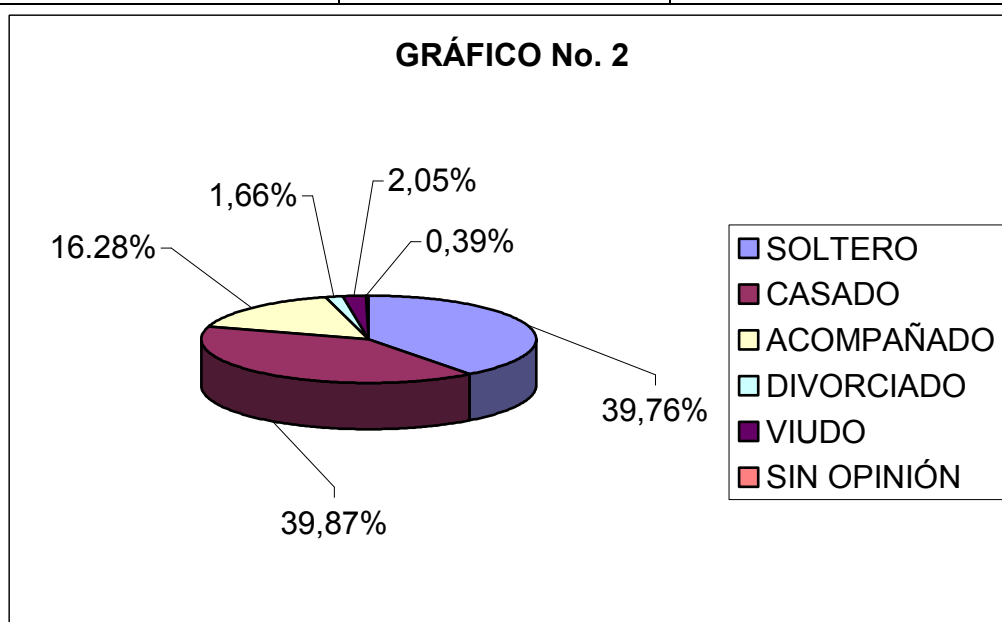
Estado Civil

Objetivo: Identificar el estatus civil del encuestado.

CUADRO No. 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLTERO	718	39,76%
CASADO	720	39,87%
ACOMPAÑADO	294	16,28%
DIVORCIADO	30	1,66%
VIUDO	37	2,05%
SIN OPINIÓN	7	0,39%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO No. 2



INTERPRETACIÓN:

A través de los datos obtenidos en el gráfico anterior, se puede determinar que la mayoría de la población salvadoreña encuestada está casada, acompañada, aunque hay un significativo porcentaje de solteros.

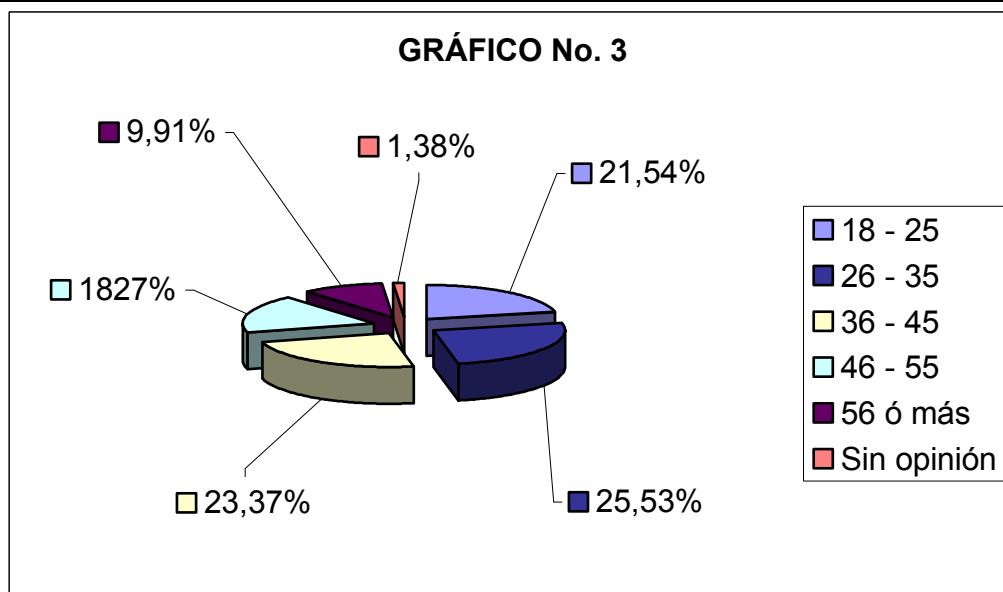
Edad

Objetivo:

Determinar el rango de edades de la población que se encuestó.

CUADRO No. 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
18 - 25	389	21,54%
26 - 35	461	25,53%
36 - 45	422	23,37%
46 - 55	330	18,27%
56 ó más	179	9,91%
Sin opinión	25	1,38%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Según los datos obtenidos en este gráfico, se deduce que los encuestados más accesibles para realizar la investigación oscilaron entre las edades promedio de 26 a 35 años.

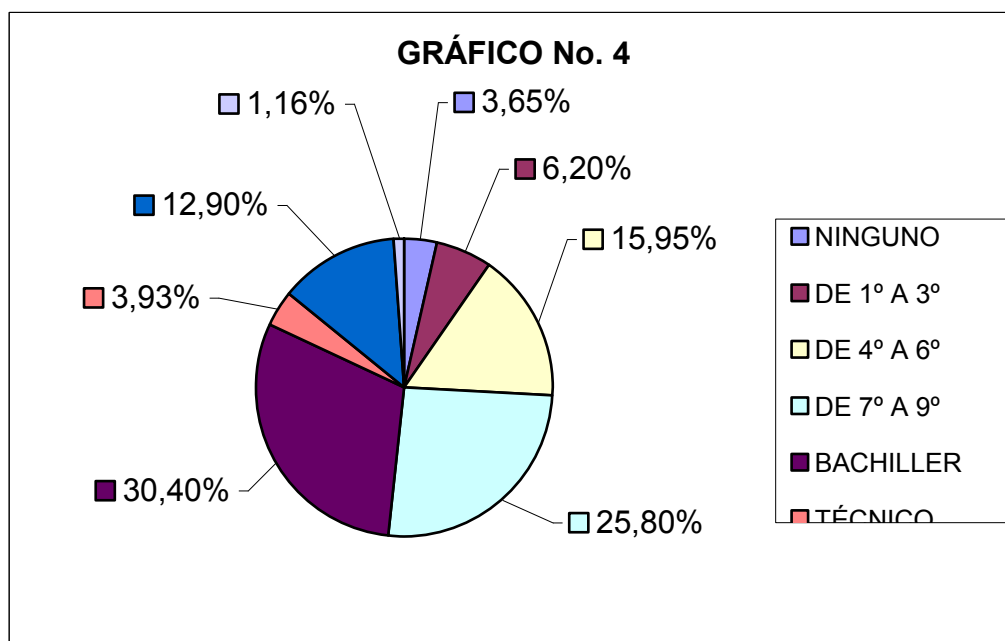
Escolaridad

Objetivo:

Conocer el nivel de académico del encuestado.

CUADRO No. 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
NINGUNO	66	3,65%
DE 1° A 3°	112	6,20%
DE 4° A 6°	288	15,95%
DE 7° A 9°	466	25,80%
BACHILLER	549	30,40%
TÉCNICO	71	3,93%
UNIVERSITARIO	233	12,90%
SIN OPINIÓN	21	1,16%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

A través del gráfico anterior, se puede determinar que el nivel educativo que predomina en la población salvadoreña es bachiller, seguido del tercer ciclo.

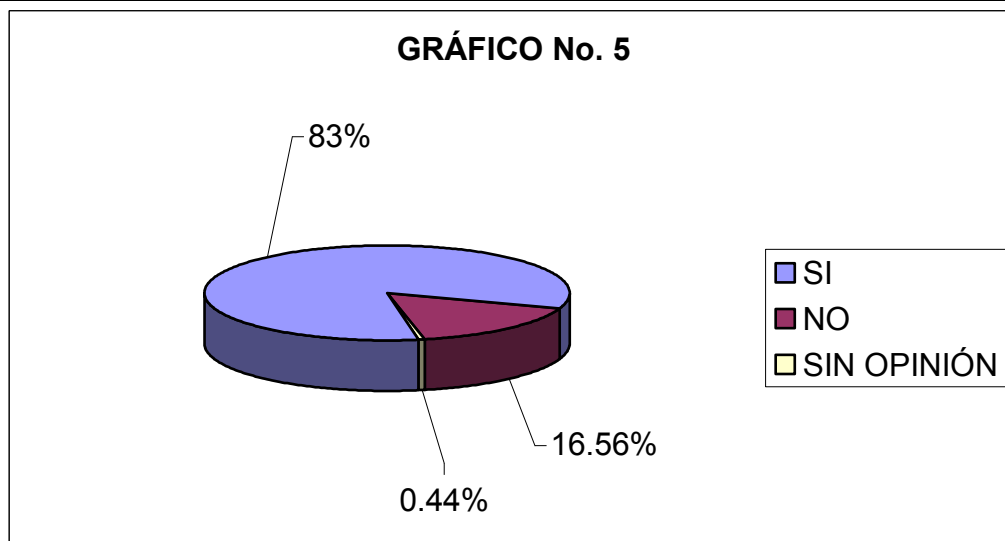
Trabaja

Objetivo :

Determinar el número de personas que gozan de un empleo seglar y a su vez la población desempleada.

CUADRO No. 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	1499	83,00%
NO	299	16,56%
SIN OPINIÓN	8	0,44%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Un 83% de la población posee un empleo para poder subsistir, y el otro 17% están desempleadas. Por lo tanto, se deduce que la mayor parte de la población trabaja, aunque no se preguntó el tipo de trabajo, para quienes dijeron estar laborando.

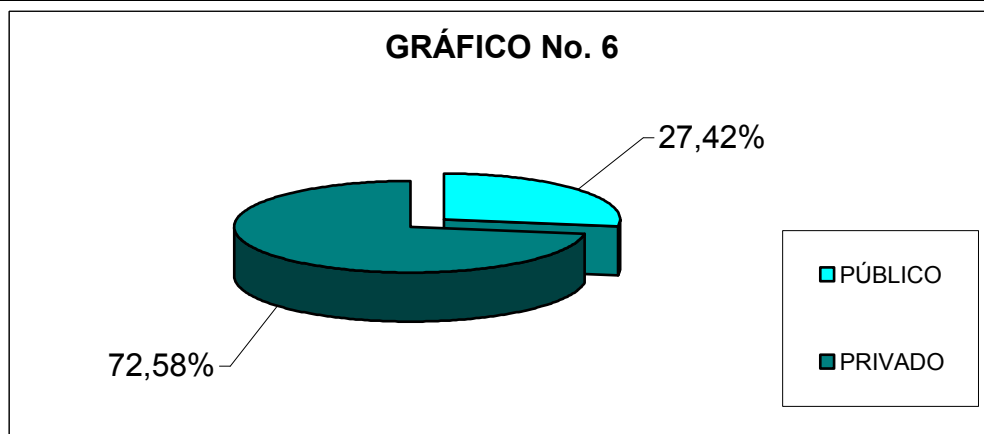
Si contestó Sí

Objetivo :

Conocer el sector en donde se desempeña la población que trabaja.

