

**Universidad de El Salvador  
Facultad de Ciencias y Humanidades  
Departamento de Periodismo**



**El Tratamiento Informativo de La Prensa Gráfica,  
sobre las  
Elecciones Presidenciales 2004**

**Tesina**

**Elaborada Por:**

**Monica Josefa Avalos Canjura  
Sara Elena Quintanilla Pérez  
Carmen Guadalupe Solórzano Rodríguez**

**Para Optar al Título de  
Licenciatura en Periodismo**

**Ciudad Universitaria, 16 de Junio del 2005.**

 **©2004, DERECHOS RESERVADOS**  
Prohibida la reproducción total o parcial de este documento,  
sin la autorización escrita de la Universidad de El Salvador  
<http://virtual.ues.edu.sv/>  
**SISTEMA BIBLIOTECARIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**Doctora María Isabel Rodríguez  
Rectora**

**Licenciada Margarita Rivas  
Secretaria General**

**Licenciada Ana María Glower de Alvarado  
Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades**

**Licenciada Oralia Esther Román de Rivas  
Secretaria de la Facultad**

**Licenciado René Alberto Contreras  
Jefe Departamento de Periodismo**

**Maestro Guillermo Mejía  
Coordinador de Procesos de Graduación  
Departamento de Periodismo**

**Maestro Julio Cesar Grande  
Docente Director**

## *AGRADECIMIENTO.*

*QUIERO AGRADECER A DIOS, por existir y permitirme vivir este momento tan especial en mi vida.*

*A MI AMADA MADRE: Sofía Esperanza Canjura, quien me enseñó el valor de la vida, honestidad y nobleza por ser autentica hasta en el lecho de su muerte.*

*A MI ADORADA ABUELA: Maria Salome Del Transito Canjura, por brindarme todo el amor que un ser humano es capaz de dar.*

*A TODA MI FAMILIA: Hermanos, tíos, primos, sobrinos a todos. Por aceptarme como soy y respetar mis decisiones.*

*A MIS AMIGOS: Especialmente a Nevix por su ayuda y compañía a mis compañeras de tesis Carmen y Sara por su esfuerzo durante el desarrollo del trabajo.*

*AL MCS: Julio Cesar Grande por su apoyo y asesoría a lo largo del proyecto.*

*A TODOS LOS DOCENTES: Del Departamento De Periodismo.*

*GRACIAS.  
MONICA AVALOS.*

### *Agradecimientos*

Primeramente le doy gracias a mi **Dios** todo poderoso por haberme ayudado en todo el camino de mi carrera y nunca haberme dejado desfallecer en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis Padres **Aracely del Carmen Rodríguez Olmedo y Manuel de Jesús Aquino y Hermanos** con todo mi amor le dedico este esfuerzo, quienes con su apoyo, cariño, ayuda, comprensión y tolerancia hicieron posible la obtención de esta conquista personal.

A mi Novio **Francisco Javier Losada Corrales y a su familia** que con su amor, apoyo, paciencia y confianza estuvieron pendientes a mi finalización de este triunfo y a nuestra felicidad de estar juntos.

Agradezco a mis Abuelos de España y El Salvador:

**María Victoria Olmedo y Tomás de Jesús Rodríguez Castillo** (grata recordación como Maestro Meritísimo de la Republica) y a mis abuelitos **José Castillo y Dolores de Castillo y familia** quienes con todo su a cariño y sus consejos me dieron fuerzas para continuar con mis estudios.

Agradecimientos a mis amigos:

**Normita Portillo, Metzi Rosales, Víctor Carranza, Mabel Gonzáles, Leticia Melgar y Cecilia Huevo, Roxana Escobar y hijos** por ofrecerme su ayuda y amistad incondicional y de haberme acompañarme en todo el transcurso de mi carrera, los cuales juntos hemos alcanzado la meta, muchas gracias.

A mis Amigos de infancia y adolescencia:

Los cuales en el transcurso de mi vida estuvieron a mi lado descubriendo el mundo y aprendiendo de ello, los cuales me sirvieron para crecer y ser una mujer en la que me he convertido ahora, especialmente les agradezco a los **“Amigos Felices”** y a mis amigos de España de la región de Zaragoza, Barcelona y la Rioja, como también a los **“Padres Adoptivos.”**

A mis compañeras de tesis:

**Mónica Avalos y Sara Quintanilla** con quienes compartí este proceso con mucho esfuerzo y la cual fue una experiencia enriquecedora de conocimientos.

A los profesores, que contribuyeron en las diferentes etapas del aprendizaje de la carrera hasta llegar a este momento, especialmente a los licenciados **Eduardo Cubías, Napoleón Rodríguez, Erasmo Quintanilla, Rene Contreras, Guillermo Mejía, Mauro Guandique y Edgardo Monge,** así como también a todos los docentes que contribuyeron con sus conocimientos a mi formación como profesional.

Al asesor de esta investigación **Mcs. Julio Grande:**

Agradecerle

Por ser nuestro asesor durante la presente investigación y que hizo posible este trabajo al compartir su experiencia personal con nosotras.

Al pueblo salvadoreño, que con su esfuerzo conjunto hace posible la existencia y sostenimiento de la Universidad de El Salvador por darnos la oportunidad de cursar estudios superiores y a la cual le debo muchísimo.

Profundamente agradecida a todas aquellas personas que contribuyeron por instarme a cumplir todos mis sueños.

**Carmen Guadalupe Solórzano Rodríguez.**

## DEDICATORIA

### **A DIOS TODOPODEROSO, A JESÚS Y A SU MADRE LA VIRGEN MARIA.**

Por haberme dado la vida y sabiduría, por mostrarme y ser la luz que me guió y me acompañó en los momentos buenos y malos que he tenido, no solo en la realización de este trabajo, sino en todos los aspectos de mi vida, me han ayudado a lograr este éxito que es la culminación de mi carrera profesional, a Monseñor Oscar Arnulfo Romero, por ser un ejemplo de valentía y perseverancia en este país que aún en estos tiempos sigue sumido en la injusticia y la pobreza.

### **A MI MADRE**

Reina Esperanza Pérez, quien siempre ha estado conmigo, aún en los momentos que le he fallado nunca me ha dejado sola, siempre ha estado junto a mí, ha sido el pilar que me ha guiado e impulsado para lograr este triunfo en mi vida y quien de todo corazón le dedico este éxito.

### **A MIS HIJOS**

Johannes, Lorraine y Christopher Lino Quintanilla, por quienes he luchado hasta culminar mi carrera y a quienes agradezco infinitamente por haberme aguantado y regalado su tiempo para terminar mis estudios. Espero que se sientan orgullosos de este logro mis Querubines azules.

### **A UNA PERSONA ESPECIAL**

Freddy Lino, por haberme brindado su apoyo y conocimientos de manera incondicional en el transcurso de mi carrera y sobre todo en la realización de este proyecto.

### **A MIS HERMANOS.**

Edwin y familia, Jhon y su novia, Fredy y familia, por haberme apoyado durante el transcurso de mi carrera profesional y por su apoyo a la culminación de de la misma.

### **A MIS AMIGOS Y COMADRES**

Roselía, Delmy, Priscyla, Blanca, Sergio, Carlos, Raquel, Beatriz, Raquel Maravilla, Sandra, Saúl Cortés, etc. Con quienes inicie este proyecto y que por razones del destino algunos de ellos se retiraron, a ellos un agradecimiento por brindarme su sincera amistad.

### **A LOS DOCENTES**

Mcs. Julio César Grande, Lic. Guillermo Mejia, Lic. Maza y a todos los docentes del Departamento de Periodismo que en su momento me brindaron todo su apoyo y conocimiento, muchas gracias.

*SARA ELENA*

# Índice

Introducción-----	10
-------------------	----

## Capítulo I

### Definición del objeto de Estudio

1.1 Planteamiento del Problema-----	13
1.2 Objetivos-----	15
1.3 Justificación-----	16
1.4 Alcances y Limitaciones del Estudio-----	17

## Capítulo II

### Metodología

2.1 Definición y justificación de la Muestra o Corpus de Análisis-----	18
2.2 Procedimiento del trabajo de investigación-----	18
2.3 Definición de las Técnicas-----	19
2.4 Tipo de Estudio-----	26
2.5 preguntas Guías -----	29

## Capítulo III

### Marco Teórico

3.1 Antecedentes Históricos-----	30
3.2 Sistemas de Conceptos-----	33
3.3 Marco Teórico-----	42
3.3.1 La Importancia del Tratamiento Informativo Por Parte de los Medios-----	42
3.3.2 Papel de los Medios de Comunicación en los Procesos ElectORAles-----	44
3.3.3 Impacto Social de las Noticias de Carácter Político-----	47
3.3.4 Posición ideológica de los Medios Ante El Proceso Electoral-----	50
3.3.5 Manipulación del Discurso Periodístico (Propaganda) -----	50



### **3.3.6 Importancia de la Ética al Informar en el Marco de un Proceso**

**Electoral-----59**

## **Capítulo IV**

**Descripción y Análisis de Resultados-----64**

## **Capítulo V**

**Conclusiones y Recomendaciones-----97**

## **Capítulo VI**

**Fuentes de Consultas-----107**

## Introducción

El presente trabajo de investigación titulado “El Tratamiento Informativo de La Prensa Gráfica, Sobre las Elecciones Presidenciales 2004”, tiene como finalidad principal conocer el tratamiento informativo del texto periodístico, como también la intención y connotación ideológica que contienen las noticias político – electorales en La prensa Gráfica, en el periodo del 14 al 20 de Marzo del 2004, utilizando la técnica de análisis de contenido.

Además, de sentar las bases y convertirse en guía para posteriores trabajos de graduación, la investigación pretende detectar las imprecisiones, los supuestos vacíos al redactar, como también la calidad de las declaraciones de la fuente, lo que evidencia el contenido total de la redacción de acuerdo al hecho y la estrategia de propaganda, de tal manera, que los lectores se formen una idea de los hechos y su entorno, de acuerdo a las intenciones del medio.

Identificándolo mediante el análisis de contenido la posición meramente ideológica anti- FMLN, en la redacción de las notas que realizó La Prensa Gráfica de las elecciones presidenciales de marzo de 2004, como parte de su línea editorial, para favorecer al partido gubernamental ARENA.

La importancia del estudio radica en que es un tema actual por ser las primeras elecciones del siglo XXI. Asimismo, el estudio pretende analizar como los redactores probablemente, aunque en forma intencional, cometen imprecisiones al construir las noticias no definiendo enfoques noticiosos, pocas veces se destacan situaciones o elementos del hecho no relevante y al final resultan contenidos superfluos, vacíos informativos no argumentativos, se vuelven interesantes cuando no lo son.

Indudablemente La prensa Gráfica manejó la información de carácter político electoral como un instrumento para influir ideológicamente como parte de su línea editorial y de esa manera favorecer a los grupos hegemónicos de la derecha salvadoreña representada en primer lugar, por el partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA).

Al manipular la información se tuvo la intencionalidad específica de desinformar, para afectar la imagen del candidato de izquierda Shafick Hándal opositor mayor al sistema político dominante. Para ello, se recurrió a los mecanismos desinformativos tales como: La analogía, la omisión de datos, términos peyorativos y la mentira, en forma sistemática y de manera evidente en algunos casos, o de manera persuasiva en otros.

Considerando que cada uno de los acontecimientos electorales merece ser tomado como antecedentes históricos, ya que la decisión del votante se logra mediante la persuasión, es de rigor definir en este análisis de textos periodísticos el significado y el uso de la noticia, para generar polémica, los cuales involucran a dirigentes políticos en temas tales como: la discusión del presupuesto general de la nación, la corrupción a la aprobación de leyes polémicas, lo incidió que directa o indirectamente en los ciudadanos a la hora de emitir el sufragio.

La estructura de este trabajo se presenta en seis capítulos, los cuales se detallan a continuación:

El capítulo I, se detalla la determinación del objeto de estudio, lo cual permite precisar la técnica a utilizar (el análisis de contenido) y lo importante que es la realización de la investigación. Por lo tanto, se plantea la situación actual del problema. Asimismo, el objetivo general para determinar posición meramente ideológica anti-FMLN, en la redacción de las notas de las elecciones presidenciales de marzo de 2004 por dicho periódico y por lo siguiente, se plantea los objetivos específicos. Además, se traza la justificación y los alcances y limitaciones que se encontraron en la investigación.

El capítulo II, Se determina la metodología y el carácter del trabajo, definiendo las técnicas y la justificación de la muestra o corpus de análisis, su tipo de estudio y las preguntas guías.

Capítulo III. Contiene el marco teórico conceptual, el cual presenta antecedentes del objeto de estudio y su perspectiva o enfoque teórico, además en este capítulo se encuentra la definición de conceptos y términos básicos utilizados para la investigación.

Capítulo IV. Contiene la descripción y análisis de resultados, aquí se presentan sistemáticamente los resultados del vaciado de datos, lo cual permitió conocer los mecanismos utilizados y comprobar así lo planteado en los objetivos si es válido o no. Además a las noticias se le incluyó el instrumento de recolección de datos, el procedimiento del trabajo de investigación y la propuesta de análisis de resultados.

Para concluir tenemos los Capítulo V. y el Capítulo VI. Aquí se presentan las conclusiones y recomendaciones de la exploración y las fuentes de consulta que se utilizaron para la elaboración de la investigación.

Finalmente, aclaramos que esta investigación forma parte del proceso para optar al grado académico de Licenciada en Periodismo de la Universidad de El Salvador (UES); por ello, a todas personas que de u otra forma nos ayudaron para finalizar este trabajo, les reiteramos nuestras muestras de agradecimiento y estima. En especial a nuestro asesor Mcs .Julio César Grande y a los docentes del Departamento de Periodismo.

# CAPÍTULO I

## Definición del Objeto de Estudio.

### 1.1 Planteamiento del problema.

Analizar las noticias de carácter político-electoral que publicó La Prensa Gráfica entre el 14 y 20 de Marzo en la campaña presidencial de 2004, es históricamente importante por ser uno de los medios de comunicación masivos que mantiene informada a la sociedad salvadoreña.

Considerando que cada uno de los acontecimientos electorales merecen ser tomados como antecedente histórico, en estos sucesos se vieron involucrados los empresarios, dueños de los medios de comunicación, políticos y periodistas, entre otros, lo que generó un rumbo diferente del que establece la ley, a través del Código Electoral, en lo relativo a la información, perdiendo de esta manera su objetividad.