CUADRO No. 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
PÚBLICO	411	27,42%
PRIVADO	1088	72,58%
TOTAL	1499	100%



INTERPRETACIÓN:

De los que trabajan, el 72.58% lo hace en el sector privado, mientras tanto el 27.42% labora en el sector público.

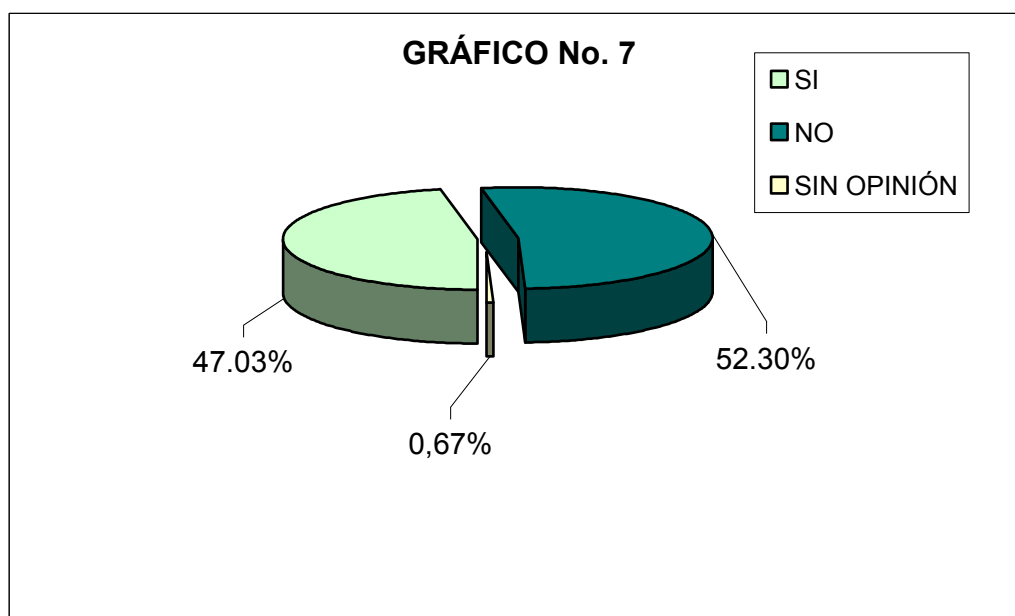
Cotiza

Objetivo:

Investigar si la población empleada cuenta con prestaciones de carácter legal que vele por el bienestar de su salud.

CUADRO No. 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	705	47,03%
NO	784	52,30%
SIN OPINIÓN	10	0,67%
TOTAL	1499	100%



INTERPRETACIÓN:

Según se observa en el gráfico anterior que el 52.30% de la población empleada no goza de la prestación del Seguro Social, por lo que implica que ése buen número de los que trabajan lo hacen en el sector informal.

Posee carné electoral

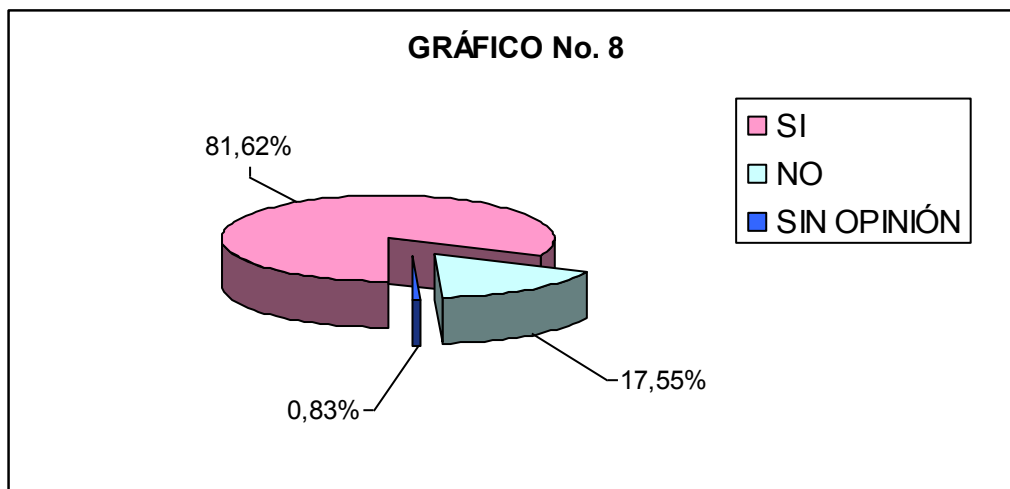
Objetivo :

Conocer si la población salvadoreña cuenta con el documento obligatorio para emitir el sufragio.

CUADRO No. 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	1474	81,62%
NO	317	17,55%
SIN OPINIÓN	15	0,83%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO No. 8



INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 81.62% de la población Salvadoreña posee carné electoral, el cual es requisito primordial para emitir el voto.

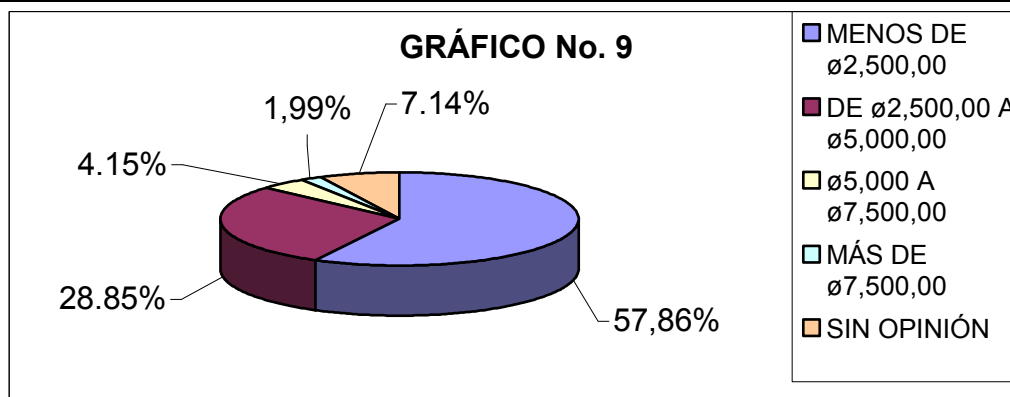
¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su hogar?

Objetivo:

Conocer cuál es el ingreso familiar mensual de la población salvadoreña.

CUADRO No. 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
MENOS DE ₡2,500,00	1045	57,86%
DE ₡2,500,00 A ₡5,000,00	521	28,85%
₡5,000 A ₡7,500,00	75	4,15%
MÁS DE ₡7,500,00	36	1,99%
SIN OPINIÓN	129	7,14%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con los resultados obtenidos, de los que trabajan el 57.86% evidencia que el ingreso familiar mensual es de menos de Dos Mil Quinientos colones.

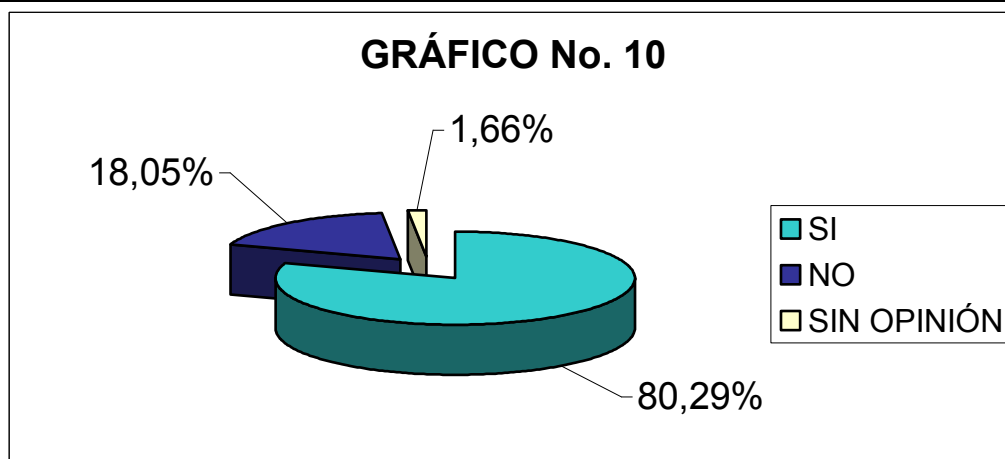
¿Vota usted en este municipio?

Objetivo :

Conocer si la población salvadoreña, vota en el municipio al que pertenece.

CUADRO No. 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	1450	80,29%
NO	326	18,05%
SIN OPINIÓN	30	1,66%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Según los resultados obtenidos, se observa que el 80.29% de la población encuestada vota en el municipio que reside. Lo que refleja un dato importante para planes futuros de la votación domiciliar.

Pregunta No. 1

¿Con qué frecuencia lee los periódicos?

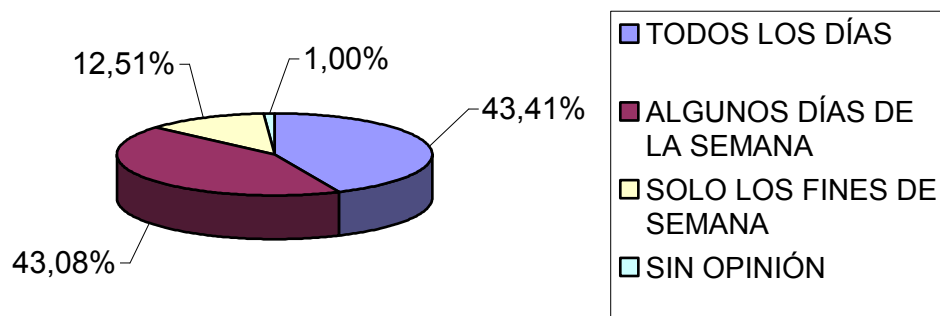
Objetivo:

Investigar el hábito de lectura que posee la población Salvadoreña.

CUADRO No. 11

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
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	1,00%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO No. 11



INTERPRETACIÓN:

Un 43.41% de la población encuestada afirmó que leen los periódicos todos los días, es decir, son lectores activos, lo que indica un dato positivo para definir estrategias de medios.