El problema que observamos, a nuestro juicio, fue la manipulación de la información que apareció como objetiva y que se reflejó en la decisión del votante, con un aproximado de un millón seis cientos mil electores, debido a que presumimos que el periódico La Prensa Gráfica incidió en la decisión de sus lectores. Es probable que la desinformación y la manipulación de notas informativas hayan logrado desprestigiar al candidato del FMLN, Shafick Handal para favorecer al entonces candidato de derecha, Antonio Elías Saca, del Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA).

Nos interesa investigar si en muchos de los textos informativos de carácter político algunos de los comunicadores hicieron uso de la propaganda negra a través del medio de comunicación referido, convirtiéndose esto en un arma a favor de la manipulación tendenciosa del texto. Desde luego, en este caso, la información de hecho puede convertirse en sesgada.

Ante la situación planteada, es de rigor definir en todo análisis de texto periodístico el significado y el uso de la noticia para generar polémica, las cuales, como siempre, involucran a dirigentes políticos en temas tales como: la discusión del presupuesto general de la nación o la aprobación de leyes polémicas (Mano Dura) entre otros, y los cuales incidieron probablemente directa o indirectamente en la mayoría de ciudadanos a la hora de emitir el sufragio.

Por lo mismo, es importante identificar y describir las raíces de los problemas que analizamos, los cuales nos podrían llevar a detectar dentro de la noticia, la falta de información objetiva, verídica y lo más grave las imprecisiones intencionadas de la forma en que se utilizaron declaraciones de las fuentes, entre otros. Es más, nos interesa como problemática central, determinar si ello formó parte de una estrategia entre los sectores de la derecha y los medios de comunicación.

Hemos de agregar que, dentro de la responsabilidad del periodista en la construcción de la nota informativa entra “el deber ser”, coaccionado por la moral y la ética, lo cual se manifiesta en la actitud del comunicador en busca de una verdad. Es necesario que haya orden y disciplina en la sala de redacción, puesto que los juicios de valor, no siempre son del periodista sino del editor y los dueños de los medios.

El trabajo de redacción de notas políticas electorales durante la época de los 70s y 80s fue catalogado como “La publicación de hechos totalmente falsos, esto se daba cuando el periodista se limitaba a solo trasladar algunos datos o fragmentos de los discursos políticos, sin buscar en el contexto social los elementos verídicos que contemplan dichas notas políticas”. (“Entrevista Al Día”, Canal Doce, entrevista Dagoberto Gutiérrez).

Como menciona la revista de Estudios Centroamericanos (ECA) denominada “Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Marzo/Abril 1999”, dice que “el tratamiento de la información por parte de La Prensa Gráfica, deja en evidencia un plan estratégico global, en el cual la publicidad y la información se complementaron para tacar a los antisistemas y promover el pro -sistema capitalista [...] Seis años después, la cobertura de las informaciones en el proceso electoral para Elecciones Presidenciales, en el periodo 1999-2004 por parte de La Prensa Gráfica se da una situación parecida en años anteriores, las notas nacionales en el área política desarrollo una serie de extensas notas informativas sobre el caso secuestros, escándalos

comunes de corrupción , con el objetivo real de desinformar y dañar la imagen directa del partido FMLN”.

Entonces, la problemática planteada nos interesa investigarla porque, como sabemos, el periodismo, para favorecer las necesidades de la sociedad requiere comunicadores profesionales y medios con alto sentido de responsabilidad social. No estamos afirmando que La Prensa Gráfica, a priori, desvirtuó su función social, pero a nuestro juicio existió dicha probabilidad y es por ello que con este trabajo pretendemos determinar si esto fue así.

## **1.2. Objetivo**

### **General:**

1. Identificar mediante el análisis de contenido la posición meramente ideológica anti-FMLN, en la redacción de las notas que realizó la Prensa Gráfica de las elecciones presidenciales de marzo de 2004, como parte de su línea editorial, para favorecer al partido gubernamental ARENA, con el fin de analizar las formas de manipulación en la prensa salvadoreña.

### **Específicos:**

1. Detectar y describir la orientación editorial de este medio tendiente a persuadir a la población en la contienda electoral 2004, a través de los espacios noticiosos.
2. Analizar mediante categorías específicas la construcción de la información que tuvo La Prensa Gráfica al redactar notas políticas electorales para favorecer al candidato del partido ARENA.

### **1.3 Justificación.**

La importancia del estudio, radica en que es un tema actual por ser las primeras elecciones del siglo XXI. Asimismo esta investigación servirá para detectar la forma en que fueron manipuladas las notas informativas, las técnicas utilizadas, por ejemplo: como evitar las imprecisiones, los supuestos vacíos al redactar, como también la calidad de las declaraciones de la fuente, lo que evidencia el contenido total de la redacción de acuerdo al hecho y la estrategia de propaganda, de tal manera, que los lectores se formen una idea de los hechos y su entorno, de acuerdo a las intenciones del medio.

El estudio pretende analizar como los redactores probablemente, aunque en forma intencional, cometen imprecisiones al construir las noticias no definiendo enfoques noticiosos, pocas veces se destacan situaciones o elementos del hecho no relevante y al final resultan contenidos superfluos, vacíos informativos no argumentativos, se vuelven interesantes cuando no lo son, redundantes.

Finalmente consideramos que este trabajo servirá de base para investigaciones que deseen profundizar sobre el análisis de contenido del texto periodístico en torno al tratamiento de las notas político-electorales de La Prensa Gráfica. Por las razones anteriores, consideramos que la presente investigación está plenamente justificada.

### **1.4 Alcances y Limitaciones del Estudio.**

#### **Alcances:**

La investigación pretende ser un aporte para los periodistas que laboran en el área política de los distintos medios de comunicación impresos del país y para los estudiantes interesados en conocer el tratamiento informativo de La Prensa Gráfica sobre la cobertura de Elecciones Presidenciales del año 2004.



Esto viene a ayudar a desarrollar las teorías tales como el análisis del discurso apoyadas por investigadores como: el profesor Teun A. Van Dijk (1997) y el Lingüista klaus Krippendorff,(1990). Dicha investigación servirá como marco de referencia, debido a la relevancia histórica que tiene este tipo de eventos electorales. A asimismo, se convertirá como trabajo de insumo para otras investigaciones interesadas en abordar la desinformación y los vacíos existentes en La Prensa Gráfica.

En cuanto el valor académico de este estudio, se convertirá en un antecedente para futuras investigaciones relacionadas al tema, a la vez servirá como un documento de consulta para los estudiantes de las distintas universidades del país y otras instituciones educativas.

## **Limitaciones:**

Dada la naturaleza de esta investigación, podemos mencionar las siguientes limitantes, en primer lugar, no encontrar la información relacionada con nuestro tema en las fuentes idóneas, tanto directas como indirectas ya que, por la temática, sólo existen aspectos relacionados con el tratamiento informativo en general, no así lo que tiene que ver con análisis del discurso en periodos electorales.

Tratando de resolver esta problemática se utilizo todos los recursos humanos que estaban a nuestro alcance, otra limitante que consideramos que esta presente para realizar este estudio es no contar con la bibliografía actualizada a la mano (como libros y tesinas) pero no se descarta su importancia y su contenido histórico, por lo cual se apaleo la actualización de los datos a través del escudriñamiento de páginas en Internet, estas nos ayudaron a explicar la investigación de una manera más actualizada y aplicada a la realidad del país.

## CAPÍTULO II

### Metodología.

#### 2.1 Definición y Justificación de la Muestra o Corpus de Análisis.

A través del análisis de contenido se identificará la connotación ideológica que contienen las noticias político-electorales en La Prensa Gráfica, abordando el fenómeno en un periodo que comprende del 14 al 20 de marzo de 2004.

Se tomó como base la sección de noticias nacionales de La Prensa Gráfica, específicamente las notas político-electorales, ya que este periodo retomado es históricamente importante, puesto que son las primeras Elecciones Presidenciales del siglo XXI.

Dicho periodo inciden directa o indirectamente en los ciudadanos al momento de emitir el sufragio, estas fechas escogidas se convirtieron en punto de efervescencia, considerando que los últimos días de campaña pueden ser momentos clave en la decisión del votante.

#### 2.2 Procedimiento del trabajo de investigación.

La investigación se desarrolló en las siguientes fases:

**Primero:** Elaboración de los instrumentos de recolectores de datos en esta fase se elabora una serie de cuadros con sus respectivas categorías que servirá como instrumento para la recolección de datos, después pasar al análisis e interpretación de los mismos.

**Segundo:** Aplicación de instrumento o recolección de la muestra. En esta fase se tomarán las notas nacionales (político – electorales) de La Prensa Gráfica, previamente seleccionadas, estas serán la muestra a analizar.

**Tercero:** Análisis de los resultados. En esta fase, se hará un análisis de la muestra (texto periodístico), son sus categorías específicas, usando el método cualitativo donde se aplicará “el análisis de contenido” a la muestra.

**Cuarto:** Interpretación de resultados, para esto se elaborara un análisis resumen de los datos analizados (texto periodístico), el cual nos ayudará para afirmar o negar el planteamiento del tema, se desglosarán los datos y a la vez se interpretará las unidades y categorías de análisis.

**Quinto:** Las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación. Y finalmente esta investigación se apoyo de fuentes de consultas requeridas a lo largo de la indagación, las cuales aparecen detalladamente con los nombres de autores y teorías.

## **2.3 Definición de las Técnicas.**

Para la determinación y descripción de las técnicas de investigación periodística se hizo el análisis de contenido para determinar como es el tratamiento informativo que da la Prensa Gráfica a las notas periodísticas, en este caso será de carácter político-electoral.

“El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. ( krippendorff, 1997:28)

El autor sostiene que el análisis de contenido comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Al igual que todas las restantes técnicas de investigación, su finalidad consiste en proporcionar conocimientos, nuevas elecciones, una presentación de los “hechos” y una guía práctica para la acción. Esta herramienta, como instrumento de la ciencia espera que sea fiable y veras. ( krippendorff, 1997:28)

La investigación por su profundidad será de tipo descriptiva exploratoria, ya que el procedimiento por el cual se llega a obtener el análisis de la investigación fue a partir de la descripción estructural de los fenómenos y su dinámica. El cual ayudó a observar el comportamiento de la muestra en estudio, a través de tablas, gráficos, entre otros. Usando la ayuda de técnicas cualitativas. (Antonio López Hidalgo, 2002:15)

Las que podemos distinguir son las siguientes:

- Estudios Observacionales: La recogida de datos se basa en el registro de los comportamientos. Pueden ser: estructurados o no estructurados; con observación participante o sin
- Análisis de Contenido: Este tipo de análisis permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido.
- Estudios Etnográficos. El investigador se sumerge en la realidad para observarla de manera natural y así encontrar hipótesis que faciliten su comprensión y descripción: observación participante o no.
- Método Comparado: Está entre el nivel descriptivo y el explicativo.

Antonio López Hidalgo (2002:15) dice que la investigación descriptiva hace uso del método de **análisis** de contenido, logrado así caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando sus **características** y propiedades. Combinado criterios de clasificación que sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en **el trabajo** indagatorio, la cual requiere un mayor nivel de profundidad y así presentar una interpretación correcta de la realidad.

Se dice que la investigación es exploratoria porque pretende partir de un conocimiento profundo y creciente de los datos llegar a un modelo ajustado de dicho análisis. Es decir, cada una de sus variables incluidas en la matriz de datos, se agrupan de un modo rápido y a ser posible gráfico, con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los **procedimientos** adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación. (Antonio López Hidalgo, 2002:15)

Según Lopez Hidalgo dice que “hay recordar que no existe un método absolutamente seguro para eliminar el error en la elaboración y validación de las teorías científicas, sino que tal procedimiento es relativo según cada momento histórico e incluso según la naturaleza del conocimiento que se trata de lograr”.

Por su finalidad la investigación fue aplicada, ya que se partirá de un análisis real de contenido, para someterlo posteriormente a valoraciones cualitativas.

Martínez Albertos (1974:254) dice que la investigación aplicada también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren, esta se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos de que toda investigación aplicada a la vez requiere de un marco teórico.

Sin embargo, en una investigación empírica, lo que interesa al investigador, primordialmente, son las consecuencias prácticas. Por la clase de medios utilizados para obtener los datos: documental, de campo o experimental. Y así procura obtener información relevante y fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

Aquí se utilizara como apoyo colateral el método lógico - empírico, Para Nuria Amat Noguera (1978:485) dice que este tipo de método tienen a disposición datos que pueden ser consultados o orienten en el desarrollo del conocimiento sistemático y estructural hacia la formación de "teorías".

Se trata aquí de los métodos que se usan en las ciencias empíricas, métodos de inducción o deducción, o métodos de experimentación, pero también deben incluirse aquí los que tratan de la historia humana o los que ayudan en el saber sobre la vida humana social (ámbitos como el derecho, la economía, la política o similares ramas del conocimiento).

Por su amplitud el estudio es micro social, porque se enfocó en un estudio delimitado. Aquí las dimensiones de los valores ambientales están determinadas. Las escalas podrían estar dadas en este caso a analizar hacia las noticias de carácter político-electoral que publicó La Prensa Gráfica en la campaña presidencial del 2004. Para recortar el objeto de estudio se eligen las dimensiones en las que se quieren hacer énfasis, y los puntos de cruces entre las mismas. (Gabriel Galdon López, 1986: 180)

Por su alcance, será sincrónico ya que se analizará un periodo de la realidad, abordando el fenómeno en un lapso que comprenda del 14 al 20 de marzo del 2004. (Inmaculada Chacón Gutiérrez, 1992: 4-24).

Inmaculada Chacón (1992:4-24) considera la estructura sincrónica de los procesos de investigación es un sistema de operaciones materiales y lógico-conceptuales, pero siempre dentro de un entorno o contexto socio-psicológico y espacio-temporal que funciona como condicionante fundamental de dicho sistema de operaciones.

Es decir, en toda investigación particular se distinguen dos grandes componentes de tipo sincrónico: uno que se refiere a los procesos operativos internos (de carácter material y lógico-conceptual), en virtud del cual las investigaciones muestran variaciones de tipo lógico, y otro que se refiere a los factores externos del entorno (de carácter socio-psicológico y espacio-temporal), en virtud del cual los procesos de investigación muestran variaciones de tipo socio-contextual que al que se refiere a los factores circundantes del entorno.