Pregunta No. 2

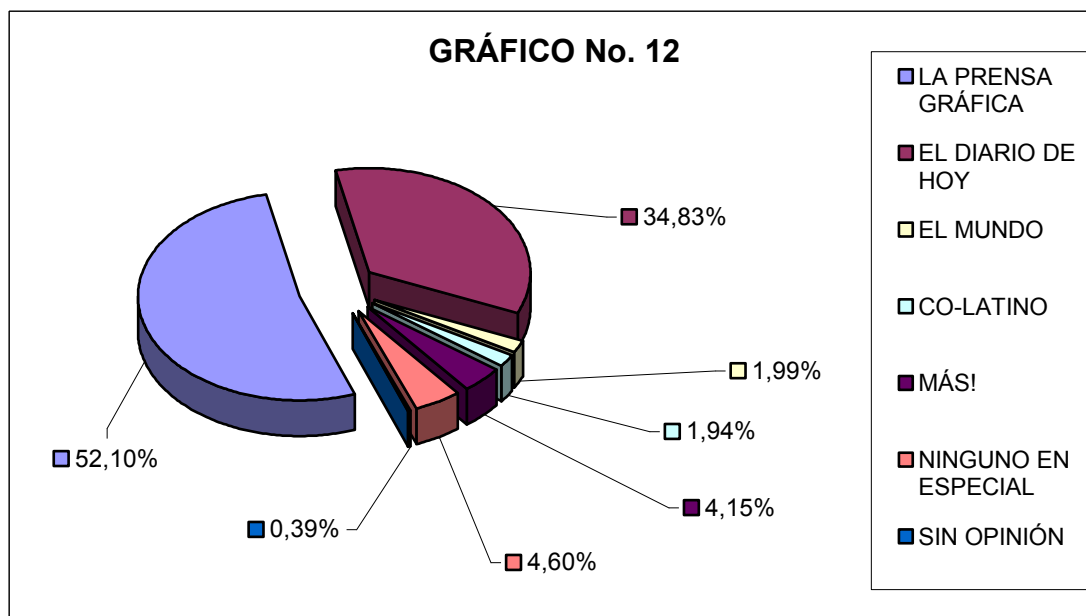
¿Cuál es el periódico de su preferencia?

Objetivo:

Conocer el periódico de mayor preferencia y aceptación por la población salvadoreña.

CUADRO No. 12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
LA PRENSA GRÁFICA	941	52,10%
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	4,60%
SIN OPINIÓN	7	0,39%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

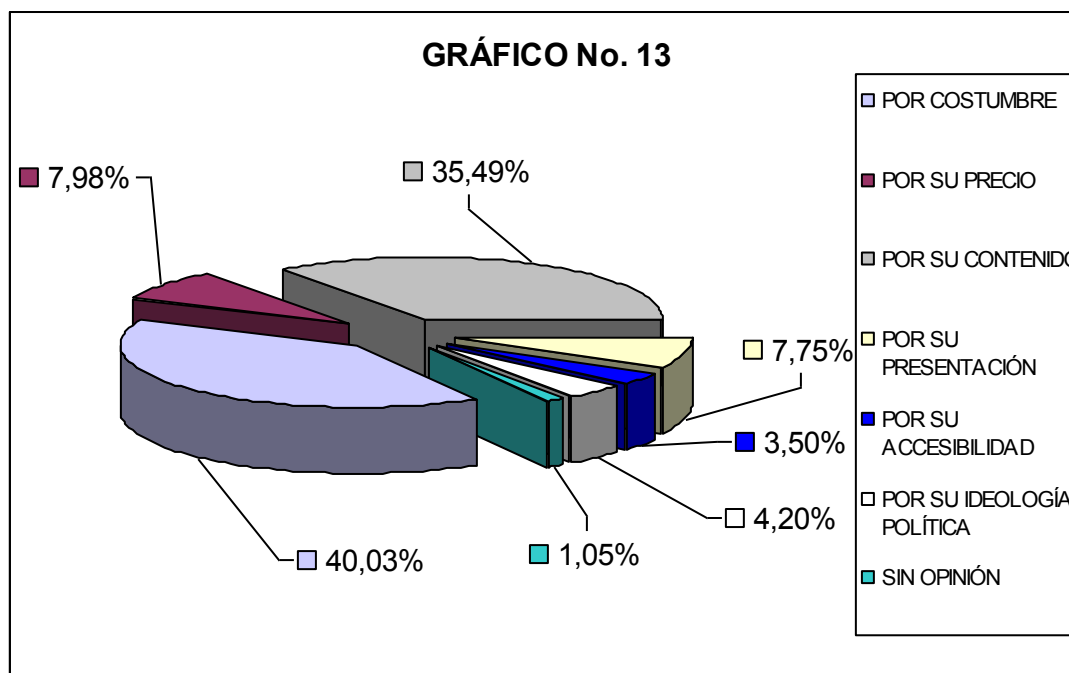
Según los datos obtenidos en el presente cuadro, se puede observar que el periódico que la población prefiere es La Prensa Gráfica, ya que del 100% de los encuestados el 52.10% lo manifestó, mientras tanto, en segundo plano se encuentra el Diario de Hoy con un porcentaje de 34.83%

Pregunta No. 3
¿Por qué lo prefiere?

Objetivo:
Determinar el por qué prefiere el periódico de su elección.

CUADRO No. 13

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
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	3,50%
POR SU IDEOLOGÍA POLÍTICA	72	4,20%
SIN OPINIÓN	18	1,05%
TOTAL	1716	100%



INTERPRETACIÓN:

Es preocupante que el 35% de los encuestados prefieran los periódicos por su contenido. Cuando debería la principal opción aunque con la costumbre también es importante en una sociedad como la salvadoreña.

Pregunta No. 4

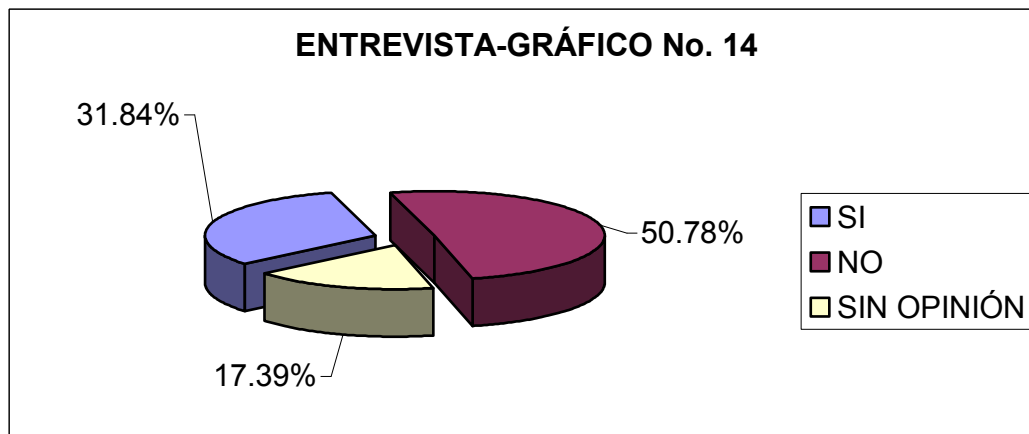
¿Cuáles de las siguientes secciones periodísticas lee?

ENTREVISTAS

Objetivo: Conocer cuál es la sección de preferencia en los periódicos de la población salvadoreña.

CUADRO No. 14

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	575	31,84%
NO	917	50,78%
SIN OPINIÓN	314	17,39%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Un 50.78% de la población que fue encuestada manifestó que no lee las entrevistas periodísticas, siendo este un dato sobresaliente, mientras tanto, el 31.84 lee las entrevistas.

Pregunta No. 5

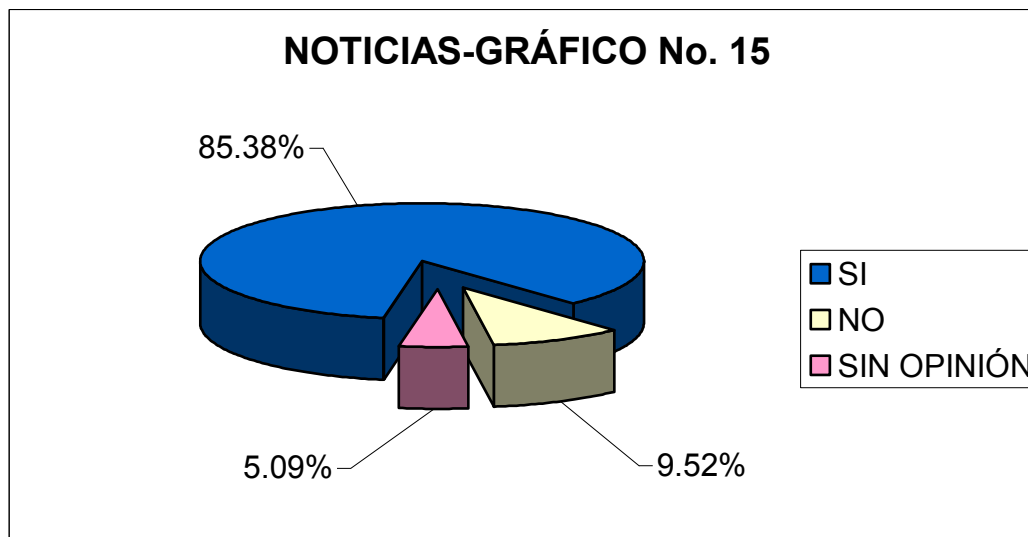
¿Cuales de las siguientes secciones periodísticas lee? NOTICIAS

Objetivo:

Conocer la preferencia que la población salvadoreña tiene por leer las noticias en los periódicos.

CUADRO No. 15

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	1542	85,38%
NO	172	9,52%
SIN OPINIÓN	92	5,09%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN :

El 85.38% de la población encuestada, afirmó que prefiere leer noticias, para estar siempre informados, representando un dato significativo.

Pregunta No. 6

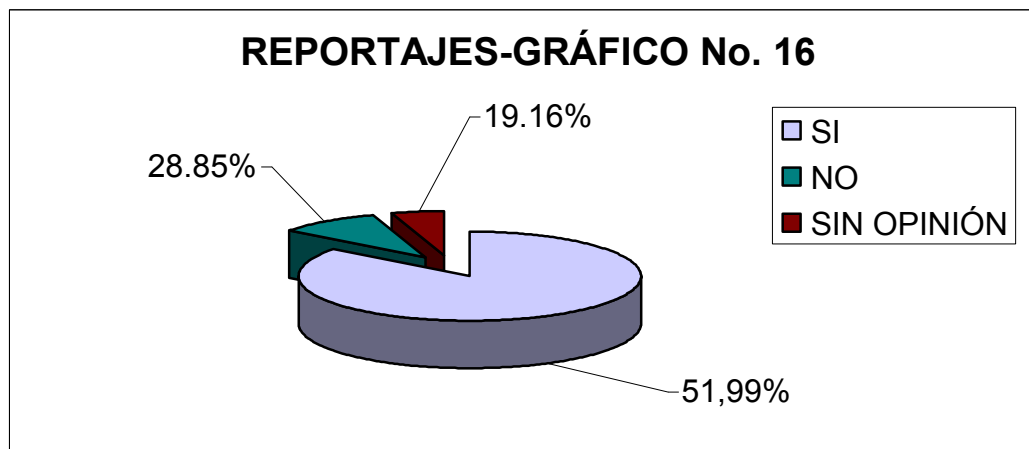
¿Cuales de las siguientes secciones periodísticas lee? REPORTAJES

Objetivo:

Conocer si la población salvadoreña lee los reportajes de los periódicos.

CUADRO No. 16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	521	28.85%
NO	939	51.99%
SIN OPINIÓN	346	19,16%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Un 85.38% de la población encuestada dijo que lee los reportajes, es decir, que dicho género periodístico es leído por la mayor parte de la población.

Pregunta No. 7

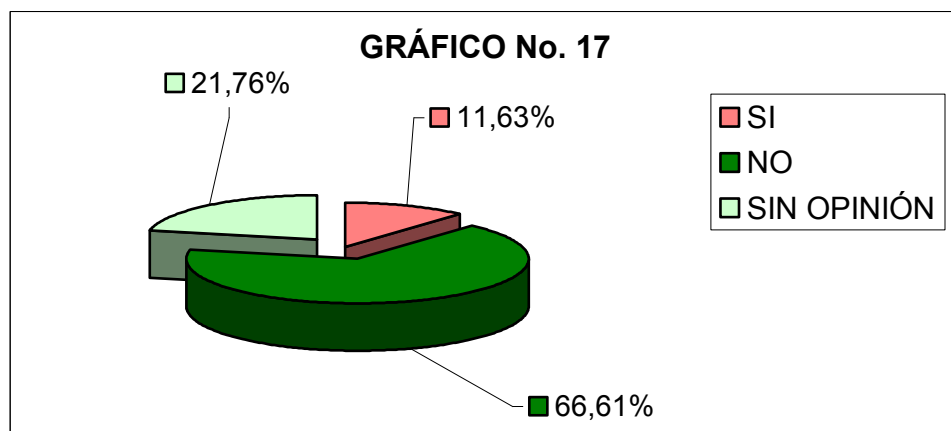
¿Cuál de las siguientes secciones periodísticas lee? CRONICAS.

Objetivo:

Conocer si el encuestado lee las crónicas.

CUADRO No. 17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	210	11,63%
NO	1203	66,61%
SIN OPINIÓN	393	21,76%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Puede observarse que el 66.61% de la población encuestada no lee las crónicas.

Pregunta No. 8

¿Cuales de las siguientes secciones periodísticas lee? EDITORIALES

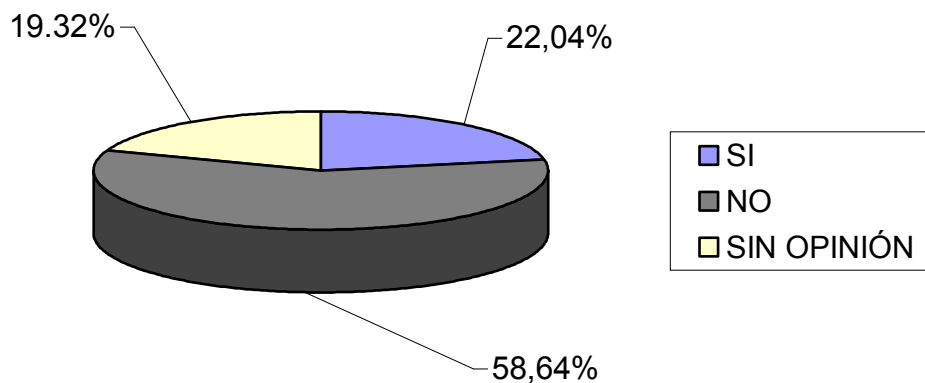
Objetivo:

Conocer si la población lee los editoriales periodísticos.

CUADRO No. 18

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	398	22,04%
NO	1059	58,64%
SIN OPINIÓN	349	19,32%
TOTAL	1806	100%

EDITORIALES-GRÁFICO No. 18



INTERPRETACIÓN:

A través del gráfico anterior, se deduce que la población encuestada no tiene el hábito de leer los editoriales; mientras tanto, el 22.04% acostumbra a leerlos.

Pregunta No. 9

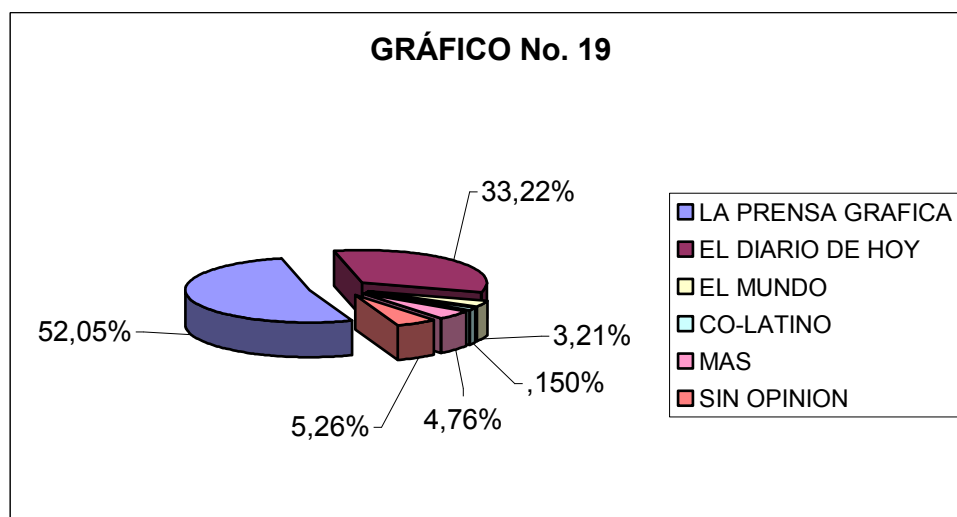
¿En que periódico las prefiere leer?

Objetivo:

Investigar en cuál periódico la población prefiere leer su sección favorita.

CUADRO No. 19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
LA PRENSA GRAFICA	940	52,05
EL DIARIO DE HOY	600	33,22
EL MUNDO	58	3,21
CO-LATINO	27	1,5
MAS	86	4,76
SIN OPINION	95	5,26
TOTAL	1806	100



INTERPRETACIÓN:

Estos datos reflejan que el periódico que la población prefiere es La Prensa Gráfica, aunque hay un importante número de personas que leen el Diario de Hoy.

Pregunta No. 10

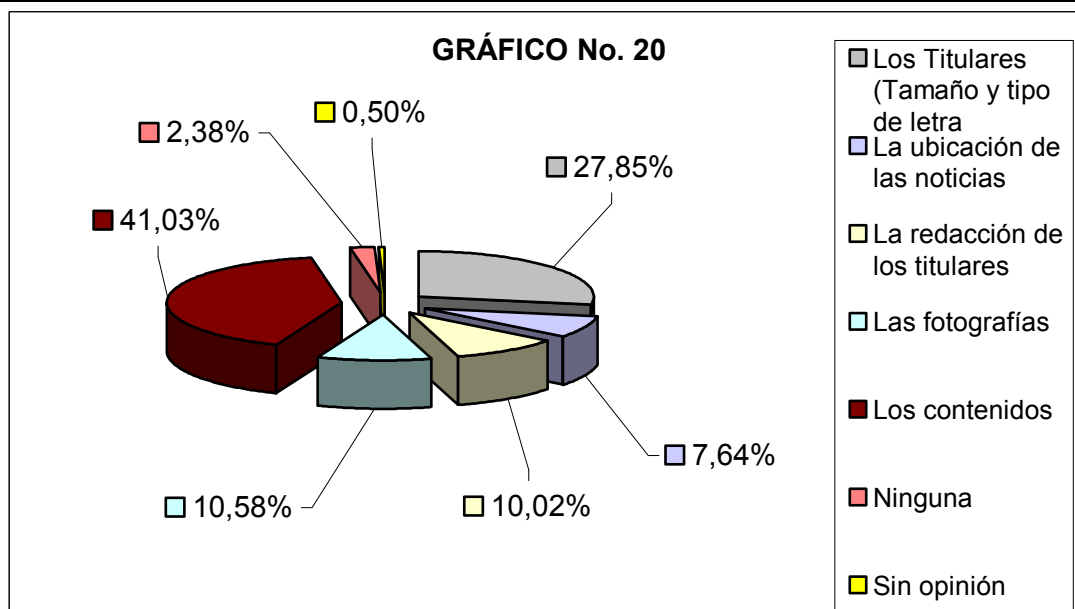
¿Qué le motiva a leer las noticias?

Objetivo:

Identificar qué es lo que le agrada y le motiva a la población salvadoreña cuando lee las noticias.

CUADRO No. 20

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Los Titulares (Tamaño y tipo de letra	503	27,85%
La ubicación de las noticias	138	7,64%
La redacción de los titulares	181	10,02%
Las fotografías	191	10,58%
Los contenidos	741	41,03%
Ninguna	43	2,38%
Sin opinión	9	0,50%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Tanto los contenidos como los titulares son las principales motivaciones para leer las noticias.

Pregunta No. 11

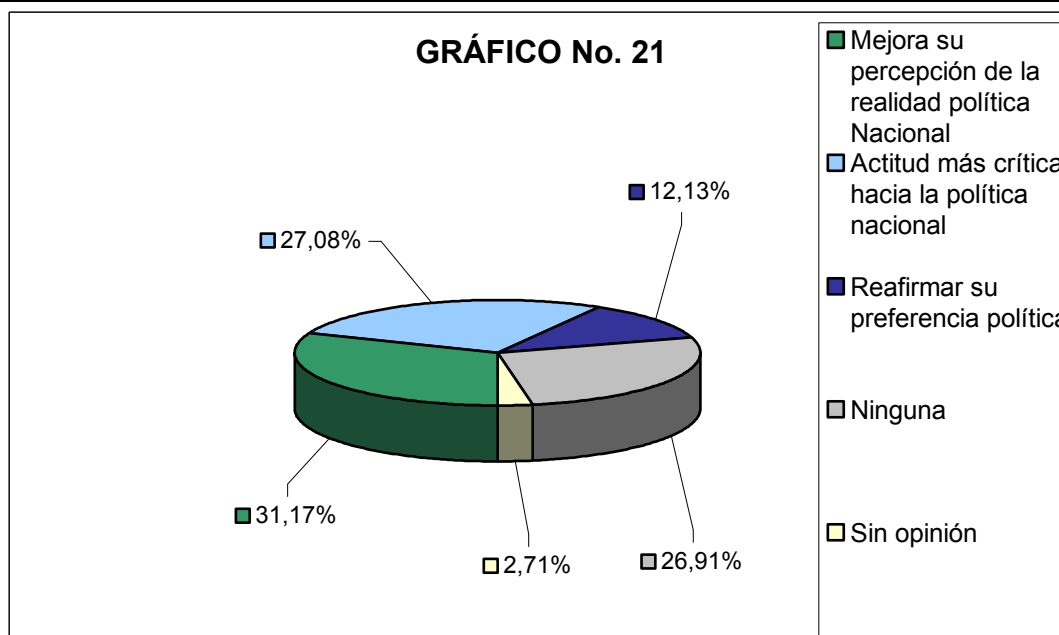
¿De qué manera las noticias influyen en su preferencia política?

Objetivo:

Determinar el grado de influencia que ejercen las noticias en la población.

CUADRO No. 21

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Mejora su percepción de la realidad política Nacional	563	31,17%
Actitud más crítica hacia la política nacional	489	27,08%
Reafirmar su preferencia política	219	12,13%
Ninguna	486	26,91%
Sin opinión	49	2,71%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Analizando el cuadro de resultados, se observa que del 100% de la población salvadoreña encuestada el 31.17% manifestó que las noticias les influyen para tener una actitud más crítica hacia la política nacional, haciendo énfasis que representa la mayor parte de la población, mientras tanto, el 27.08% dijeron que les ayudan a reafirmar su preferencia política.

Pregunta No. 12

¿Considera que los periódicos tienen preferencia hacia un determinado partido político al presentar las noticias?