A la vez se utilizara las técnicas cualitativas “El método cualitativo es un proceso de indagación de un objeto, al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas que le permitan involucrase con el objeto, para interpretarlo de una forma más integral posible”. (Alex Mucchiell, 2001:28)

Básicamente el tipo de estudio resultante también es un trabajo de réplica, porque varios autores analizan el problema existente en el discurso del texto periodístico. En el caso específico se fundamenta la relación que existe del concepto de análisis de contenido, lo cual es una condición necesaria para lograr las bases en la investigación, las cuales se encuentran en las siguientes investigaciones: monografías, tesis, artículos científicos, artículo periodístico, conferencias, ponencias y charlas, folletos, periódicos, entre otros. (Martín Vivaldi, Gonzalo, 1987:400)

Martín Vivaldi (1987:400) define el trabajo replica como “la ayuda de un método y estudios ya realizados sobre la misma, para ponerla al servicio de los estudiosos. Esto significa que, luego de realizada la investigación, hay que redactar un informe, dando o conocer los procedimientos y los resultados del estudio, así como, las consecuencias de éstos últimos y su relación con otros conocimientos sobre el tema”.

El análisis del texto periodístico confirmará o se negará el tratamiento objetivo de la información, mediante críticas, planteamientos y valoraciones.

Según Alex Grijelmo (1997:118) El análisis del texto periodístico desde hace ya algunos años los medios de comunicación escritos han generalizado la modalidad de presentar textos de análisis desgajados de los elementos previos que debieran figurar en un texto informativo-interpretativo completo o en un texto interpretativo-opinativo.

Estos textos de análisis se presentan como géneros periodísticos autónomos e independientes, lejos de aquellos otros textos a los que debieran complementar. Hasta ahora el análisis sólo era una técnica interpretativa que encontraba su piedra angular en los datos antecedentes.

Para este análisis se han elaborado cuadros resúmenes de los aspectos más importantes de las notas informativas de La Prensa Gráfica, la cual incluye categorías y unidades de análisis, según el número de notas políticas, el espacio noticioso, los vacíos informativos, mensajes implícitos y explícitos de la nota en sí, entre otros.

Además hemos construido cuadros con la finalidad de recoger datos necesarios para sostener y fundamentar el análisis de la investigación. El cual servirá para sustentar o negar los paradigmas manejados en la indagación.



Los cuadros que hemos utilizado son los siguientes:

**Cuadro No.1**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA	
MUESTRA 1 SOBRE NOTAS POLITICAS			
PERIODICO	DÍA		SECCIÓN
NOTAS POLITICAS	NOTA FAVORABLE	EN CONTRA	ESPACIO ASIGNADO
SOBRE EL FMLN			
SOBRE ARENA			

Explicación del contenido del cuadro No.1:

**Entendemos por notas favorables** a todas aquellas noticias de proyectos o acuerdos pactados por el gobierno, los cuales se comunican a la prensa antes de su publicación oficial, ya sea para favorecer a una persona u institución del gobierno o partido político.

**Las notas políticas en contra** son todas aquellas informaciones generalmente redactadas por un especialista de nacionales, el cual contrapone o está en desacuerdo con el gobierno o el partido de turno como: Políticos, instituciones públicas. Este se contrapone con comentarios, aclaraciones, rectificaciones, ampliaciones, confirmaciones acerca de un hecho difundido anteriormente o directamente con la nota política.

**El espacio asignado a cada noticia** es el área estipulado a cada información que divulga los periódicos.



**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA	
MUESTRA 2 SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS			
PERIODICO	DÍA		SECCIÓN
ESPACIOS POLITICOS	CANTIDAD	PORTADA	Nº DE PÁGINAS
FMLN			
ARENA			

Explicación del contenido del cuadro No.2:

**La cantidad de páginas** son todas aquellas hojas que tiene un libro una revista o un periódico en la cual lleva la información de sus contenidos.

**La portada** se refiere a la primera hoja de presentación de todo libro, periódico o revista.

**El número de páginas** es el espacio dedicado a una determinada nota y a su vez ubica al lector en el lugar exacto donde se encuentra la información.

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
MUESTRA 3 CONSTRUCCION DE LA NOTA		
PERIODICO	DÍA	SECCIÓN
PARTIDO POLITICO	CONTRASTE DE FUENTES	TECNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA
FMLN		
ARENA		

Explicación del contenido del cuadro No.3:

**Contrastes de fuentes** es la combinación de informantes dentro de una nota informativo.

**Técnicas desinformativas** son todas aquellas palabras o expresiones empleadas para la manipulación de la información a través del uso conciente de prácticas desinformativas, cuyos mecanismos se basan en la distracción o como cortina de humo. Ejemplo: la mentira, la omisión, la analogía, entre otros.

**Cuadro No.4**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
MUESTRA 5 SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS		
PERIODICO	DÍA	SECCIÓN
MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS	EXPLÍCITOS
FMLN		
ARENA		

Explicación del contenido del cuadro No.4:

**El mensaje explícito** es el conjunto de signos, señales o símbolos con los que se transmite una información, el mensaje es expresado y enunciado de tal forma que no resulte difícil descifrarlo por parte del receptor. Expresa o aclara, manifiesta, interpreta, traduce, desarrolla, cuenta, narra, relata y justifica las palabras o acciones que se quieren dar a conocer.

**El mensaje implícito** es no expreso o subyacente. Conjunto de noticias, órdenes, deseos expresados que no resulta tan fácil descífralo o descodificarlo.

## **2.4 Tipo de Estudio.**

Para llevar a la práctica la investigación se tomo como base el método cualitativo, partiendo de los datos cuantitativos y la connotación ideológica de las noticias políticas proselitistas de La Prensa Gráfica.

El método cualitativo se escogió por ser un proceso de indagación de un objeto, al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas de investigación que le permitan involucrarse con el objeto de estudio, para interpretarlo de una forma más integral posible.

Alex Mucchiell (2001:28) manifiesta que los métodos cualitativos “existen objetivos que exigen describir las interpretaciones que hacen las personas implicadas a través de los significados e intenciones humanas. Igualmente utiliza la investigación –acción con propósito de concienciar a los profesionales a una reflexión crítica sobre la propia práctica orientadora que favorezca al diagnóstico”.

René L'Écuyer, (1987:49-65) hace una crítica a dicho método “Si bien se le ha reconocido como un método de investigación con sus cualidades específicas, el análisis de contenido de orientación cualitativa, ocupa de hecho un lugar secundario en el seno de la jerarquía de los métodos de investigación en relación con los métodos llamados más científicos y objetivos, es decir frente a los métodos cuantitativos. La sobrestimación de los métodos cuantitativos incide sobre la manera de llevar a cabo los análisis de contenido que gradualmente se convierten más en análisis factoriales y de varianza sobre las categorías establecidas”.

“Es mucho más fácil hablar de las debilidades del análisis de contenido que de sus fuerzas, disimular progresivamente los contenidos detrás de las cifras más impresionantes y aseguradoras porque aparentan más objetivas”. (René L'Écuyer, 1987:49-65)

El estudio se hizo partiendo del análisis de contenido, el cual fue sometido posteriormente a valoraciones cualitativas.

Krippendorff (1997:28) sostiene que el análisis de contenido comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Al igual que todas las restantes técnicas de investigación, su finalidad consiste en proporcionar conocimientos, nuevas elecciones, una presentación de los “hechos” y una guía práctica para la acción. Esta herramienta, como instrumento de la ciencia espera que sea fiable y veraz.

Además la teorización de dicha investigación se hará a partir de la replica y citas bibliográficas de connotados autores e investigadores que hablen principalmente sobre el análisis de contenido en el discurso o texto periodístico.

En el caso específico se fundamenta la relación que existe del concepto de análisis de contenido a partir de la replica, Para Martín Vivaldi Gonzalo, (1987:400) define la replica “como condición necesaria para lograr las bases en la investigación, las cuales se encuentran en las siguientes investigaciones: monografías, tesis, artículos científicos, artículo periodístico, conferencias, ponencias y charlas, folletos, periódicos, entre otros”.En la búsqueda de la verdad.

Por su finalidad la investigación fue aplicada, ya que se partirá de un análisis real de contenido, para someterlo posteriormente a valoraciones cualitativas

Martinez Albertos (1974:254) dice que la investigación aplicada también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren, esta se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última [...]Por la clase de **medios** utilizados para obtener los **datos**: documental, de campo o experimental .Y así procura obtener **información** relevante y fidedigna (digna de fe y **crédito**), para entender, verificar, corregir o aplicar **el conocimiento**.

Se utilizara como apoyo colateral el método lógico - empírico, ya que se tienen a disposición los datos que pueden ser consultados. Para Nuria Amat Noguera (1978:485) dice que este tipo de método tienen a disposición datos que pueden ser consultados o orienten en el desarrollo del conocimiento sistemático y estructural hacia la formación de "teorías"[...] se usan en las ciencias empíricas, métodos de inducción o deducción, o métodos de experimentación, pero también deben incluirse aquí los que tratan de la historia humana o los que ayudan en el saber sobre la vida humana social.

Por su amplitud el estudio es micro social, porque se enfoco en un estudio delimitado. Aquí las dimensiones de los valores ambientales están determinadas Para recortar el objeto de estudio se eligen las dimensiones en las que se quieren hacer énfasis, y los puntos de cruces entre las mismas. (Gabriel Galdon López, 1986: 180)

Por su alcance, será sincrónico ya que se analizará un periodo de la realidad, abordando el fenómeno en un lapso que comprenda del 14 al 20 de marzo de 2004. Inmaculada Chacón (1992:4-24) considera la estructura sincrónica de los procesos de investigación es un sistema de operaciones **materiales** y lógico-conceptuales, pero siempre dentro de un entorno o contexto socio-psicológico y espacio-temporal que funciona como condicionante fundamental de dicho sistema de operaciones.

La investigación por su profundidad será de tipo descriptiva exploratoria, ya que el procedimiento por el cual se llega a obtener el análisis de la investigación fue a partir de la descripción estructural de los fenómenos y su dinámica. El cual ayudó a observar el comportamiento de la muestra en estudio, a través de tablas, gráficos, entre otros. Usando la ayuda de técnicas cualitativas. (Antonio López Hidalgo, 2002:15)

Básicamente el tipo de estudio resultante también se utilizó las técnicas cualitativas y análisis del texto periodístico, donde se confirmará o se negará el tratamiento objetivo de la información, mediante críticas, planteamientos y valoraciones.

Según Alex Grijelmo (1997:118) dice que el análisis del texto periodismo “desde hace ya algunos años los medios de comunicación escritos han generalizado la modalidad de presentar textos de análisis desgajados de los elementos previos que debieran figurar en un texto informativo-interpretativo completo o en un texto interpretativo-opinativo.

En este apartado se citan los diferentes estudios, documentos bibliográficos y teorías que se relacionan con el tema, si se toma como referencia el concepto de “Análisis de contenido.”

## **2.5 Preguntas Guías.**

1. ¿Cuál fue la orientación editorial de La Prensa Gráfica, para apoyar al candidato del partido ARENA, utilizando informaciones que connotativamente inducían al votante a inclinarse hacia el partido referido?

2. ¿Cómo construyó la Prensa Grafica sus notas informativas sobre la campaña política para apoyar indirectamente al candidato del partido ARENA?

# CAPÍTULO III

## Marco Teórico.

### 3.1 Antecedentes Históricos.

Para el desarrollo de la investigación “El tratamiento informativo de La Prensa Gráfica, sobre las Elecciones Presidenciales 2004”, se encontraron los siguientes estudios:

La tesis “Análisis Cuantitativo de la Agenda Noticiosa de los Medios de Comunicación en El Salvador”. En la cual se encontraron aspectos políticos, sociales y económicos del año 1994. Sus autores son: Doris Yanira Gavidia Hernández y Daysi Yamilet Mendoza Martínez. Trabajo realizado en la Universidad de El Salvador (UES), publicado en Noviembre de 1995.

Este trabajo recaba información durante el periodo de las Elecciones Presidenciales de 1994, en dicho año se dieron hechos importantes en el que hacer nacional. La investigación recaba cuantitativamente las notas difundidas en los medios de comunicación escrita, específicamente en los rotativos de mayor circulación en el área de San salvador (La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, La Noticia, El Latino y El Mundo).

Las temáticas y el enfoque que se abordaron en estos cinco periódicos antes mencionados se relacionaron con partidos políticos, Elecciones, Acuerdos de Paz, Órgano Ejecutivo, Órgano Legislativo, Órgano Judicial.

Los aportes de esta investigación es que cuantifica el espacio y la cobertura de los hechos informativos electorales, de acuerdo a la pauta noticiosa estipulada por cada rotativo.

Otra investigación se titula “ Campaña Propagandística del Partido Demócrata Cristiano en las Elecciones Presidenciales Celebradas en la Coyuntura de Marzo de 1989 Difundidas a través de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy.” Presentada por Carlos Vásquez Ayala.

Trabajo realizado en la Universidad de El Salvador (UES), publicado en Octubre 1991. Este trabajo hace una reseña histórica de las Elecciones Presidenciales celebradas en marzo de 1989. Esta investigación explica la lucha ideológica como un predominante en la palestra política en El Salvador.

El estudio partió del enfoque coyuntural que abarcó la situación política, social, económica y militar imperante en dicho momento electoral, estos aspectos abonaron los fundamentos ideológicos de los políticos en contienda, los cuales generaron en la población sentimiento de ira, compasión o miedo, cuyas estrategias fue difundir textos periodísticos con ataques a partidos adversarios, desinformando así al lector con notas políticas entremañadas y confusas.

Otra investigación de la Universidad de El Salvador (UES), se titula “El Tratamiento y Cobertura de las Noticias Electorales de las Elecciones Presidenciales entre el 2 de Enero y 31 de Marzo de 1999 en La Prensa Gráfica”. Investigado por Mirna Gladis Jiménez, Amilcar de Jesús Mejia y Carlos Antonio Pérez. Presentado en el año de 1999.

Plantea el funcionamiento y estructura ideológica de La Prensa Gráfica en el tratamiento informativo de las notas político- electoral, el cual servio de preámbulo para definir de la mejor forma el significado y uso de la noticia, en este caso las de carácter políticas, tales como: diputados, alcaldes y las organizaciones del Estado en campaña electoral. La información que se difundió en ese momento fue positiva y negativa hacia el gobierno, donde el gobierno de turno restringió toda posibilidad de información política que aconteció en dicho año elector

También se encontró una tesis de la UES denominada “Trabajo de Investigación la Responsabilidad del Periodista en la Construcción de la Noticia”. Presentado por Camila Calles Minero, Alicia Yurina Espino, Gloria Silvia Orellana Quinteros, realizada en Agosto de 1999.