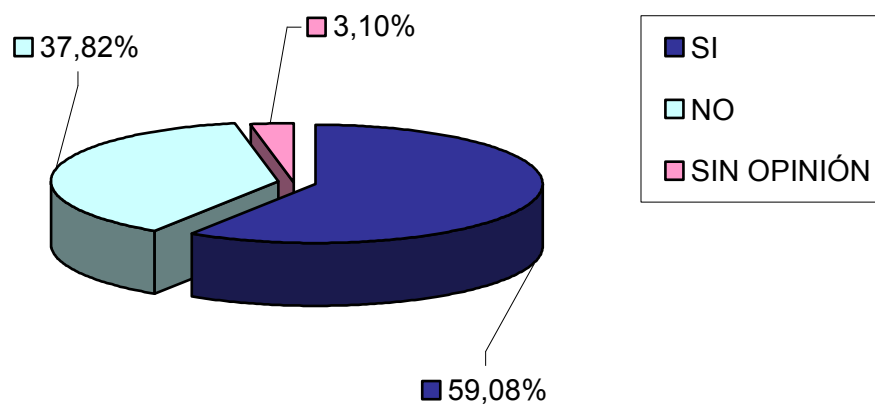
Objetivo:

Establecer si los periódicos tienen alguna afinidad hacia ciertos partidos políticos.

CUADRO No. 22

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	1067	59,08%
NO	683	37,82%
SIN OPINIÓN	56	3,10%
TOTAL	1806	100%

GRÁFICO No. 22



INTERPRETACIÓN:

La mayor parte de la población encuestada está consciente que los periódicos tienen preferencia hacia ciertos partidos políticos, no obstante, le da alguna credibilidad cuando dicen que son objetivos o éticos.

Pregunta No. 13

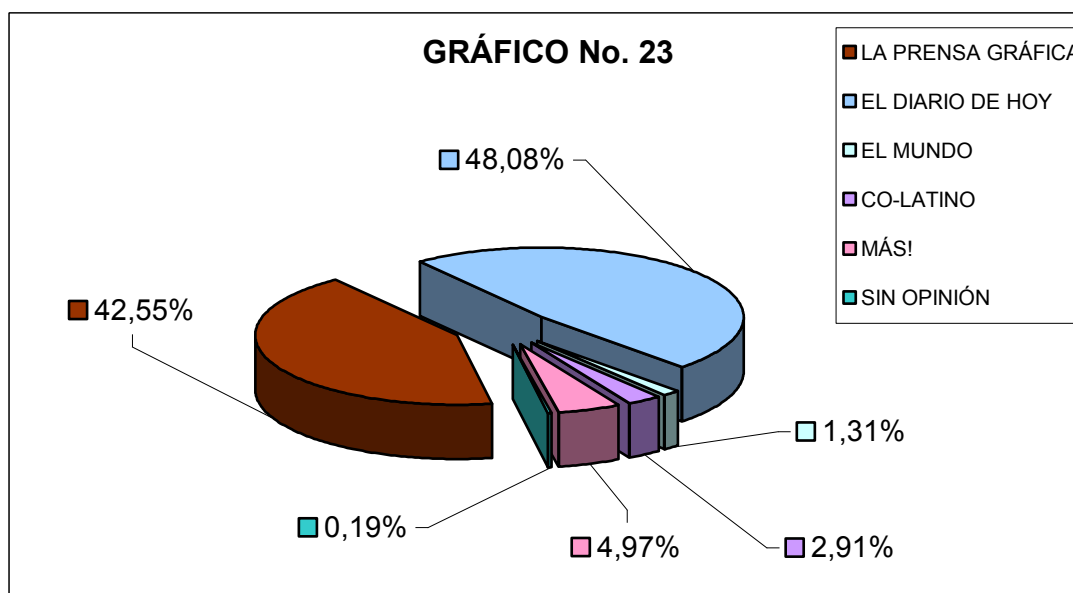
Si contestó sí, ¿Qué periódico demuestra mayor preferencia hacia un determinado partido político?

Objetivo:

Identificar los periódicos que poseen preferencia hacia un partido político.

CUADRO No. 23

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
LA PRENSA GRÁFICA	454	42,55%
EL DIARIO DE HOY	513	48,08%
EL MUNDO	14	1,31%
CO-LATINO	31	2,91%
MÁS!	53	4,97%
SIN OPINIÓN	2	0,19%
TOTAL	1067	100%



INTERPRETACIÓN:

El 48.08% de los encuestados dijo que el Diario de Hoy demuestra preferencia hacia un determinado partido político; pero muy cercano está La Prensa Gráfica.

Pregunta No. 14
¿Hacia qué partido político?

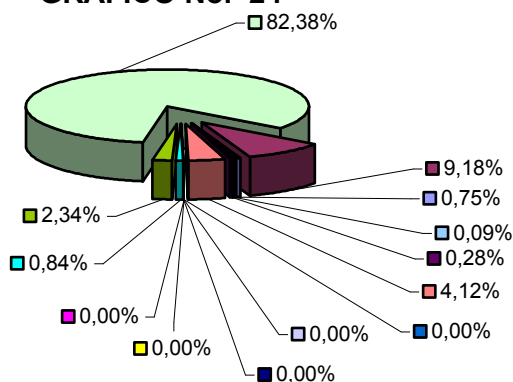
Objetivo:
Identificar el partido político con el que se identifican los periódicos.

CUADRO No. 24

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
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	0,00%
ACCIÓN POPULAR (AP)	0	0,00%
PARTIDO SOCIAL DEMÓCRATA (PSD)	0	0,00%
CDU	0	0,00%
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL (PAN)	0	0,00%
NINGUNO	9	0,84%
SIN OPINIÓN	25	2,34%
TOTAL	1067	100%

- ARENA
- FMLN
- PCN
- PDC
- POPULAR REPUBLICANO (PPR)
- FUERZA CRISTIANA
- MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)
- ACCIÓN POPULAR (AP)
- PARTIDO SOCIAL DEMÓCRATA (PSD)
- CDU
- PARTIDO ACCIÓN NACIONAL (PAN)
- NINGUNO
- SIN OPINIÓN

GRÁFICO No. 24



INTERPRETACIÓN:

El 82.38% de los encuestados vincula a los periódicos con el partido ARENA, mientras que el 9.18% con el FMLN; es decir, los periódicos están más identificados con la derecha.

Pregunta No. 15

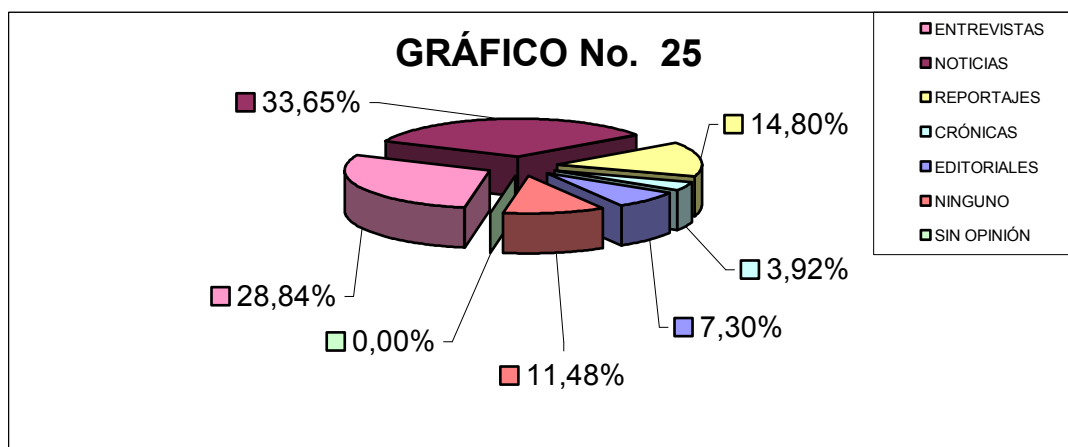
De las siguientes secciones periodísticas, ¿Cuál tiene mayor influencia en su decisión de voto?

Objetivo:

Conocer cuál es la sección periodística que tiene mayor influencia en la decisión de voto de la población salvadoreña.

CUADRO No. 25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
ENTREVISTAS	869	28,84%
NOTICIAS	1014	33,65%
REPORTAJES	446	14,80%
CRÓNICAS	118	3,92%
EDITORIALES	220	7,30%
NINGUNO	346	11,48%
SIN OPINIÓN	0	0,00%
TOTAL	3013	100%

**INTERPRETACIÓN:**

Según los datos obtenidos, las noticias es la sección que ejerce mayor influencia en la decisión de voto en la población salvadoreña, es decir, los inducen para que puedan ir a emitir el sufragio. Seguidamente están las entrevistas, con un porcentaje de 28.84%.

Pregunta No. 16

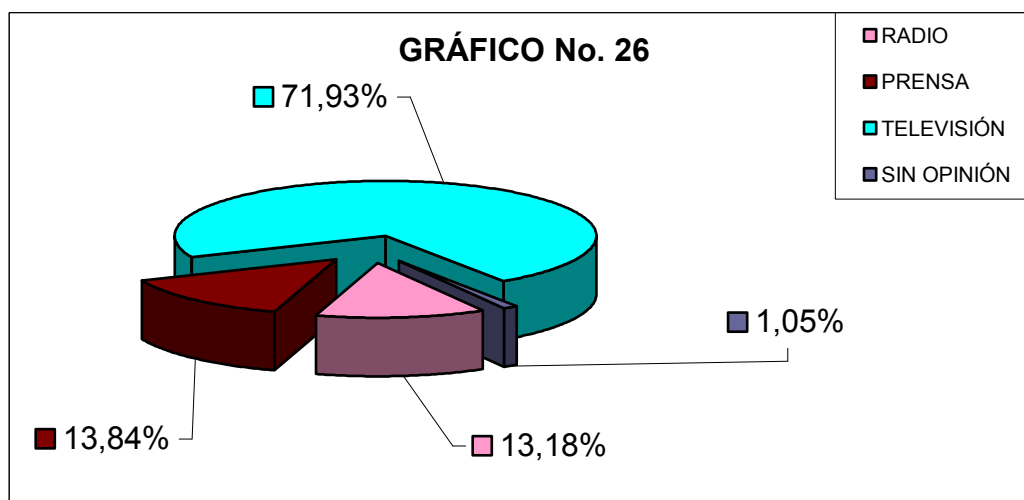
¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere?

Objetivo:

Establecer cuál es el medio de comunicación que la población prefiere.

CUADRO No. 26

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
RADIO	238	13,18%
PRENSA	250	13,84%
TELEVISIÓN	1299	71,93%
SIN OPINIÓN	19	1,05%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

Del 100% de la población encuestada se observa que el 71.93% dijo que el medio de comunicación de su preferencia es la televisión, haciendo énfasis que dicho porcentaje posee la mayor representatividad de la población. Obteniendo un porcentaje de 13.85% el medio prensa.

Pregunta No. 17

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

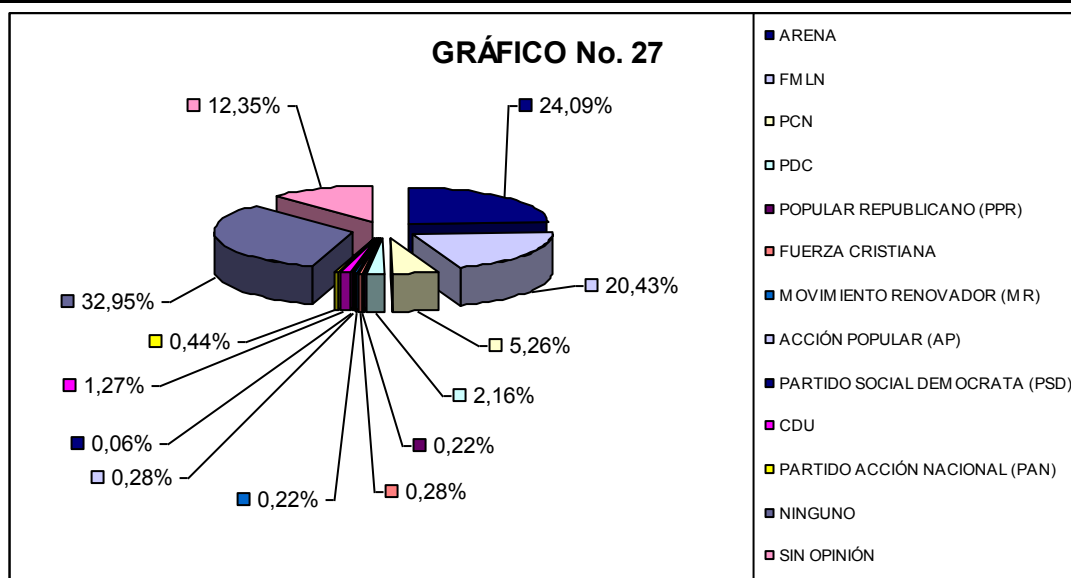
Objetivo:

Conocer las preferencias partidistas de la población salvadoreña.

CUADRO No. 27

ALCALDE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
ARENA	435	24,09%
FMLN	369	20,43%
PCN	95	5,26%
PDC	39	2,16%
POPULAR REPUBLICANO (PPR)	4	0,22%
FUERZA CRISTIANA	5	0,28%
MOVIMIENTO RENOVADOR (MR)	4	0,22%
ACCIÓN POPULAR (AP)	5	0,28%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	1	0,06%
CDU	23	1,27%
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL (PAN)	8	0,44%
NINGUNO	595	32,95%
SIN OPINIÓN	223	12,35%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

No hay lugar a dudas que continúa el empate técnico entre el FMLN y ARENA, con 24.09% y 20.43% respectivamente. No obstante, lo que resulta es el 32.25% que dicen que no votarían por ningún partido político.

Pregunta No. 18

DIPUTADOS

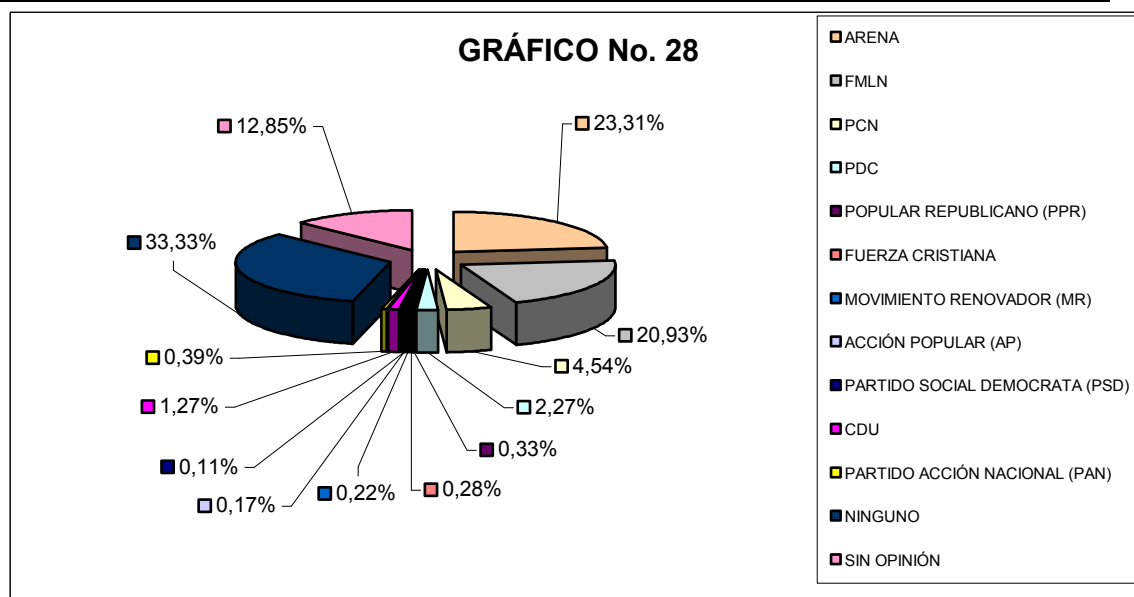
Objetivo:

Conocer qué partido político obtendrá mayores resultados en los comicios del 2003 para Diputados.

CUADRO No. 28

DIPUTADOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
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 (MR)	4	0,22%
ACCIÓN POPULAR (AP)	3	0,17%
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (PSD)	2	0,11%
CDU	23	1,27%
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL (PAN)	7	0,39%
NINGUNO	602	33,33%
SIN OPINIÓN	232	12,85%
TOTAL	1806	100%



INTERPRETACIÓN:

La tendencia hacia el empate técnico entre las dos principales fuerzas electorales se mantiene. De igual forma y a menor escala se encuentran los demás partidos políticos.

Pregunta No. 19

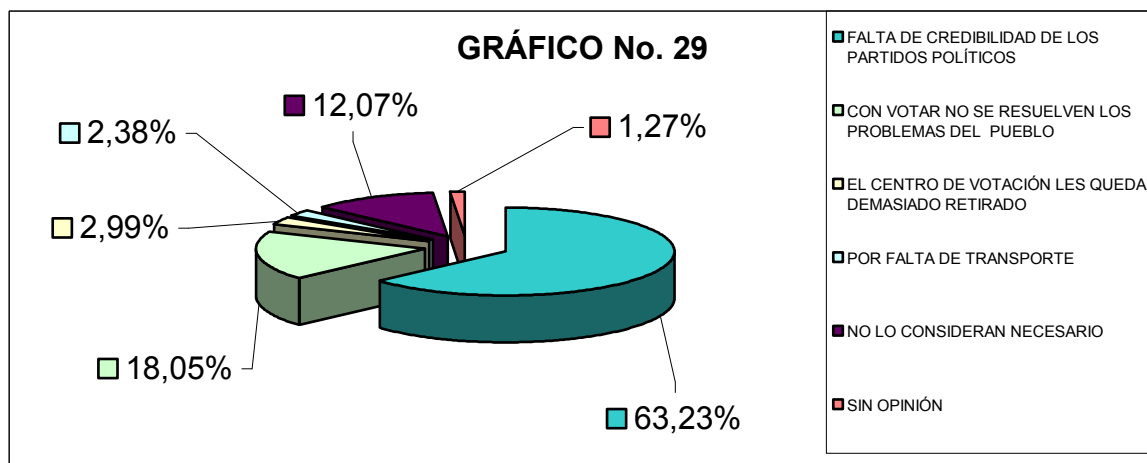
¿Por qué cree que algunos ciudadanos no votan?

Objetivo:

Identificar la razón por la que los ciudadanos se abstienen de emitir el voto en los períodos electorales.

CUADRO No. 29

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
FALTA DE CREDIBILIDAD DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS	1142	63,23%
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:

Según los datos obtenidos a través del cuadro anterior, se deduce que la población se abstiene de emitir el voto, por falta de credibilidad en los partidos políticos, representando el 63.23%. Y en segundo lugar, consideran también que con votar no les resuelven los problemas del pueblo.

2.2 Presentación de la Información de la Entrevista

Entre el 25 y 28 de Enero-03, el grupo investigador, siguiendo el anteproyecto de investigación, realizó una guía de entrevista con el fin de obtener información cualitativa que permitiera ahondar el conocimiento del tema: “La Incidencia de los Medios de Comunicación en periodos electorales, específicamente Prensa Escrita Co-Latino y El Mundo”. Los resultados de estas entrevistas se describen a continuación.

2.3 Análisis General de la Entrevista realizada a suscriptores de los Periódicos Co-Latino y El Mundo.

1. ¿Es usted suscriptor del periódico vespertino Co-Latino y El Mundo?

Nueve son suscriptores de Co-Latino y seis de Diario El Mundo.

2. ¿Con que frecuencia lee Co-Latino y El Mundo?

Nueve respondieron que leen todos los días el periódico Co-latino y seis el vespertino El Mundo.

3. ¿Considera que Co-Latino y El Mundo cumple con la función periodística de educar en periodos electorales?

En esta pregunta los quince suscriptores dijeron que sí educan dichos vespertinos en períodos electorales, que fueron nueve de Co-Latino y 6 de El Mundo.

Cabe mencionar que los nueve suscriptores de Co-latino, en cierta manera coincidieron al expresar que les educa, en el sentido de que les genera opinión pública, además opinaron que les ayuda a tener un panorama más claro de la realidad política existente en el país.

Mientras tanto, los seis suscriptores del periódico El Mundo, coincidieron en que les ayuda a fomentar la libertad de expresión, a prevalecer la democracia en el país, a través del lanzamiento de nuevos líderes en los partidos políticos.

4. ¿Lee las noticias de los periódicos Co-Latino y El Mundo?

Los nueve suscriptores de Co-Latino y los seis de El Mundo dijeron que sí leen las noticias, ya que necesitan estar informados del acontecer nacional e internacional.

5. ¿Qué sección de entretenimiento de Co-Latino y El Mundo le agrada?

Los 9 suscriptores de Co-Latino respondieron que les agrada la sección de “Crucigramas”, puesto que les entretiene, y los seis suscriptores de Diario El Mundo les agrada la sección “Sopa de Letras”, la cual les ayuda a desarrollar su capacidad intelectual.

6. ¿Cómo considera la información que presenta el periódico Co-Latino y El mundo en los procesos electorales?

Los nueve suscriptores de Co-Latino:

Entrevistado No. 1 y 2: Dijeron que la información es buena, porque consideraba que su contenido es realista.

Entrevistado No. 3: Dijo que es excelente, por el tipo de diagramación que se utiliza.

Entrevistado No. 4: Manifestó que es excelente, por la sección “Cartas al Director”, ya que a través de esta sección se pueden exponer con plena libertad puntos de vista a título personal de cualquier sección del periódico.

Entrevistado No. 5, 6, 7, 8 y 9: Coincidieron que la información es excelente, debido a que observan transparencia en la redacción de las noticias.

Los seis suscriptores de Diario EL Mundo.

Todos dijeron que la información es buena.

Entrevistados 1, 2, y 3: Respondieron que este periódico les ofrece noticias vespertinas, y que su contenido es claro y breve.

Entrevistados 4, 5 y 6: Coincidieron en que les presenta un contenido de carácter realista, sobre todo en las secciones de noticias y reportajes.

7. ¿Qué tipo de ideología considera usted que posee Co-Latino y El Mundo?

De los quince entrevistados nueve manifestaron que el Co-Latino posee ideología izquierdista, mientras tanto, seis de El Mundo dijeron que es de ideología de centro.

8. ¿Considera que Co-Latino y El Mundo, a través de su información, ejerce manipulación en sus lectores?