Esta exploración indaga sobre la responsabilidad que tiene el periodista en la construcción de la noticia, aborda el tema desde una perspectiva ética ligada al cumplimiento de los códigos deontológico de la profesión misma y su responsabilidad social.

Asimismo se encontró la tesis “La Formación del Periodista en el Tratamiento de la Información”, presentado por: Delmi Celina Guardado Fuentes. Publicado en la UES en Diciembre de 1999.



Esta averiguación es el resultado del análisis comparativo del trabajo periodístico de dos rotativos nacionales; el vespertino Co-Latino y el matutino La Prensa Gráfica en el año de 1997, cinco años después de la firma de los acuerdos de paz.

El estudio tiene como propósito demostrar el buen uso y manejo de la información noticiosa en el nivel de la formación profesional, sin olvidar las huellas que dejaron los primeros reporteros empíricos y sus noticias superficiales, las cuales sirvieron como referencia para diferenciar la evolución histórica de la calidad informativa de la prensa en El Salvador.

Otro aporte, importante lo constituye la tesis de la Universidad de El Salvador (UES) titulada: “La Manipulación de las Noticias Nacionales de Carácter Político en los Periódicos de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, Durante el mes de Octubre de 1999”. Presentado por: Norma Patricia Blanco Contreras y Karla Liliana Merino Jovel.

Dicho trabajo, tiene como finalidad demostrar el nivel de manipulación informativo en los medios de comunicación, como parte de su política institucional; Por lo tanto, la utilidad de esta investigación radica en la necesidad de demostrar el manejo noticioso que existe en dichos medios. Y así obtener datos significativos que sirvan para realizar una valoración objetiva de la información.

Por otra parte se encontró otra investigación denominada “Tratamiento Informativo que Dieron los Periódicos: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, en la Coyuntura del Golpe de Estado de 1979 y la Gestión de la Primera Junta Revolucionaria de Gobierno”, tesis realizada por Sonia Gallardo, Rina Serrano y Salvador Rivas. Presentada en Marzo de 1989 en la UES.

El estudio está enfocado a analizar el tratamiento informativo que dieron estos tres periódicos en la coyuntura ya antes mencionada y la gestión de la Junta Revolucionaria que duró hasta Enero de 1980.

Asimismo se encontraron seis revistas de la casa editorial de Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). Todas las revistas están relacionadas con los procesos electorales de los años 1982, 1985, 1989, 1991, 1994 y 1999, las cuales aportan la historia coyuntural, política, económica y social de esas épocas, a la vez hacen una reseña real del desenvolvimiento de los partidos políticos existentes durante dichos periodos electorales.

El aporte obtenido de dichas revistas vienen a reforzar los antecedentes del objeto de estudio, el cual servirá para saber o indagar de que forma se realizaron los pasados periodos electorales y de que manera se dio el análisis de contenido en las notas políticas electorales en los años ya mencionados.

Asimismo los logros obtenidos de este trabajo consistió en ampliar los conocimientos sobre el tema de análisis de contenido en el texto periodístico, así como conocer la historia política del Estado y los distintos puntos de vista o posturas sobre las notas políticas-electorales que acontecieron en diferentes épocas en el país.

### **3.2 Sistemas de Conceptos.**

A continuación se presentan el desarrollo de conceptos básicos que están estrechamente relacionados con el objeto de estudio y sus respectivos autores, que nos servirá como guía de conocimientos en la investigación del “El tratamiento informativo de La Prensa Gráfica en las Elecciones Presidenciales 2004”.

Para Charnley (1976:45) “**La Noticia**” debe ser exacta, porque cada dato que proporcione tiene que ser verdadero y equilibrada, esta debe contener información que dimensione la importancia del suceso en relación con el contexto y con los otros hechos que intervienen en su conformación. Es objetiva porque si bien no existe la mirada escéptica, puesto que el periodista tiene una determinada visión de la realidad, este se compromete a contar los hechos de manera acrítica, concisa y clara. Debe estar redactada con palabras adecuadas para cada situación. Una noticia es reciente, a pesar que la prensa no tiene la inmediatez de otros medios, la actualidad de un hecho es siempre uno de los valores preponderantes en la noticia

Para alcanzar estas características, la noticia debe reflejar los siguientes elementos: (Recurso Electrónico 1)

1. El hecho: qué ha sucedido
2. El sujeto: quién realiza la acción
3. El tiempo: cuándo sucedió
4. El lugar: dónde se llevó a cabo
5. La finalidad: para qué o por qué se efectuó
6. La forma: cómo se realizó

Para Leñero y Marín (1986:47) dice que toda “Noticia” debe dar respuesta a las famosas preguntas, tales como: qué, quién, cuándo, dónde, cómo, por qué, para qué. El orden que se les dé el periodista dentro de la noticia está conectado con **la valoración** objetiva que necesita cumplir el reportero en la información.

Para el periodista Luis Alfaro **“El Tratamiento Informativo”**: Es toda información que pasa hacer punto de análisis. Este menciona cinco razones para el manejo del tratamiento informativo, estos son los siguientes: (Alfaro: 2005 periódico La Tribuna Hispana).

1. Selección de un sistema de medios para analizar (diarios, revistas de información general, revistas especializadas)

2. Análisis de los aspectos formales y cuantitativos del medio (grupo editorial, edición, distribución, circulación, redacción, versión electrónica del medio, entre otros).

3. Seguimiento y análisis del tratamiento informativo, editorial y publicitario dados por los mismos medio (cantidad de notas, enfoque, temas tratados, anuncios publicitarios del medio). Donde se detecta en cada pieza informativa las diferentes voces que constituyan el discurso (información de prensa, investigación periodística, gacetillas, entre otros).

4. Sistematización de los datos relevantes en la utilización de terminologías específicas.

5. Análisis informativos de los aspectos cualitativos del medio, tales como: línea editorial, tratamiento de la información, equilibrio información, publicidad y la vinculación de organizaciones no periodísticas (políticas, económicas, culturales y educativas.) y demás factores a considerar en el diario vivir

**“La Fuente”** es todo aquello que sea capaz de brindar información objetiva y oportuna a la sociedad, en momentos claves y específicos para contribuir en la búsqueda de la verdad del hecho noticioso. (López Hernández, 1999:23-41).

### **Tipos de fuentes:**

1. Libros de referencia: diccionarios generales y especializados: enciclopedias, compendios biográficos, compendios cronológicos, estadísticos, atlas, directorios, publicaciones oficiales y libros de desarrollo de acontecimientos históricos.

2. Índices de diarios y revistas de información general.

3. Otros materiales: libros de grabados, fotografías, entre otros.

4. Selección de publicaciones periodísticas.

5. Servicios o bases de datos electrónicas.

### **Criterios de selección de las fuentes:**

1. No recoger información que ya se tiene como propia en colecciones de referencia y en publicaciones registradas. Hay informaciones útiles que no recoge la publicación propia.

2. Recogida de datos o fuentes establecidos sobre bases objetivas. Las pautas para lograr esa meta son

El estudio de los materiales usados anteriormente en el centro de documentación.

- Comprobación habitual del grado de utilización previa de esas fuentes.
- Consultas a usuarios para que valoren qué fuentes le servirán y en qué medida.
- Documentos explicativos que manifiesten de forma global el acontecimiento.

Documentos editoriales que justifiquen una posición con argumentos informativos.

**“Medio de Comunicación”** son los instrumentos mediante los cuales se informa se comunica de forma masiva; es la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social y demás. Los medios de comunicación son la representación física de la noticia en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente se expresa o se comunica. (Sandoval y Al-Anuar Ghassani, 1990:24)

**“Agenda Informativa”** es el filtro de revalorizaciones de manera constante de la noticia que junto a otros elementos determina los hechos que son publicados o no en los medios de comunicación colectiva. La elaboración de la agenda informativa supone la manipulación de la información. (Avalos, 1997: 3)

**“La Comunicación”** es el proceso de transmitir mensajes y compartir significados por medio de símbolos con un receptor o auditorium. Los símbolos pueden ser lingüísticos, no verbales, pictóricos, anotaciones o de otra índole; de tal manera que el proceso de selección, organización, expresión e interpretación de símbolos están incluidos en la transmisión de mensajes y su respectiva recepción. (Grande, 2003:52).

Con respecto a **“La Desinformación”** el escritor y periodista Mario Benedetti (1987:203) en su libro “subdesarrollo y letras de osadía” califica a la desinformación como una desfiguración de la historia, aun cuando este se esté deformando o cambiando en este instante”.

Benedetti señala varias formas posibles de desinformación:

1. Informar lo contrario a lo acaecido.
2. Comunicar solo una parte de lo sucedido.
3. Suprimir una parte importante de las citas.
4. Aislar una cita de sus contextos.
5. Simular un estilo objetivo.
6. Distorsionar un hecho acaecido, manteniendo una parte de la verdad.
7. Títulos inexactos o tendencioso para una noticia verazmente escrita.
8. Uso tendencioso y descalificados del adjetivo o de las comillas.
9. Desequilibrar datos con determinada intención política.
10. Borrar (o por lo menos empañar) la historia informativa.
11. Editorializar los títulos (madera).

Con relación a “**Filtraciones**” los estudiosos que han investigado este fenómeno mantienen posturas coincidentes a la hora de dar una definición de filtración:

Para Petra M. Secanella (1996:75-97), se trata de un fenómeno utilizado en todos los sistemas de fuentes políticas “**Filtrar**” es un gesto político dimensionario, es una política bien pensada por los funcionarios que quieren influir sobre una decisión informativa gubernamental, promover una línea de actuación, persuadir al poder legislativo y alertar a los países y gobiernos extranjeros.”

En opinión de Elie Abel (1987: 18-21) citando a Stephen Hess (1980) **la filtración** en la información pueden tener muchas razones para obrar de esa manera. en su libro Abel trae a colación los diferentes tipos de filtraciones apuntados en su obra “El Gobierno Conexión Apretada” citando a Stephen Hess (1980:) son las siguientes:

1. Filtración relacionada con el ego personal: es la filtración utilizada por el funcionario que busca un reconocimiento a su labor, el cual utiliza al periodista para dar a conocer la información.

2. Filtración bien intencionada: es la filtración llevada a cabo por un funcionario cuando no tiene la forma de dar a conocer una noticia que le es favorable que se conozca los medios de comunicación.

3. Filtración política: es la filtración que utiliza información o documentos internos para tratar de llamar la atención de los medios.

4. Filtración por venganza: es la filtración que se realiza con el evidente ánimo de perjudicar a otra persona o institución a través de los medios informativos.

5. El globo sonda: Es la filtración que pretende desviar la atención de los medios.

6. El chivatazo telefónico: es el último recurso que utiliza el filtrador cuando ya ha agotado todas las posibilidades de comunicación informativa.

Para Martínez de Souza (1981:341) sostiene en su Diccionario General de Periodismo que existen dos tipos de **“Manipulación de la Noticia”**:

a) Manipulación maliciosa: esta consiste en no informar un hecho o acontecimiento. Este omite información no haciéndola pública; pretendiendo deformar la opinión pública, ofreciéndole averiguaciones falsas, con el objeto de desviar la atención de otras informaciones menos interesantes para el lector.

b) Manipulación inconsciente: Es la valoración subjetiva que hace el reportero en el texto periodístico y termina en la mesa del editor.

**En cuanto a “Cobertura Periodística” es el sistema de clasificación informativa, este enuncia la necesidad de delimitar el alcance temático de la agenda informativa, cuyos niveles de especificidad y exhaustividad del hecho debe comprender una información específica, diaria y contigua de los medios de comunicación. (Recurso Electrónico 2)**

La cobertura debe permitir la clasificación y/o indización de cualquier asunto que se ubique dentro de los límites temáticos informativos establecidos. Debe acoger aspectos generales como específicos de la notas, a la vez debe permitir tanto la clasificación de documentos analíticos, descriptivos, estudios históricos o proyecciones de los hechos a cubrir a futuro.

Según el diccionario de Periodismo de Martínez de Souza (1981:330) las “**Notas Políticas**” son escritos periodísticos breves que informan de un hecho de valor noticioso, este ofrece al lector una información de utilidad; son notas generalmente redactadas por un reportero especializado de la sección nacional, el cual hace un resumen del panorama del día a modo de hilo conductor y de otras informaciones o comunicados oficiales, tales como: proyectos o acuerdos del gobierno, elecciones proselitistas. Entre las cuales se encuentran las siguientes notas informativas:

**a) Notas Políticas a Favor:** Noticias de proyectos o acuerdos pactados por el gobierno, los cuales se comunican a la prensa antes de su publicación oficial, ya sea para favorecer a una persona u institución del gobierno.

**b) Notas Políticas en Contra:** Notas informativas generalmente redactadas por un especialista de nacionales, el cual contrapone o esta en desacuerdo con el gobierno o el partido de turno como: políticos, instituciones públicas. Este se contrapone con comentarios, aclaraciones, rectificaciones, ampliaciones o confirmaciones, acerca de un hecho difundido anteriormente o directamente con la nota política. (Solórzano y Avalos citando José Martínez de Souza en su Diccionario Periodístico 1981:330)

Para Maria Moliner en su “Diccionario de Uso del Español” dice que “**Objetividad**” es el principio del acto de clasificación del hecho noticioso que enuncia que el periodista debe de ser lo más imparcialmente posible al dar a conocer un hecho o documento clasificándolo o indicándolo tal como es o fue. Pero no en un sentido o consideraciones de puntos de vista personales ni el punto de vista o la intención de la fuente. Moliner (1981-Vol.2)

Para la periodista del diario argentino La Nación Raquel San Martín en su artículo presentado en la Sala de Redacción de la Página Web Para Profesionales de la Comunicación Iberoamericana denominado: “La Ética como Identidad Compartida”, manifiesta que el “**Código ético periodístico**” es el encargado de regular el tratamiento de la información vinculada con los personajes públicos, estos se encargan de salvaguardar los derechos ya vulnerados de estos ciudadanos”.