En esta pregunta nueve suscriptores de Co-Latino expresaron que sí ejercen influencia a sus lectores, y seis del Diario El Mundo manifestaron que no ejercen ninguna influencia a la población.

9. ¿Con que partido político cree usted que se identifican los periódicos Co-Latino y El Mundo?

En esta pregunta 9 suscriptores de El Co-Latino manifestaron que el periódico se identifica con el partido político del FMLN; coincidiendo en

que es de tipo izquierdista; y los seis del periódico El mundo dijeron que se identifica con el partido ARENA.

10. ¿Cree usted que esa identificación con el partido político afecta los contenidos de las diferentes secciones del periódico?

En esta pregunta 9 suscriptores de Co-Latino manifestaron que sí afecta principalmente a las noticias y los editoriales, puesto que se evidencia la afinidad política, favoreciendo siempre a ciertos intereses de ambas partes.

Y los seis suscriptores de El Mundo coincidieron que no se ven afectadas las demás secciones.

11. ¿Qué secciones se ven afectadas?

Los nueve suscriptores de Co-Latino afirmaron que se ve mayor incidencia en la sección de Editoriales, mientras tanto, los seis suscriptores de Diario El Mundo dijeron que efectivamente se ve afectada la sección de Noticias y Editoriales.

12. ¿Considera que la información periodística de Co-Latino y El Mundo tiene credibilidad?

Los quince suscriptores manifestaron que sí, tanto los suscriptores del periódico Co-Latino como los del Diario El Mundo.

13. ¿Cree usted que las aptitudes de los individuos es modificada por la información que presentan los periódicos?

En esta pregunta nueve de los suscriptores encuestados de Co-Latino dijeron que sí, y seis que respectivamente eran de El Mundo opinaron que no.

- 14. En las próximas elecciones para Diputados y Alcaldes qué partido político considera usted que tendrá mayores resultados positivos?**

En esta pregunta 9 suscriptores de Co-Latino afirmaron que el FMLN, mientras que seis suscriptores de Diario El Mundo dijeron que ARENA.

2.4 MONITOREO DE LAS NOTICIAS DEL PERIÓDICO VESPERTINO CO-LATINO

DÍA	NOTICIAS ELECTORALES	A QUÉ PARTIDO HACE REFERENCIA	PERSONAJE O CANDIDATO	TEMÁTICA	POSICIÓN DEL MEDIO
LUNES 27-01-03	3	ARENA	JAIME RODRÍGUEZ	EXPLICA POR QUÉ NO ACEPTÓ SER CANDIDATO POR EL PARTIDO ARENA EN SOYAPANGO	NEUTRAL, PORQUE EN LA ENTREVISTA REALIZADA SE REFLEJA QUE EL MEDIO NO APOYA NINGÚN PARTIDO POLÍTICO
MARTES 28-01-03	4	TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL	JULIO HERNÁNDEZ SERGIO MENA G ERSON MARTÍNEZ	IMPRESIÓN DE PAPELETA Y ERRORES EN PADRÓN ELECTORAL (TSE)	NINGUNA POSICIÓN, PORQUE EN LA INFORMACIÓN PRSENTADA SE ABORDA EL TEMA DE LA IMPRSIÓN DEL MATERIAL ELECTORAL
MIÉRCOLES 29-01-03	4	ARENA CDU MIRE	LESLEY SCHULD, PRESIDENTA CIS, BEATRICE DE, CARRILLO Y EVELYN JACIR DE LOVO	SOBRE LA VIOLENCIA PRE-ELECTORAL Y RESPUESTA A PROBLEMÁTICAS DE COMUNIDADES	NEUTRAL, PORQUE DE LA ENTREVISTA NO SE EVIDENCIA TENDENCIA PARTIDISTA
JUEVES 30-01-03	5	PDC, PSD, MR, AP, PCN, FMLN Y FUERZA CRISTIANA	RICARDO PERDOMO, MARÍA JULIA CASTILLO, CARLOS RIVAS ZAMORA, ANA MARÍA HASBÚN, ALEJANDRO MIXCO PINTO	PRESENTACIÓN DE SOLUCIONES A PROBLEMÁTICA DE COMUNIDADES POR LOS CANDIDATOS CAPITALINOS	NEUTRAL, PORQUE NO REFLEJA NINGUNA AFINIDAD POLÍTICA
VIERNES 31-01-03	5	COALICIÓN Y PPR	ANA MARÍA HASBÚN Y RICARDO PERDOMO	FORO SOBRE SOLUCIÓN A PROBLEMÁTICAS DE COMUNIDADES POR LOS CANDIDATOS CAPITALINOS	NO PRESENTA NINGUNA POSICIÓN DE FAVORITISMO POLÍTICO

2.5 MONITOREO DE LAS NOTICIAS DEL PERIÓDICO VESPERTINO EL MUNDO

DÍA	NOTICIAS	A QUÉ PARTIDO HACE	PERSONAJE O CANDIDATO	TEMÁTICA	POSICIÓN DEL
-----	----------	--------------------	-----------------------	----------	--------------

	ELECTORALES	REFERENCIA			MEDIO
LUNES 27-01-03	4	ARENA, FMLN, PCN, PPR, CDU, MR, MIRE, PSD, COALICIÓN, CDU, FUERZA CRISTIANA Y PDC	MILENA DE ESCALÓN, DAGOBERTO MARROQUÍN, MANUEL MELGAR, LEONARDO MENA, RENÉ AGUILUZ, GLORIA	LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y SU MAQUILLAJE ELECTORAL	DE DERECHA, PORQUE FAVORECE AL PARTIDO DE DERECHA
MARTES 28-01-03	5	ARENA, FMLN, PCN, PPR, CDU, MR, MIRE, PSD, COALICIÓN, CDU, FUERZA CRISTIANA Y PDC	TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL	INVERSIÓN EN PROPAGANDA ELECTORAL	NEUTRAL, PORQUE NO REFLEJAN NINGUNA TENDENCIA PARTIDISTA EN ESTE ARTÍCULO
MIÉRCOLES 29-01-03	5	ARENA, FMLN, MR.	EVELYN JACIR DE LOVO, GUILLERMO RIVERA, SALVADOR CRUZ PÉREZ, NORMAN QUIJANO, HUGO MARTÍNEZ, GERSON MARTÍNEZ	ENTREVISTA A GUILLERMO RIVERA, SOBRE SU PARTICIPACIÓN EN POLÍTICA, PROPUESTAS DE SOLUCIÓN A PROBLEMÁTICAS POR EVELYN JACIR DE LOVO, Y NUEVO LEMA A UTILIZAR POR EL MOVIMIENTO RENOVADOR.	NEUTRAL, PORQUE NO FAVORECE A NINGÚN PARTIDO POLÍTICO
JUEVES 30-01-03	5	ARENA, FMLN, PCN, PPR, FUERZA CRISTIANA, COALICIÓN	EVELYN JAVIR DE LOVO, RICARDO PERDOMO, CARLOS RIVAS ZAMORA, MARÍA JULIA CASTILLO, ALEJANDRO MIXCO PINTO, ANA MARIA HASBÚN	PRESENTACIÓN DE PLATAFORMAS DE PARTIDOS POLÍTICOS	NO PRESENTA FAVORITISMO HACÍA NINGÚN PARTIDO POLÍTICO
VIERNES 31-01-03	3	CDU, PPR, MOVIMIENTO RENOVADOR, PDC, PCN,	HECTOR SILVA, JULIO VALDIVIESO, NELSON AVALOS, AGUSTÍN DÍAZ.	PROPONEN REFORMAS AL SISTEMA ELECTORAL	NO PRESENTA FAVORITISMO ALGUNO. YA QUE NO REFLEJA TENDENCIA PARTIDISTA

CAPÍTULO III

“DIAGNÓSTICO SITUACIONAL SOBRE LA INCIDENCIA DE LAS NOTICIAS EN LA POBLACIÓN DURANTE PERÍODOS ELECCIONARIOS. CASO ESPÉCIFICO PRENSA ESCRITA: CO-LATINO Y EL MUNDO”.

Los Medios Masivos de Comunicación Salvadoreños, particularmente la Prensa Escrita, que ocupa el segundo lugar en la preferencia de los lectores, según lo demuestra la gráfica número 26 de la encuesta realizada a escala nacional, es un medio que a través del tiempo ha ido evolucionando, gracias a la tecnología avanzada, lo cual permite que los lectores conozcan hechos y acontecimientos importantes.

El propósito de esta investigación de campo fue profundizar en cuanto a la incidencia del medio escrito, principalmente en su afinidad ideológica política y cómo las noticias, como género periodístico, son la herramienta para influir en la población durante periodos electorales.

A través de la investigación realizada, se logró obtener una visión amplia y profunda de que el ejercicio periodístico en El Salvador no cumple con el profesionalismo que debe caracterizar a la Prensa Escrita; es decir, que la información que se presenta diariamente no es objetiva, debe entenderse la no participación del periodista o del medio de comunicación en el desarrollo de la noticia .

Por otra parte, los entrevistados visualizan la posición ideológica política del medio a través del enfoque que le dan a la redacción de las noticias. Es

necesario indicar, que de acuerdo a la opinión, de los entrevistados, a través de la lectura de las noticias observan a favor de quién se encuentra el periódico. Además, afirmaron los suscriptores del vespertino El Mundo que este favorece al partido de Gobierno, es decir ARENA; mientras que los de Co-Latino manifestaron que se identifica con el partido político FMLN, coincidiendo que es de tipo izquierdista.

En la entrevista realizada a los suscriptores de los periódicos Co-Latino y El Mundo, opinaron que cuando el medio posee alguna tendencia ideológica puede afectar el contenido de las diferentes secciones del periódico.

Por otro lado, los periódicos La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, que son los que gozan de mayor aceptación, debido a que ellos cuentan con respaldos económicos, ya que sus dueños forman parte de un sistema económico sólido.

Mientras tanto Co-Latino, uno de los vespertinos en su esfuerzo de ejercer la función de educar a la población en periodos electorales, lo efectúa con el apoyo económico de los miembros de la Cooperativa.

De las secciones periodísticas que los lectores prefieren están las noticias. De acuerdo a la entrevista realizada a los suscriptores de los Vespertinos Co-Latino y El Mundo manifestaron que son de su preferencia porque necesitan estar informados del acontecer nacional e internacional.

Los Lectores de Co- Latino y El Mundo manifestaron que la información es buena, porque consideran que el contenido de Co- Latino es realista; mientras que en El Mundo el contenido de las noticias es claro y breve.

Lo expuesto anteriormente, se debe a que la noticia es el género periodístico objeto de estudio del presente trabajo de investigación y ocupa el primer lugar en la escala de preferencia de los lectores.

Por otra parte, los lectores manifestaron que los periódicos ejercen manipulación en la población en periodos electorales, induciéndolos a que adopten una preferencia de identificación ideológica hacia un determinado partido político, así lo manifestó el 59.08%, tal como se señala en el gráfico No. 22.

Asimismo, el contenido que presentan las noticias en los periódicos, pueden influir a que el lector acepte o rechace, dependiendo de la ideología de ellos.

Es importante hacer énfasis que la mayor parte de los suscriptores de Co-Latino, que fueron 9, manifestaron que les agrada la sección de “Crucigrama”, así también los otros 6 suscriptores de Diario El Mundo dijeron que les agrada “Sopa de Letras”, porque les ayuda a desarrollar su capacidad intelectual.