Las personas públicas a pesar de su condición y posición política no deberían estar expuestas a la denigración informativa, pues esa falta de rigurosidad y contraste en el tratamiento informativo origina en algunos casos daños irreparables en la intimidad del personaje público. Este puede acudir a los tribunales de justicia para restablecer su reputación, emitiendo una sentencia judicial al medio o al periodista remediando el daño causado ya sea excarcelable o remuneración económica. (Recurso Electrónico 3)

En otro orden, en la “**Campaña política**” el candidato presidencial debe demostrar y comprobar indiscutiblemente su coherencia entre su mensaje, su filosofía, comunicación verbal, no verbal y mixta, la cual la hace a través de la televisión, prensa, radio y los medios escritos, convirtiéndose en una forma eficaz de ganar el debate en el centro de una contienda política. El producto y la plataforma de las campaña es la mercadotecnia la cual requiere de investigación y encuestas, estas son hechas para ayudar a formar la plataforma del candidato siendo en junto una pieza central de la publicidad política pagada a la medios de comunicación.

A partir de esta formula de mercado surge una dinámica potencial: la imagen e impresión que el candidato presidencial plasma en la mente del votante, permitiéndole dar puntos de vista difieren sobre el impacto de la construcción de una campaña. En la política de hoy, manejar el dialogo de una campaña política es la tarea más importante que se plantea la mercadotecnia, ya que es el corazón del modelo para la obtención del éxito del candidato en sus escenarios políticos.

Dentro de la mercadotecnia de campaña existen tres bases:

1. Segmentación del mercado de votantes.
2. Posicionamiento del candidato.
3. Formulación de la estrategia junto con la implementación.

Un partido político no sólo tiene que seleccionar a un candidato sino también su plataforma de campaña. La publicidad se enfoca en informar a los medios masivos la difusión de sus mensajes hacia sus votantes, ya que el candidato entrega en menos tiempo la información y voluntad de sus partidos políticos, para así mantener el rating político. La cantidad de dinero que se gasta en cada campaña política determina por lo general, quien será el ganador de la contienda electoral. (Recurso Electrónico 4)

**“La Propaganda”** busca inculcar una ideología, idea, doctrina para influenciar en opiniones, actitudes y comportamientos de cualquier grupo directa o indirectamente en apoyo a adjetivos determinados, la persuasión es a nivel psicológico. La propaganda se puede clasificarse por su fuente y su finalidad:

Fuentes:

Blanca: Fuente perfectamente reconocible. Se utilizan los medios masivos de comunicación y quienes hacen esa propaganda dicen a que partido político pertenecen.

Gris: Surge dudas sobre quien emite el mensaje. Aparecen afiches en los que no se reconoce la fuente. Se utilizan los afiches y los rumores.

Negra: La fuente es contraria al mensaje. Siempre trata de parecer autentica en esencia es todo lo contrario, en apariencia no emana del partido sino de sectores independientes o de grupos anónimos que trabajan por el partido, grupos clandestinos o de órganos aparentemente independientes.

Finalidad:

Indoctrinamiento: Pretende poner a la gente, ya sea afiliada o no, dentro de sus doctrina o idea.

Agitación: Acciones masificadas. Búsqueda de descontento social.

Subversión: destrucción del adversario a toda costa utilizando medios ilícitos para lograrlo. Bombas, terrorismo, actos de violencia, entre otros.

La propaganda tiene a la vez una serie de reglas para su ejecución entre las que se encuentran:

1- Simplificación y enemigo único: Se busca un adversario del cual diferenciarse. Mediante un slogan se utiliza la simplificación (con pocas palabras se da la idea de la campa).

2- Unanimidad y contagio: Se busca la unidad de criterios dentro del partido, se realizan discursos de unidad y se les transmiten a las masas con ese criterio.

3-Exageración y desfiguración: Exacerbar un defecto para descalificar al adversario, llevarlo a su máxima expresión.

4-Transfusión: Idea de cambiar viejas ideas por nuevas o incorporar nuevas ideas o nuevos personajes.

5- Orquestación: Puesta a punto de todos los elementos de la campaña. Actos, apariciones públicas, medios, cierre. (Recurso Electrónico 5)

### **3.3 Marco Teórico.**

#### **3.3.1 La Importancia del Tratamiento Informativo Por Parte de los Medios.**

Se llama Tratamiento Periodístico de la Información (TPI) al modo en que los medios impresos eligen la información, la transforman en imágenes y en textos, la ubican en las páginas y la ponen en circulación.

Este concepto, empleado comúnmente en el ámbito de las comunicaciones y conocido hoy por hoy como definición de la Agenda, ha sido ampliamente debatido por especialistas y académicos, y centra su atención en el estudio del papel que cumplen los medios masivos de comunicación en la formación de la conciencia histórica, ciudadana y psicoafectiva.

El TPI es un sistema diseñado para analizar diferentes tipos de información, valiéndose de indicadores que permiten verificar el mayor número de elementos posibles en el discurso periodístico, así como el sentido que se le puede otorgar a los elementos denotativos y connotativos de sus signos.

Lo connotativo en prensa involucra un análisis particular de cada uno de los elementos reaccionales, diferente a lo denotativo que se distingue por su carácter general-descriptivo del conocimiento técnico del diario.

Esto quiere decir que las categorías que ratificamos tienen que ver con la identificación y procedencia de la fuente, la puesta en página técnicamente denominada morfograma y diagramación, lectura de las imágenes y el estudio del texto escrito.

Cada una de estas categorías esta compuesta por variables que clasifican la información periodística, estudian el tipo de soporte en el que esta plasmada y su focalización, y analizan las imágenes y el texto.

Para comprender el método de observación del TPI, compuesto por tantas y tan diversas categorías, es necesario distinguir lo que se conoce como “variedad microscópica y macroscópica”.

Esto quiere decir que toda lectura de una unidad textual está condicionada por un conjunto de informaciones e ilustraciones de la página, y que en cada suceso periodístico analizado pueden aparecer diversos grados de información.

Teun A. Van Dijk (1990:284) en su análisis crítico del discurso, ACD, que se ocupa tanto del análisis descriptivo y analítico, como del análisis social y político, hace una clara distinción entre el texto y su contexto.

De acuerdo con el profesor Van Dijk, el ACD constituye una herramienta útil para quienes deseen comprender los mecanismos de poder en la sociedad, sus estructuras y estrategias de legitimación, así como los procesos y las estructuras que se encuentran en su interior.

De esta forma, el orden de relaciones que se pueden establecer entre el texto periodístico, el conocimiento social de quienes lo leen, el poder de quienes lo producen y la sociedad misma, su contexto y sus representaciones, son de carácter multidisciplinar y conllevan a lo que hoy se conoce como Análisis del Tratamiento Periodístico de la Información y Análisis Crítico del Discurso, ACD.

Según Consuelo Martínez (2002:9) en su artículo “Discurso, Hipertextos e ideología: Referentes Teóricos para un Análisis Lingüístico y Sociológico” publicado en el 2002 en la página Web, manifiesta que las categorías del *ACD* no sólo pueden ser estudiadas de forma cuantitativa y cualitativa, sino que requieren de una participación efectiva en los procesos de cambio y transformación social. Los analistas son, entonces, los encargados de comprender y explicar este tipo de fenómenos sociales, en aras de una ética aplicada. (Recurso Electrónico 6)

Como se puede constatar, la sistematización de la información permite descubrir fenómenos que la simple observación no revela. También, resultan ser de gran utilidad para poner a prueba hipótesis y teorías, determinar la frecuencia de aparición de la información, así como los fenómenos gramaticales, los rasgos discursivos, los conceptos, las ideologías.

En síntesis, el interés es afianzar un estudio que centre su atención en el análisis de la información periodística, sus estrategias de diseño, sus tácticas discursivas y de posicionamiento de la información en periódicos y revistas .

### **3.3.2 Papel de los Medios de Comunicación en los Procesos Electorales.**

Cuando se trata de caracterizar el papel de los medios de comunicación dentro de los procesos electorales, aparece una serie de planteamientos históricos en el desenvolvimiento periodístico en El Salvador durante los últimos doce años del conflicto armado. El artículo presentado en la sala de redacción de la página Web Para Profesionales de la Comunicación Iberoamericana por Mario Alfredo Cantarero en enero del 2003 denominado “Periodismo en el Vaivén Histórico: de la Obsesión Política a las (in)tolerancia Informativas”, hace un análisis real de la profesión periodística diciendo que es bastante mal conocida en cuanto a la producción informativa en los procesos electorales. (Recurso Electrónico 7)

Se Intentará en esta oportunidad justificar algunos componentes que fijaron al reportero en la manera de construir la nota específicamente en los procesos electorales, partiendo del contexto de la guerra civil. Sin olvidar y tomando en cuenta que la historia electoral en décadas pasadas se convierte en punto de partida para analizar el papel de los medios en los periodos electivos.

Antes y durante la guerra civil la exclusión e intolerancia a la información política electoral era en gran parte, las limitaciones y posibilidades informativas de los medios de comunicación y el papel que desempeñaba, estaban estrictamente condicionadas por el tipo de democracia prevaleciente.

Según el Informe Sandford en la historia de El Salvador de 1970 hasta 1992, prevaleció la incapacidad de la estructura electoral modernizada “La sociedad salvadoreña se caracterizaba por no tener los componentes democráticos básicos. Las elecciones presidenciales fueron marginadoras y fraudulentas, los gobiernos inestables e impopulares, la estructura social incapaz de garantizar el desarrollo social, dejando una huella de guerra con demasiados costos negativos para la población, entre la cual se encuentran los mismos políticos y periodistas. (Informe Sandford, 1989:17-28)

En la década de los 70's, la sociedad salvadoreña no tenía ninguno de los atributos esenciales de participación plena de expresión de pensamientos en las solución pacífica de los conflictos políticos ni eleccionarios y se daba el irrespeto a los derechos civiles, esto precisamente porque los sectores con mayor poder en el país han recurrido frecuentemente a prácticas políticas excluyentes, especialmente a los movimientos civiles como sindicatos, al sector campesino, a los obreros, a los profesionales, a la pequeña y a la mediana empresa, donde la mayor parte de intereses estaban ligados a los dueños del periódico, aquí el papel de los medios informativos no cumplieron con las expectativas de la mayoría, ni mucho menos representaba los intereses del pueblo, eran noticias completamente escogidas y manipuladas por el periodista que al final llegaban a las manos del editor y por ende mutilaba a un más la nota.

Según Ricardo Chacón: (1990,9:11) en su artículo que publicó en la Revista Pulso “Los Riesgos de Informar. El Fuego Cruzado Alcanza al Periodismo en El Salvador” el explica en este marco histórico bastante deprimente, el periodismo se vio afectado enormemente en su funcionamiento profesional, considerando que los medios de comunicación social eran un lugar estratégico donde se libraba la batalla de la opinión pública nacional e internacional, tanto la derecha como de la izquierda, trataban de ubicar la tendencia y la participación política, el periodista trabajaba con censura, coacción y bajo el control del flujo informativo especialmente en los temas coyunturales referidos al estado político desgastado (fraudes electorales) y enfrentamientos militares.

Había una obsesión compulsiva de ambas fuerzas políticas y militares, por controlar la práctica periodística, a través de la censura, con el afán de garantizar su modelo informativo, en donde cada uno trató de justificar su accionar político, con el fin de ganar credibilidad y legitimidad en la opinión pública. Con ese mismo propósito la izquierda, creó su propia estructura comunicativa interna y externa, que contemplaba la producción y circulación de vídeos, de periódicos y revistas en el ámbito internacional y un coqueteo intenso con los periodistas nacionales y extranjeros para que le dieran cabida en su espacio mediático y, en algunos casos, el exterminio y la amenaza de periodistas que no eran considerados de sus filas.

Dichas limitaciones, obligaron a los periodistas a elaborar informaciones básicamente sin actualidad, sin enfoques descriptivos, sin declaraciones de todas las fuentes involucradas, y específicamente de hechos que estaban vetados (políticas-electorales). Abordar estos hechos periodísticamente significaba un riesgo mortal, cuando menos quedarse sin trabajo o sin vida. Si una nota no le parecía al editor, se le consideraba que estaban en contra del gobierno.

En el ámbito periodístico no había espacio para el libre juego de ideas, por el temor al cierre de los espacios informativos, los sectores de oposición al régimen (FMLN) necesariamente tuvieron que desarrollar sus propios medios de comunicación clandestinos, que fueron evolucionando desde los mini-medios (graffiti, las hojas volantes y las vallas).

El desenvolvimiento de un periodismo libre se concibió en una utopía. Cualquier intención de aproximación a la verdad de informar con claridad sobre la situación electoral en el país se silenciaba. A pesar de esta situación apocalíptica del momento histórico que se vivía, los periodistas respondieron e informaron desde la línea de fuego con atrevimiento de información, instaurándose una tolerancia hacia las informaciones políticas-electorales.

Por otra parte Los Acuerdos de Paz reconfiguró el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales. Por tanto, se puede hablar de una transición del periodismo con intereses e ideologías que benefician a un sector pudiente hacia un periodismo comprometido con los ciudadanos.

Los aspectos básicos de este cambios mínimos, pero a las vez grandes por ser alcanzados, están dados por: la desmilitarización global del sistema político; la recomposición de las leyes, una apertura político-electoral democrática; un relativo equilibrio entre los órganos de gobierno; y la creación de una nuevas formas de códigos de ética y derechos de el informador que incluye la creación de nuevos organismos y sindicatos de periodistas.

Sin embargo, a partir de la década de los 90s, el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales dejó de estar subordinado a las órdenes del sector militarista, pero siguió estando atado al poder estatal (globalizante). Todos estos cambios posibilitaron e implementaron una estrategia de comunicación basada en el contexto de un sistema político con componentes democráticos, un poco más abierto y participativo en cuanto a la divulgación información de carácter gubernamental.

En la actualidad la sociedad salvadoreña esta exigiendo a los medios de comunicación un apego a la verdad que permita aproximarse a los procesos electorales lo más objetivamente posible. Siendo esta actitud todavía frágil en nuestro país y el mundo debido a que independientemente de la modernización o innovación, el estilo y tratamiento de las informaciones electorales por parte de los medios siempre abra una tendencia a determinados sectores pudientes de la población.

### **3.3.3 Impacto Social de las Noticias de Carácter**

#### **Político.**

El impacto social que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual es innegable, estos tienen la capacidad de intervención de pensamiento sobre el individuo, y por ende, sobre la colectividad social los cuales puede resultar beneficioso para los políticos y gobiernos de turno que tienen intereses sobre ello, sin embargo en otras ocasiones, puede tener un efecto realmente perjudicial. Así lo afirma Juan Pablo II al expresar en el año 1996 en el vaticano de Roma “Estos medios tienen una utilidad indiscutible, pero no deben engañarnos ni adueñarse de nuestra vida”. (Recurso Electrónico 8)



Las sociedades modernas disponen de sistemas políticos basados en los principios democráticos, de este modo las noticias informativas gubernamentales nacen con la estigmatización de ser informaciones que coaccionan y de impacto social.