Finalmente, relacionando la teoría con los resultados obtenidos en la investigación de campo, se tiene que los medios de comunicación social cumplen con dos roles de estar al servicio de la sociedad y fomentar valores y principios críticos a su vez, y el otro, son un enlace entre los intereses y privilegios de los grupos y de la población.

Lo anterior se fundamenta en que los medios de comunicación así como informan a la población durante los períodos electorales, también poseen alguna tendencia hacia ciertos partidos políticos, favoreciendo intereses hacia ambas partes. Esto fue manifestado por los suscriptores de ambos periódicos.

Cabe destacar que el medio de comunicación que posee mayor impacto en la población en los períodos electorales, es la televisión, ya que transmite a través de las imágenes el perfil, las características que identifican a un candidato de un partido político, y es a través de las imágenes que el votante decide por quien emitir el sufragio. Habiendo sido manifestado por los entrevistados de ambos periódicos.

Asimismo, la prensa escrita sirve para transmitir mensajes ideológicos-políticos que se utilizan en campañas electorales de persuasión al electorado. Es decir, influyen en la decisión de voto; lo cual se vio reflejado en las respectivas encuestas de la investigación de campo.

Por último, es importante mencionar que los objetivos de la investigación se cumplen, en el sentido de que los medios de comunicación inciden significativamente en la población al momento de emitir el voto.

1.1 Conclusiones

Después de haber realizado la investigación anterior, se tienen las conclusiones siguientes:

- Que los medios de comunicación social inciden, significativamente, en las personas durante los periodos electorales, ya que su función es transmitir mensajes que llevan la intención de influir en las personas, para conducirlos a actuar en beneficio de quienes emiten los mensajes.
- Que el género periodístico, las noticias, son las más cercanas a la objetividad, porque la información que transmiten son datos y hechos concretos, nunca opiniones del periodista o del medio de comunicación.

- Que los medios de comunicación han experimentado un desarrollo significativo durante los últimos diez años, no solo a nivel de contenido sino a nivel de formato, debido a que se han introducido nuevas secciones que diversifican la oferta como en las áreas educativas: la literatura, los espectáculos, reportajes y la entrevista, con lo que ahora hay más que leer y más atractivo y orden en la presentación de su contenido.
- Así también, los medios en los períodos electorales, son instrumentos que influyen de manera decisiva a que la población pueda estar más informada y mejor educada.
- Los medios de comunicación se han vuelto acríticamente promotores del modelo económico capitalista, sin reparar que por lo general contribuyen a fomentar vicios y antivalores, convirtiéndolo en un problema social para la población.
- Que en los medios de comunicación se juega gran parte de la acción política de nuestro tiempo, ya que condicionan las formas de llevar adelante la movilización del electorado frente a los comicios; los ritmos y temas de una campaña influyen en el conocimiento de los candidatos y en la transmisión sus mensajes.
- Por otra parte, los medios de comunicación social escritos, deben buscar y posibilitar el debate serio y honesto entre los diferentes sectores de la población, mediante reglas claras y simétricas, a fin de que puedan convertirse en generadores de opinión.

- Los periódicos nacionales incurren en un elitismo exagerado, sus espacios están disponibles exclusivamente para los sectores dominantes, economía, política y académica.

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, Miguel Rodrigo. La Construcción de la Noticia. Ediciones Paidós. México D.F. 1987. Págs. 15-22.
- Jiménez Larios, Armando. Doctrina e Ideología de los Partidos Políticos en El Salvador. Editse, San Salvador. 1997. Págs. 10-31.
- Durán, Gerardo Salvador. Tesis. Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños en el Nuevo Escenario Político, y como su Afinidad Ideológica Política pueden Incidir en la Población en un Período Eleccionario, a través de los Editoriales y Artículos de Opinión en Prensa Escrita. Universidad Tecnológica de El Salvador. San Salvador. 2000. Págs. 6-10, 12-19.
- Vega Argueta, Eva Marlene. Tesis. El Rol de los Medios de Comunicación Salvadoreños, en el Escenario Político y como su Afinidad Ideológica Política puede Incidir en la Población durante un Período Eleccionario, a través de las Noticias de Prensa Escrita. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador. 2000. Págs. 4-5, 16-19, 20-21, 31, 35-37.
- Herrera Palacios, Antonio. Paquete Didáctico Producción en Prensa Escrita. Universidad Tecnológica de El Salvador. San Salvador. 2000. Págs. 15-18.
- Morazán Vidal, Mauricio Rolando. Paquete Didáctico de Producción en Radio. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador. 1999. Págs. 3-7.
- 106
- Olivo, Julio Alfonso. Paquete Didáctico de Producción de Televisión. Universidad Tecnológica de El Salvador. San Salvador. 2000. Pág. 5-6.
- Hernández Colorado, Rosalío. Paquete Didáctico de Redacción de Noticias. Universidad Tecnológica de El Salvador. San Salvador. 1999. Págs. 10-12, 25-26.
- UCA, El Salvador PROCESO. Boletín Informativo Semanal. Importancia de la Comunicación Política. San Salvador. 1998. Págs. 4-6.
- Equipo Maíz. Folleto. Los Partidos Políticos en El Salvador. San Salvador. 1993. Págs. 2-8.
- Talleres Gráficos UCA. Revista ECA. Los Salvadoreños y El Proceso Electoral. San Salvador, El Salvador. 2003. Págs. 823-826.
- Talleres Gráficos UCA. Revista ECA. Funciones de los Medios de Comunicación Social. San Salvador, El Salvador. 2001. Págs. 832-835.
- www.eldiariodehoy.Sección. Sección CONOZCAMOS. 2002. Págs. 1-4.

- www.interlegis.gov.br/productos-servicios/educacao/cursomercosur.com. 2002. Págs. 1-3.
- www.probidad.org.sv/local/docs/partidospoliticos.com.2002.Págs.1-2

Anexo No. 1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Defensa de Anteproyecto	X	X																										
Elaboración Capítulo I: "Los medios de comunicación social y su afinidad ideológica política en la población en periodos eleccionarios"		X	X																									
Entrega del Capítulo I a la Unidad de Egresados						X																						
Elaboración Capítulo II: Investigación de Campo sobre la incidencia de los medios de comunicación en períodos electorales.							X	X																				
Entrega de Capítulo II									X																			
Elaboración del Capítulo III										X	X																	
Entrega de Documentos Final												X																
Defensa de Tesis													X	X	X	X												
Graduación																									X	X		

Anexo No. 2

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACIONES**



Guía de entrevista que se pasará a personas conocedoras de los medios de comunicación (suscriptores de los periódicos Co- Latino y El Mundo).

- 1- ¿Es usted suscriptor del periódico vespertino Co-Latino y El Mundo?
- 2- ¿Con que frecuencia lee Co-Latino y El Mundo cumplen con la función periodística de educar en períodos electorales?
- 3.- ¿Considera que Co-Latino y El Mundo cumplen con la función periodística de educar en períodos electorales?
- 4.- ¿Lee las noticias de los periódicos Co-Latino y El Mundo le agrada?
5. ¿Qué sección de entretenimiento de Co-Latino y El Mundo le agrada?

6.-¿Como considera la información que presenta el periódico Co-Latino y El Mundo en los procesos electorales?

7.- ¿Qué tipo de ideología considera usted que posee Co-Latino y El Mundo?

8.- ¿Considera que Co-Latino y El Mundo, a través de su información ejerce manipulación en sus lectores?

9.- ¿Con qué partido político cree usted que se identifica el Periódico Co-Latino y El Mundo?

10.-¿Cree usted que esa identificación con el partido político afecta los contenidos de las diferentes secciones del periódico?.

11.-¿Considera que la información periodística de Co-Latino y El Mundo tiene credibilidad?

12.- ¿Qué secciones se ven afectadas?

13.-¿Cree usted que las actitudes de los individuos es modificada por la información que presentan los periódicos?

14.- ¿En las próximas elecciones de Diputados y Alcaldes, que partido político considera tendrá mayores resultados positivos?

(EL ANEXO No. 3 ES EL FORMATO DE LA ENCUESTA DEL MEDIO
PRENSA CON EL CIOPS)

Anexo No. 4

MATRIZ DE CONGRUENCIA

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA
¿Como inciden los medios de comunicación social salvadoreño en la población durante los períodos eleccionarios. Caso específico: Prensa Escrita Co-Latino y El Mundo?	Determinar cuál es la incidencia de los medios de comunicación social y su afinidad ideológica política, en la población Salvadoreña, en períodos electorales.	-Estudiar el rol de los medios de comunicación y su ideología en los procesos electorales. -Determinar la incidencia de las noticias de los periódicos Co-Latino y El Mundo, en la población votante, en periodos electorales. -Identificar la influencia ideológica de los periódicos Co-Latino y El	- Los medios de comunicación social. -Antecedentes de medios de comunicación social. -Actuales medios de Comunicación Escrita en El Salvador -La comunicación política. - Ideología política. -Corrientes ideológicas en El	La afinidad ideológica política de los medios de comunicación social inciden significativamente en las preferencias electorales de la población salvadoreña.	Variable Independiente La afinidad ideológica política de los medios de comunicación. Variable Dependiente Preferencias electorales de la población salvadoreña.	Variable Independiente Ideología Manipulación Política Informar Educar Entretener Incidencia Co-Latino Incidencia El Mundo	1 ¿Es usted suscriptor del periódico vespertino Co-Latino y El Mundo? 2. ¿Con que frecuencia lee Co-Latino y El Mundo? 3 ¿Considera que Co-Latino y El Mundo cumplen con la función periodística de educar en períodos electorales? 4. ¿Lee las noticias de los periódicos Co-Latino y El Mundo? 5. ¿Qué sección de entretenimiento de Co-Latino y El Mundo le agrada?

		Mundo, en el comportamiento de los votantes, en períodos electorales.	Salvador - Partidos políticos en El Salvador. - Los medios de comunicación en campañas electorales.			Ideología Co-Latino Ideología El Mundo Variable Dependiente -Cambio de actitud -Modificación de ideas -Preferencia electoral -Credibilidad -Imparcialidad -Claridad -Esparcimiento -Aceptación	6. ¿Cómo considera la información que presenta el periódico Co-Latino y El Mundo en los procesos electorales? 7. ¿Que tipo de ideología considera usted que posee Co-latino y El Mundo? 8. ¿Considera que Co-Latino y El Mundo a través de su información ejerce manipulación en sus lectores?. 9 ¿Con qué partido político cree usted que se identifica el periódico Co- Latino y El Mundo? 10 ¿Cree usted que esa identificación con el partido político afecta los contenidos de las diferentes secciones del periódico?
--	--	---	--	--	--	---	---

						-Opinión favorable -Influencia -Afinidad	11. Qué secciones se ven afectadas? 12¿ Considera que la información periodística de Co-Latino y El Mundo tiene credibilidad? 13¿ Cree usted que las actitudes de los individuos es modificada por la información que presentan los periódicos Co-Latino y El Mundo. 14. ¿En las próximas elecciones de Diputados y Alcaldes, que partido político considera tendrá mayores resultados positivos?
--	--	--	--	--	--	--	---