Las notas políticas-electorales desencadena una serie de reacciones o consecuencias directas o de forma inmediata, se abre un proceso de discusión pública destinado a fijar las posiciones de los distintos actores involucrados, para tratar de construir un marco de argumentación con propuestas y alternativas políticas, donde el sistema comunicativo junto con el sistema social experimentan una fuerte participación y intensidad ciudadana.

En definitiva, el impacto de las noticias políticas puede ser positivo o negativo, ya que los medios de comunicación ejercen sobre la sociedad una auténtica transformación del individuo en torno a su realidad social.

El impacto social de las noticias de carácter político tiene diferentes momentos y causas. Y paralelamente, se produce la aparición de una serie de actores, tanto del sistema político, como: partidos políticos, funcionarios, candidatos electorales; y en el sistema de medios aparecen: periodistas y articulistas; y junto con el sistema social y cultural como académicos, investigadores, intelectuales que colaboran en prensa configuran y determinan el desarrollo de la discusión y el impacto de la nota informativa. La cual es influenciando por uno u otro sentido.

Las consecuencias del impacto social directamente en las notas políticas, afectan al gobierno y a los partidos políticos, cuando tienen que orientar sus esfuerzos para buscar soluciones, tratando así de influir en las esferas políticas. Y en consecuentemente involucran a los medios de comunicación para utilizarlos como instrumentos de discusión pública, el cual tiende a una fuerte incidencia en la sociedad al apoyar o rechazar posiciones políticas o electorales.

Los periódicos presentan una producción muy amplia de notas electorales en los momentos de mayor conflicto político (Elecciones Presidenciales) produciéndose así impacto social, el cual puede explicarse por diversos factores, pero aquí sólo subrayaremos las más importantes.

El factor impacto se produce en los periódicos cuando se resalta el análisis de los conflictos sociales, políticos y económicos del país. Por ejemplo, la característica principal de un tema estatal responde al criterio de controversia en la época de debate o discurso y enfrentamientos públicos. El cual es considerado como relevante en el proceso de construcción de opinión ciudadana.

Por tanto, el impacto informativo se suscitan en determinados públicos políticos y sociales, los temas gubernamentales son un elemento editorializable de primer orden para los medios, los cuales se les considera importante para la producción de numerosos mensajes de opinión. Debido a estas circunstancias, los periódicos se esfuerzan por desarrollar su función de influencia política y de impacto social. Ya que hay una cantidad de intereses en juego.

Recordemos que la intencionalidad de impacto de las notas políticas por parte del redactor esta casi siempre en consonancia con la línea informativa del periódico, de ahí que el impacto informativo es promovido por el mensaje principal o madero, el cual le da así credibilidad y reconocimiento al periódico. Aquí el editor del periódico se convierte en analista de impactos sociales y de conflictos políticos, los cuales influyen en la construcción de la opinión social.

La prensa define diariamente el tema político como un fenómeno estructural, la cual es ofrecida como una representación institucional en proceso de cambio gubernativo, entendido como reformas al sistema político y sus instituciones. Los articulistas desarrollan en sus textos el impacto social reflejando la crítica o el apoyo indiscutible al gobierno o a su partido político. Esto remite al ciudadano a comprometerse con el cambio y participación de los actores políticos, esto se convierte en una pieza clave para el ejercicio eficaz de la política en alcanzar sus fines.

La prensa demuestra además que los periódicos construyen un clima de impacto a favor o en contra del cambio político o en circunstancias mayores en generadores de opinión donde el tema electoral se sustenta como “conflicto o controversia”. Este supone el proceso de mediación del ciudadano y el político, donde el sistema político sanciona un tema delante de otro, el cual da paso a una interacción social inconforme.

La tematización de las notas políticas en la agenda mediática de los medios de comunicación se da por el reconocimiento de interés o impacto del público, aquí el lector da su apoyo o rechazo determinada información. En este caso, el papel de la prensa escrita no se limita a informar del tema sino se convierte en generadora de reacciones sociales, esto lo hace a través del análisis y discusión de confrontaciones informativas.

El análisis de los temas de impacto político dentro del campo de la comunicación tiene un alto protagonismo y una amplia influencia en el proceso de formación de opiniones, es decir, estas describen los flujos de opinión y las estrategias de persuasión como infraestructuras funcionales de la política, las cuales se hacen a través de estrategias noticiosas en época de campañas electorales.

No hay que olvidar que la esfera pública es la generadora de lo que puede ser o no impacto, con la ayuda de los medios, periodistas y políticos hacen replicar la diversificación de temas o pluralización de opiniones. Subiendo así la presencia de participación de decisiones de los lectores en los asuntos públicos del país.

El impacto social ofrece elementos para analizar de manera mucho más científica y menos anecdótica el influjo de la producción de notas políticas de los medios impresos. Al mismo tiempo dan pistas acerca de los cambios y transformaciones en los procesos lectorales que se han venido dando durante los últimos doce años en el conflicto armado en El Salvador.

Finalmente, los medios de comunicación no son autocríticas en el generamiento de impactos de opiniones sociales. “Al respecto resulta curioso cómo los medios de comunicación de masas, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores políticos, no lo son con ellos mismos, menos aún existen pautas para evaluar sus equivocaciones informativas. De no superarlas en la práctica cotidiana parecería que los medios de comunicación aceptan estar por encima de la sociedad y de cualquier entrega de cuentas de responsabilidad del impacto que generan en la sociedad”. (Federación Internacional de Periodistas, 1989:3-6).

### **3.3.4 Posición ideológica de los Medios Ante el**

#### **Proceso Electoral.**

La estructura socio-política del sistema capitalista actual se ha desarrollado exitosamente y ha encontrado en los medios de comunicación la forma más eficiente para imponer una información ideológica definida (capitalista) que conlleva a los sistemas de clases alta y media alta, bajo el afán permanente de ascender a un nivel hacia otro superior, o en el caso de la clase alta, a mantenerlo; ascenso que se traduce en la capacidad y para obtener el mayor poder de informativo, especialmente en la cúpula política. (Recurso Electrónico 9)

La ideología de los medios de comunicación es manejada como acondicionadores de la conducta humana, permitiendo la constante manipulación y la imposición informativa. Por ejemplo, el aparato publicitario de la prensa en los procesos electorales (aunque de manera más compleja pero efectiva en el sentido ideológico), es actuar literalmente, como una droga que influye sobre el comportamiento y pensamiento político: "adormecer la sociedad en una fantasía placentero o mundo irreal, ocasionando imposibilidad de crítica en el receptor a un punto de hacerla incompetente para resolver los problemas reales, y sobre todo, incapaces de rebelarse contra las causas sociopolíticas, cumpliendo así un papel político sedativo, el cual se le considera útil para el mantenimiento del poder hegemónico informativo", (R. Beltrán citado a M. Bernal Sahún 1999:170)

Así tenemos que los medios de información, en el modo de producción ideológica, son concebidos fundamentalmente como empresas lucrativas que buscan mantener el sistema imperante, a través de la defensa de los aspectos sociales, económicos y políticos que desarrollan.

La posición ideológica de los medios ante los procesos electorales incitan a la población a elevar su nivel informativo a través de la persuasión, los medios de comunicación masivos son ahora en cierta forma y siempre lo han sido históricamente un valioso aliado e instrumento del capitalismo que desquicia al pobre sujeto que se somete a la persuasión a través de notas alteradas, enajenándolo a través de la adquisición de nuevas propuestas de soluciones, lo que origina el incesante intento de orientar el vacío emocional e intelectual del individuo en los procesos electorales.

La principal función ideológica de los medios masivos de comunicación dentro del sistema político es fungir como instrumentos de control y ocultamiento mediático de la desventurada realidad que se vive en los procesos lectorales, lográndolo a través de notas tergiversadas, desinformación e intencionalidad para que un hecho no sea publicado, aunque pretendan ser extremadamente objetivos, nunca dejan de tener acuerdos prefijados con los patrocinadores o dueños de las empresas de los medios, estos toman la última palabra de qué se debe saber y qué no informar.

Los medios de comunicación y su ideología que profesan son la principal forma capitalista de persuasión, control y manipulación que nos aliena a un solo sentido de pensamiento y necesidades políticas; ésta es la felicidad ficticia, los medios se convierten en los dueños de nuestras vidas, como lo describe acertadamente el crítico francés al explicar el fenómeno ideológico.

Por su parte la catedrática Carmen Herrero Aguado de la Universidad de Sevilla en su artículo presentado en la página Web “La Ideología como Valor en el Periodismo Político” dice que la ideología de los medios le ha exigido siempre al periodista actuar como un mero repetidor y transmisor de su pensamiento, este debe permanecer forzosamente a las políticas del medio. Las notas políticas-electorales deben ser fieles a su ideología, puesto que el periodista ante mano ya tiene marcada aptitudes y pautas de los hechos que demandan que parezca o se de a conocer, adecuándola a la realidad que el medio quiere trasmitir. (Recurso Electrónico 10)

Cuando los medios de información están sometidos al poder político, se convierten en instrumentos de posiciones ideológicas. Este ejemplo se evidencia en las notas de las campañas lectorales. Esto se da cuando los editores de los medios pretenden que todo lo que el gobierno dice es de interés periodístico y por lo tanto, lo transmiten tal cual, sin contexto ni evaluación y sin considerar un posible intento de manipulación ideológica por parte de los gobiernos, el resultado de esto es la aparición de unos medios de comunicación dirigidos. “La objetividad no es real” (Grijalbo, 1995:213)

La ideología convierte al informador en servil, manipulable por la fuente y por la propia empresa, colaborando así en la difusión de estereotipos y de prejuicios propios de la ideología dominante.

Ante tal problemática se dan las siguientes preguntas, ¿pueden tener ideología los medios de comunicación?; ¿tienen derecho a manifestarse a favor o en contra de partidos políticos o procesos electorales? Y si lo tienen, ¿resultan sacrificar la objetividad, la exactitud o la credibilidad? No resuelto o resuelto dichas preguntas la función ideológica se complica aún más cuando se introduce la clave de lo político.

Las relaciones entre la prensa y los procesos electorales han sido siempre conflictivos, ya que la ideología es un poder que ejerce una función de control con una línea de pensamiento única: estos pueden ser agentes de cambio social o bien colaborar en el mantenimiento de un determinado sistema político.

En todo caso, se trata de considerar a los medios como instrumentos ideológicos, siendo lo más eficaces para disfraz, ocultar o simular los hechos en los procesos electorales, cuando hay simulación en la información política el comunicador se convierte en manipulador, es decir, cuando se finge ser otro y en realidad se sigue siendo uno mismo. (J.M Vásquez ,1990:30)

Ciertamente, que un medio tenga una línea ideológica determinada incomoda sobre todo a quien no la comparte se tiende a negar para los demás, lo que se justifica para uno mismo. Por eso, lo más importante es descifrar los editoriales, ya que ahí se trazan las líneas maestras que marcan ideológicamente los contenidos periodísticos, su selección y su tratamiento, a la vez que fundamentan su actividad política. (Ramos.1996:33)

Se creen que la ideología de los medios es un mito en el sentido estricto, ya que el sistema político quieren otorgarse acciones de poder para limitar a los profesionales mediante presiones de los propietarios, de los editores, los valores sociales, las costumbres y los procedimientos legales y normativos”. (E.B. Lambeth, 1992:180)

“Si separamos el campo de la fantasía de la realidad al analizar la situación política–electoral del país, caemos en una trampa. No podemos separar en una acción las causas lógicas de las causas sentimentales que la provocaron. No podemos escindir, en la interpretación de un hecho, lo irreal de lo que fue percibido como real”. (Perceval ,1995: 132)

Todo es ideología, en este mundo tan complicado donde nacen diferentes puntos de vistas y sentimientos en común. La ideología de los medios en sentido maligno sería esconder la realidad, pretender enseñar verdades cuando se están exponiendo argumentos falaces, datos escondidos o verdades a medias, manejar y difundir hechos negativos y positivos en los procesos electorales.

Deja, pues, un hendidura para suponer que la ideología en su acepción más valiosa, debería equivaler a justicia, paz, progreso o humanidad. Pero: “La elección de estas palabras por parte de las fuerzas de clase dominantes informativas para ellos no es primario resolver la realidad desgastada del mundo”. (Rodríguez, 1991:18)

Cuando el lector escoge una información político-electoral, esta siempre va ligada desde un principio en optar por una modalidad o una óptica de pensamiento. La perspectiva ideológica es un elemento modernizador de primer orden, que guarda una estrechísima relación con los discursos políticos de naturaleza moral o política. Los periodistas y los medios de comunicación se sitúan en una perspectiva ideológica al escribir las notas, la cual es siempre reconocida por los lectores.

Aquí se presenta la clásica teoría que la prensa es conocida como “el perro guardián” de las instituciones informativas hegemónicas. Esta función debería cumplirla cada agente social, independientemente de la posición ideológica que tenga. Los medios son el lugar donde las sociedades producen la realidad; la clave es encontrar el modo por el que cada medio construye una determinada información influenciado por el pensamiento del medio.

En la interpretación ideología de la notas electorales se dan en dos clases: la descriptiva y la evaluativo, respectivamente. La descriptiva supone introducir elementos valorativos acerca del hecho político, de dos maneras: mediante interpretaciones explícitas (valoraciones) e interpretaciones implícitas (intencionalidad).

Es decir, en el primer caso, las valoraciones aparecen en el texto afirmaciones o negaciones del medio que evidencian una toma de postura ante un hecho electoral; en el segundo caso. La intencionalidad del emisor se evidencia en el orden semántico, en la estructura interna del texto en modo como se va narrando la aparición del hecho proselitista.

La influencia de la ideología de los medios opera por la persuasión, la lógica y de las razones o argumentos. Parece un elogio decir que un medio es influyente, pero el medio no sólo influye sino que también recibe influencias de todo tipo, lo que condiciona o determinan el relato final de la información electoral.

La prensa plasma su ideología en los editoriales, en el plantea su estrategia de comunicación proselitista, aquí trata de orientar y crear corrientes ideológicas. En primera columna del periódico aparece la madera como el imperialismo ideológico del medio. La clave de la columna es, precisamente, su capacidad de influencia sobre los lectores como la primera nota informativa. Trastornando su realidad a través del pensamiento único.

En la realidad el lector no va poder evitar que los propietarios de los medios y los editores utilicen la información como instrumentos para plantear sus ideologías ante los procesos lectorales, pero este sí pueden aminorar sus efectos desentrañando los mensajes políticos, donde el lector debe incluir una estrategia para descubrir y seguir la narración de y comprensión del texto como un principio de inteligibilidad.

La ideología en última instancia da a la polémica, ya que el lector mantiene dudas irresolubles sobre la nota sobre los procesos electorales, al final se ve envuelto en una nota política tramposa y falsa. Ahora bien, la alternativa que tienen los lectores es documentarse y leer otras aportaciones de todo tipo y debe en circunstancias más conflictivas pedir explicaciones del hecho a los dueños de los medios, para que al final tenga sus valoraciones propias “lo cual es necesarios para que el receptor adquiriera un conocimiento lo más completo posible de la realidad electoral que se le comunica”. (P.H. Meyer, 1993:35)



La ideología de los medios de comunicación se pueden multiplicar en diferentes teorías, pero no resultan suficientes para dar respuesta a esta reflexión, a modo de conclusión para el columnista Español de la Prensa “Eunsa Pamplona”, Francisco López Fan (1995: 70) manifiesta que: “El significado social de una información puede ir en ocasiones acompañado de connotaciones políticas o ideológicas”. (Recurso Electrónico 10)

Finalmente, en la práctica periodística siempre existiera una ideología en las empresas de comunicación, la cual trata hipócritamente de verse como una corriente digna a fuerza, donde el lector tiene que soportar los desafueros de la globalización que crecen a pasos agigantados, surgiendo así el descontento y la rebeldía ciudadanía, que ha estas alturas ya está empezando a tomar cuerpo.

### **3.3.5 Manipulación del Discurso Periodístico (Propaganda).**

La manipulación en la información obedece a una desinformación errónea transmitida por parte del emisor, ya sea por falta de celo profesional del informador al canal, entre otros factores. A continuación el artículo presentado en la Sala de Redacción de la Página Web Para Profesionales de la Comunicación Iberoamericana por Mario Alfredo Cantarero en el año 2002 denominado: “Comunicación Política en El Salvador Entre el Discurso Político Electoral y la Desconfianza Ciudadana” hace un análisis sobre la manipulación periodística en cuanto a la producción informativa en los procesos electorales. Intentaremos en esta oportunidad justificar algunos componentes que determinan al comunicador a manipular las nota y el discurso político electoral. (Recurso Electrónico 11)

Ahora bien, el receptor es soberano en cuanto a su libertad de elección y aceptación de la notas informativas, de este modo, la prensa escrita tradicionalmente se ha caracterizado por unos niveles de prestigio mayores que los obtenidos por los medios audiovisuales, debido a que la información tratada se somete a un proceso de análisis más profundo, así el impacto producido por la nota cobra mayor relevancia si es emitida de forma analítica.

Pero la realidad es otra, puesto que no todas las informaciones y menos las políticas van con esa intencionalidad analítica, sin que lleven implícito intereses de por medios. La mayoría de notas está sumergida en la inmediatez y tienden al riesgo de faltar a la verdad, el cual se convierte en pretexto perfecto para manipular la realidad.

La ciudadanía recibe grandes cantidades de información en donde cierto grupo de receptores es incapaz de reconocer las notas que son erróneas y las que no, precisamente esta masa de información sitúa al individuo en el punto inverso al que creía estar ubicado, es decir, cierto grupo de receptores lee ese enorme flujo informativo y no tiene la capacidad suficiente como para asimilarlo y procesarlo. No es capaz de seleccionar lo bueno de lo malo, ejemplo ello es la gran cantidad de propaganda que recibe al momento de acceder a un determinado medio de comunicación sea este radio, prensa o televisión.

En la actualidad algunos medios de comunicación, denominados sensacionalistas son capaces de crear elevados índices de audiencia difundiendo informaciones que no razona con los límites éticos de la información, llegando a ocasionar conflictos entre el derecho a la intimidad personal y la manipulación de la nota.

Cada medio de comunicación tienen su forma de tratar el material informativo o discurso en la emisión de una noticia, utilizando la famosa pirámide invertida: el dónde, el cómo, el cuándo y el porque, respondiendo así a su objetividad periodística, pero es inevitablemente el mutilamiento de la misma, ya que, por muy buena que sea la labor de síntesis, siempre van a faltar elementos imprescindibles que permitan al lector formarse un juicio exacto del hecho difundido.

Desde siempre ha existido la manipulación del discurso periodístico en todos los ámbitos sociales, los cuales han estado estrechamente relacionados con tendencias partidistas. Aquí los periodistas o editores incluso los dueños de los medios quedan tentados a probar la famosa "menta" conocida así vulgarmente, esta consiste en agradecer al comunicador con favores, dinero y puestos en el gobierno, este tiene el propósito de manipular o difundir una nota política a su favor.

También existen los llamados vendedores de intimidad, estos también manipulan la información, ya que en tan solo unos minutos pueden acabar con la reputación de un personaje público (Candidato de Campaña Presidencial) la cual es labrada a lo largo de muchos años de esfuerzo personal, ofreciendo versiones inverosímiles, detalles malogrados y falacias sobre la vida personal y laboral de personas que se ven involucradas en el ámbito político.

Es así el que trabajo de los periodistas consiste en recoger la información y darle forma básica de noticia a los datos. La selección de la información adolece en muchas ocasiones de un proceso de ordenamiento, jerarquización y significación seria de los datos relevantes en los procesos informativos. Así, en el mejor de los casos, se limitan a reproducir la información tal cual lo ha proporcionado la fuente; en el peor de los casos diseñan discursos noticiosos incoherentes y cohesionados en donde lo que más abunda son las citas insustanciales de la fuente. En ambos casos, se percibe una falta de irracionalidad a la hora de construir el hecho noticioso.

Por otra parte, el desconocimiento técnico en el manejo del discurso político y de las fuentes o muchas veces por mala fe o por encomienda del periodista, las declaraciones de la fuente se sacan de las circunstancias sociales donde se emitieron, con lo cual se le crean sentidos diferentes a los datos ofrecidos por los sujetos entrevistados dando paso a la manipulación propagandística del hecho.

La Creación de hechos informativos ficticios por el tradicional criterio periodístico que el espectáculo político y el amarillismo venden periódicos y en consecuencia publicidad, en muchos casos se "crean las noticias espectacularizantes de los hechos políticos". Por ejemplo los patrocinios de reiteradas encuestas electorales en épocas presidenciales, Sin duda, "la virtualización" de la realidad informativa atenta contra el desarrollo de la historia política de una manera "irresponsable".

Generalmente en el discurso periodístico, las entrevistas y los mítines dan a conocer sus propuestas, ahí los políticos se designan y se autodenominan como "Defensores de la democracia", "Trabajadores de la "justicia", "Padres de la Patria", "Defensores de la "libertad", "Promotores de la modernización", "Abanderados del desarrollo", "Representantes y Defensores del pueblo". Asimismo, publicitan las informaciones como actos de caridad hacia la población utilizando términos como "Lo estamos haciendo en beneficio del pueblo", entre otros lemas.

Por la certeza y la experiencia de la población, estos percibe sin distinción alguna el contenido de los mensajes y el “gingle o el eslogan” propagandístico, los lectores encuentran el discurso y los contenidos políticos distanciados de sus problemas y de sus formas de vida, considerándolo hipócrita.

Los mensajes informativos son disonantes y provocan al lector actitudes de rechazo, rompimiento y cualquier alteración en su rutina en el vivir diario puede provocar crisis, confusión, ansiedad, miedo, enfado, ante las insatisfacciones provocadas por una malograda nota informativa. Este enfado se da especialmente en épocas de campañas electorales, ya que los discursos propagandísticos no inducen a la población motivarlos o resolver sus necesidades básicas, en algunos casos el enojo del lector se traducen en insultos e insatisfacciones.

Si bien los partidos políticos en el periodo de propaganda electoral, contratan asesores extranjeros o nacionales y buscan a los medios de comunicación masivos para dar a conocer su discurso político. La exhortación informativa sigue siendo igual y valida en la actualidad, pues ejecutan sus propagandas a través del espectáculo y el show mediático (cancioncitas alegres, chicas bailarinas con ropita corta, cachuchas coloridas, saturación de spots y cuñas altamente retóricas, folletines, entre otros). Contrariamente, los beneficios "constantes y sonantes" a la población no se consideran como estrategia de comunicación política.

Para Cantarero (2002) la manipulación del discurso periodístico basado en la propaganda consiste en una patología de narcisismo en los políticos por estar presentes en la agenda informativa de los Medios de comunicación social (entiéndase fanatismo por la comunicación potencial), la información que la población percibe en las intervenciones políticas difiere mucho de sus intenciones informativas. La distancia entre la intención de los políticos y la información a los públicos es de años luz. (Recurso Electrónico 11)

### **3.3.6 Importancia de la Ética al Informar en el**

#### **Marco de un Proceso Electoral.**

El compromiso ético de la prensa de El Salvador de cara a la sociedad es fundamental para reforzar los avances informativos políticos del país, en la actualidad esto permite mejorar la calidad informativa. Por lo anterior, el

código de ética recomienda a los periodistas, directores y propietarios de los medios de comunicación, contribuir con su mayor esfuerzo seguir las pautas éticas que contiene dicho Código y dar paso así una nueva forma de estilo y ejercicio periodístico.(Recurso Electrónico 12)

A continuación el artículo presentado por la periodista del diario argentino “La Nación” Raquel San Martín en la Sala de Redacción de la Página Web Para Profesionales de la Comunicación Iberoamericana en el 2004 denominado: “La Ética como Identidad Compartida”, manifiesta que “el Código ético periodístico es el encargado de regulara el tratamiento de la información vinculada con los personajes públicos, estos se encargan de salvaguardar los derechos ya vulnerados de estos ciudadanos.(Recurso Electrónico 13)

Las personas públicas a pesar de su condición y posición política no deberían estar expuestas a la denigración informativa, pues esa falta de rigurosidad y contraste en el tratamiento informativo origina en algunos casos daños irreparables en la intimidad del personaje público. Este puede acudir a los tribunales de justicia para restablecer su reputación, emitiendo una sentencia judicial al medio o al periodista remediando el daño causado ya sea excarcelable o remuneración económica.

A pesar que los diagnósticos sobre la crisis que atraviesa el periodismo no parece tener impacto en las prácticas cotidianas de la tarea de informar, surge la necesidad de ejercer un "periodismo de calidad", el cual propone encaminar los cambios necesarios y urgentes de la información como un bien público. Por otro lado, la convicción y responsabilidades éticas se exigen en la práctica periodística como un valor fundamental de la identidad profesional. La que hoy en día esta en crisis.

Desde hace ya algunas décadas atrás, denunciar la crisis del periodismo y describir las deformaciones en su ejercicio se ha vuelto muy común por los críticos de la comunicación. Hay quienes, incluso, han llegado a pronosticar la desaparición del periodismo objetivo, el cual corre el peligro de transformarse en una rama más del espectáculo amarillista.

El periodismo ha dejado de cumplir con su función principal y propia, la cual es informar a los ciudadanos para que puedan tomar mejores decisiones y orientarse en la vida pública.

Lejos de garantizar la información veras y objetiva, el periodismo actual estaría en peligro. Como dice Gómez Mompart (2001:25-35) en su libro Periodismo de Calidad para una Sociedad Global dice: “las maneras que hasta ahora han servido a los periodistas más competentes y a los medios de información más serios para explicar las formas de presentar y relatar los acontecimientos, resultan insuficientes donde el lenguaje periodístico dice poco, nada, o peor aún, esconde o distorsiona la realidad”.

El periodismo muestra hoy un rostro irreconocible, contaminado por las operaciones políticas incapaz de anticipar las crisis sociales, convirtiéndose en una actividad influenciada por los factores de poder, la precariedad laboral en muchas empresas informativas y la complejidad creciente de la realidad política y social hacen que los principios que caracterizaron al periodismo desde su constitución como actividad autónoma esté atravesando un período de cuestionamientos y redefiniciones informativas.

Si se busca “un periodismo más útil socialmente” que sirva para renacer un "periodismo con ética y calidad " el periodista esta obligado a fijarse el objetivo de alcanzar “una nueva forma de conseguir y relatar la información ajustada a la realidad”, es decir, más útil, más clarificadora, más provechosa para la ciudadanía en general”.Gómez Mompart (2001:25-35).

En este sentido, también hay que reconocer que el estado actual del periodismo en El salvador no depende solamente de la tolerancia de los actores políticos, sino que muchas de sus limitaciones que se encuentran determinados por otros factores consustanciales en la práctica profesional misma.

Es decir, la práctica periodística tiene muchísimas limitaciones, ataduras y fantasma, sin olvidar que el salario de los periodistas nacionales no es el adecuado para sobrevivir en condiciones económicas tan caras, en algunos medios de comunicación escrita, el monto de la remuneración mensual se concibe como “la angustia existencial diaria” y la labor periodística insegura.

La formación básica que ayudará a los periodistas de hoy a hacer un trabajo periodístico que los ciudadanos merecen y esperan de una prensa libre en una democracia política. A continuación el artículo presentado por el periodista Norteamericano Charles Green en la Sala de Redacción de la Página Web Para Profesionales de la Comunicación Iberoamericana en el año de 1999 denominado: “Ética y Cobertura de Elecciones” menciona tres ideas básicas que el periodista debe tomar en cuenta a la hora de cubrir las campañas electorales. Estas ideas son tres: (Recurso Electrónico 13)

- Mantener la ética.
- Asumir responsabilidad informativa
- Mantener la credibilidad y no dejarse manipular ni caer en soborno.

Para el periodista no hay nada más importante que la ética, la cual tiene una sola cosa verdaderamente valiosa que “su credibilidad”. Un periodista que pone en peligro su credibilidad a la larga no le es útil ni a la sociedad ni a su profesión.

Si el lector percibe que el comunicador ha perdido la credibilidad especialmente en las notas de carácter político (de hecho la han perdido). Siempre se excusara cuando viole aquellos parámetros establecidos por su gremio, los cuales han aprendido a través de golpes en décadas cuál debe ser su papel ético con la sociedad. Es preciso que los medios de comunicación se den cuenta que si se pone la credibilidad en peligro cometerán cualquier tipo de violación, ya sea pequeña o grande.

La credibilidad se construye sobre muchas cosas. De ahí surge la responsabilidad informativa, un reportero que recibe dinero de un candidato o de un partido es inservible para la sociedad, y, por lo tanto, para sí mismo y para su medio de prensa.

El reportero que acepta participar gratuitamente en un viaje de campaña de un candidato, arriesga innecesariamente su credibilidad. Y lo mismo ocurre con el periodista que acepta favores personales de un político o funcionario del gobierno. Eso probablemente sea cierto ante los ojos del público, pero es fácil caer en trampas que a veces no son intencionales por el periodista sino circunstanciales, el comunicador tiene que estar alerta para evitar que su ego periodístico prevalezca sobre los valores éticos.

Es decir, los comunicadores les gusta que se les reconozca, esto resulta muy halagador que el presidente les invite a la casa de gobierno para tomar unas copas en privado o para compartir una cena privada. Esas son invitaciones a las que probablemente el periodista se negaría, pero es preciso que él se pregunte por qué lo está invitando. Seguramente no es porque lo considere un gran cuentista o un gran escritor, o porque necesite de su consejo para dirigir el país. Simplemente es por la posición que tiene como ejecutivo de noticias o por ser reportero de temas políticos o como un columnista que moldea la opinión pública. ¿Cree que el presidente invitaría al comunicador por simple amistad?

Es de suponer que cada periódico se debe considerar a sí mismo como profesional; un medio que verdaderamente esta interesado en el bienestar del país, donde el código de ética debe ser de cumplimiento obligatorio, especialmente para aquellos responsabilizados en realizar la cobertura política-electoral. Un reportero que viole esos patrones de conducta debe enfrentar castigos severos, incluso, la pérdida de su empleo.

Es preciso que el periodista prepare la cobertura informativa electoral con suficiente anticipación. Cualquier periodista con más de una semana de experiencia profesional sabe que las decisiones difíciles son las que se tienen que tomar en momentos difíciles.

Y esas decisiones llegan cuando se da la hora del cierre, teniendo apenas unos pocos minutos para poner en una balanza las consecuencias de sus decisiones. El comunicador no debe olvidar que la ética es práctica de todos los días, la ética los está preparando para las situaciones que enfrentarán cuando el juego verdadero comience

Los condicionamientos de las informaciones electorales son sometidos a los principios de los gobiernos de turno. “Los lectores está sospechando que en muchos sectores del periodismo puede haber actos de corrupción; o, en el mismo sentido, la gente está observando comportamientos sospechosos de algunos periodistas y una pelea desesperada por el rating noticioso”. (Reinoso. 2002:15).

Ante tal condicionantes informativos, la reacción frecuente que tienen los periodistas al verse con represalias informativas es evitar la reflexión, limitarse a cumplir la tarea informativa y retener el puesto de trabajo; en consecuencia, renunciar a su responsabilidad social y seguir erosionando el único capital capaz de protegernos en épocas turbulentas: la credibilidad de los



ciudadanos. Ante un campo profesional extenso, multiforme y heterogéneo los valores centrales no deben olvidarse y mucho menos descuidar la búsqueda de la verdad de los relatos y su difusión informativa a los ciudadanos.

Esto implica un periodismo más profesional, crítico .Cuya necesidad en el quehacer político y la administración pública no puede funcionar adecuadamente sin los informadores. Por ello las instituciones cualesquiera que sea deben establecer relaciones cordiales y profesionales con los medios informativos.

# **CAPÍTULO IV**

## **Descripción y Análisis de Resultados**

### **4.1 Descripción**

Para el análisis de descripción y resultado de las notas políticas electorales y la recolección de datos de La Prensa Gráfica, se determinará una serie de cuadros con diferentes categorías de temáticas y unidades de registro de la misma.

A la vez se establecerá una lista de temáticas con los diferentes aspectos tratados en cada nota. Para facilitar su búsqueda se hará una lista de términos específicos que permitirán tener una idea más clara de los vacíos en los contenidos de las notas políticas y su tratamiento ideológico a la hora de la redacción.

Además, se hará una clasificación del tratamiento informativo, para ubicar los temas abordados en las notas políticas de La Prensa Grafica, este análisis servirá para la producción de posteriores investigaciones.

Otro elemento de suma importancia para la investigación es el análisis de texto, el cual es la forma más idónea de indagar en el contenido del discurso (nota informativa). Utilizando las siguientes técnicas que se apegan a dicha investigación.

- Análisis de Contenido.
- Análisis de Valoración.
- Análisis de Connotación Ideológica.
- Análisis Exploratorio-Descriptivo.

### **4.2 Análisis de Resultados**

A continuación presentamos un cuadro resumen para la interpretación de datos recopilados en la muestra; este cuadro contiene las unidades y categorías de análisis la cual servirá como una herramienta fundamental para la interpretación de los resultados.

**Cuadro No.1**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>		<b>PRENSA</b>	
<b>4 NOTAS EN TOTAL</b>			
<b>MUESTRA 1</b>			
<b>SOBRE NOTAS POLITICAS</b>			
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÌA 14 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN NACIONALES</b>	
<b>NOTAS POLITICAS</b>	<b>NOTA FAVORABLE</b>	<b>EN CONTRA</b>	<b>ESPACIO ASIGNADO</b>
<b>SOBRE EL FMLN</b>	3	_____	3 Pág.
<b>SOBRE ARENA</b>	1	_____	1 Pág.

**Nota 1.**

**Titular: “FMLN CIERRA CAMPAÑA EN SU BASTIÓN  
ELECTORAL”.**

Texto extractado:

**“Los aplausos no cesaron por varios minutos luego de que su nombre fue pronunciado [...] “esta plaza está abarrotada y con los que nos oyen en las calles, el Parque Libertad y en El Morazán somos 75 mil personas reunidas, enfatizo Handal” (Pág. 1.) (Anexo No.1).**

**Análisis:**

Los extractos anteriores y el resto de la noticia, tal como fue redactada, favorece objetivamente las pretensiones del referido instituto político, porque se describe detalladamente los acontecimientos suscitados ese día en el cierre de campaña. Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 1 (páginas: 14, 15, y 16 de fecha 14 de marzo de 2004), las demás notas referidas al mismo acontecimiento, reflejan también un suceso que a todas luces demuestra el poder de convocatoria del FMLN. Las demás notas muestran también, lo que estamos afirmando “Handal confiado en llegar a Presidente”, Centro capitalino fue todo rojo”.

Sin embargo, en la página 17 del mismo anexo, encontramos dos notas favorables para el partido ARENA. En dichas notas, observamos que se trata de contrastar las notas favorables al FMLN lo cual pretende, de alguna manera, influir en el electorado a favor de ese partido político. Ejemplo de ello son los titulares utilizados: “Hombre de confianza de Bush veta a FMLN” y “Saca se reúne con niños y jóvenes”

**Cuadro No.1**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>		<b>PRENSA</b>	
<b>3 NOTAS EN TOTAL</b>			
<b>MUESTRA 1</b>			
<b>SOBRE NOTAS POLITICAS</b>			
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÌA 15 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÒN NACIONALES</b>	
<b>NOTAS POLITICAS</b>	<b>NOTA FAVORABLE</b>	<b>EN CONTRA</b>	<b>ESPACIO ASIGNADO</b>
<b>SOBRE EL FMLN</b>	_____	_____	_____
<b>SOBRE ARENA</b>	3	_____	3

**Nota 1.**

**Titular: “CIERRE DE CAMPAÑA ARENERA”.**

Texto extractado:

**“Fuera del Mágico González, decenas de areneros pedían entrar [...] El estadio estuvo casi a tope. Desde lo alto de las banderas cercanas a las luces hasta el engramillado, el “Mágico” estuvo teñido de rojo, azul y blanco. (Pág.12) (Anexo No.2).**

**Análisis:**

El párrafo anterior y el resto de la noticia, así como fue redactada, favorece objetivamente al partido ARENA, porque se describe detalladamente los acontecimientos suscitados ese día en el cierre de campaña en el Estadio Mágico González, donde muchos simpatizantes dieron su apoyo a dicho partido político. Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 2 (páginas: 12, 13, y 14 de fecha 15 de marzo de 2004), las demás notas

referidas al mismo acontecimiento demuestra el poder de convocatoria de ARENA. Dichas notas revelan también, lo que estamos afirmando: “El turno de los tricolor” y “Saca pide victoria a la primera”.

**Cuadro No.1**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>				<b>PRENSA</b>	
<b>3 NOTAS EN TOTAL</b>					
<b>MUESTRA 1</b>					
<b>SOBRE NOTAS POLITICAS</b>					
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>		<b>DÌA 16 DE MARZO 2004</b>		<b>SECCIÒN NACIONALES</b>	
<b>NOTAS POLITICAS</b>	<b>NOTA FAVORABLE</b>	<b>ESPACIO ASIGNADO</b>	<b>EN CONTRA</b>	<b>ESPACIO ASIGNADO</b>	
<b>SOBRE EL FMLN</b>	1	1/4 Pág.	_____	_____	
<b>SOBRE ARENA</b>	2	2 Pág.	_____	_____	

**Nota 1.**

**Titular: “VOTOS QUE VIAJAN EN LANCHA”.**

Texto extractado:

**“Ni el peligro que supone la marea alta o el gasto por el viaje en lancha detienen a los isleños del Zacatillo, quienes están entusiasmados por asistir a los urnas. ARENA es su preferido”.**

**(Pág. 10) (Anexo No.3)**

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada, demuestra el favoritismo de los isleños del Zacatillo hacia el partido oficial, ya que relata la manera como los insulares deben superar diferentes obstáculos para emitir el sufragio. Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 3 (páginas: 10 y 11 de fecha 16 de marzo de 2004), las demás notas referidas al mismo acontecimiento, reflejan también el favoritismo de ARENA. Esta nota muestran también, lo que estamos afirmando “Tony el popular; Handal el maistro”.

Sin embargo, en la página 7 del mismo anexo, encontramos una nota favorable para el partido FMLN. En dicha nota se relata los hechos suscitados en el cierre de campaña de dicho instituto político en el occidente del país “FMLN cierra campaña en zona occidental”. Aquí observamos que se trata de contrastar con las notas favorables a ARENA.

**Cuadro No.1**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>			<b>PRENSA</b>	
<b>1 NOTAS EN TOTAL</b>				
<b>MUESTRA 1 SOBRE NOTAS POLITICAS</b>				
<b>PERIODICO PRENSA GRAFICA</b>	<b>LA</b>	<b>DÍA 17 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN NACIONALES</b>	
<b>NOTAS POLITICAS</b>	<b>NOTA FAVORABLE</b>	<b>ESPACIO ASIGNADO</b>	<b>CONTRA COMBINADA</b>	<b>ESPACIO ASIGNADO</b>
<b>FMLN</b>	_____	_____	<b>1</b>	<b>3/4 Pág.</b>
<b>ARENA</b>	_____	_____		

**Nota 1.**

**Titular: “ADIOS A LA PROPANDA ELECTORAL”.**

Texto extractado

**“Fueron 116 días de discursos por radio, televisión, prensa escrita y mítines han pasado desde que el tribunal supremo electoral convocó a Elecciones Presidenciales el 21 de noviembre pasado”.**

**(Pág. 6) (Anexo No.4)**

**Análisis:**

En la síntesis anterior y en el resto de la noticia, tal como fue redactada, la nota es combinada para los dos partidos en contienda. Esta información trata de la consulta que hizo La Prensa Gráfica ha cinco analistas del ámbito político y de las comunicaciones sobre lo que ha sido la campaña electoral. Esto concuerda en que ha sido violenta. Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 4 (páginas: 6 de fecha 17 de marzo de 2004)

**Cuadro No.1**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA	
2 NOTAS EN TOTAL			
MUESTRA 1 SOBRE NOTAS POLITICAS			
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÍA 18 DE MARZO 2004		SECCIÓN NACIONALES
NOTAS POLITICAS	NOTA FAVORABLE	NOTA EN CONTRA	ESPACIO ASIGNADO
SOBRE EL FMLN	1	_____	¼ Pág.
SOBRE ARENA	1	_____	1 Pág.

**Nota 1.**

**Titular: “LA CLAUSURA TRICOLOR”.**

Texto extractado

**“Tengo suficiente energía para esta campaña y para los próximos cinco años, si los salvadoreños me eligen su Presidente el domingo. Un par de días de preparación serán suficientes para afinar los últimos detalles del cierre de campaña, dijo Saca confiado.”  
(Pág.6) (Anexo No.5)**

**Análisis:**

El resumen anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada, favorece objetivamente las pretensiones del referido instituto político, porque se describe los acontecimientos suscitados ese día en el cierre de campaña. Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 5 (páginas: 6 de fecha 18 de marzo de 2004.

Sin embargo, en el mismo anexo, (páginas: 7 de fecha 18 de marzo de 2004).encontramos una nota favorable para el partido FMLN, esta nota se refiere al cierre de campaña del referido partido realizada en el Parque Raúl Murguía en Usulután, en dicho lugar se dieron cita decenas de simpatizantes esperando el arribo de la fórmula presidencial. Esta nota revelan también, lo que estamos afirmando “FMLN cierra campaña”. Aquí observamos que se trata de contrastar con las notas favorables a ARENA

**Cuadro No.1**

RECOLECCIÓN DE DATOS				PRENSA	
7 NOTAS EN TOTAL					
MUESTRA 1 SOBRE NOTAS POLITICAS					
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA		DÍA 19 DE MARZO 2004		SECCIÓN NACIONALES	
NOTAS POLITICAS	NOTA FAVORABLE	ESPACIO ASIGNADO	COMBINADAS	NOTA EN CONTRA	ESPACIO ASIGNADO
FMLN	1	½ Pág.	1	2	1 1/2 Pág.
ARENA	1	1 1/2 Pág.	1	1	1/4 Pág.

**Nota 1.**

**Titular: “VOTANTES LLEGAN DESDE EL EXTRANJERO”.**

Texto extractado

**“Voy a votar por el plan que tienen, Tony es un buen candidato que va a sacar adelante al país, manifiesta Andrea Alfaro, votante de ARENA” [...] “Vengo a votar por el frente. Queremos cambio en el país, porque el gobierno que tenemos no ha hecho nada, manifiesta Osiel Alfaro, votante del FMLN”.**

**(Pág. 6) (Anexo No.6)**

**Análisis:**

En la síntesis anterior y en el resto de la noticia, tal como fue redactada, se encuentran dos notas combinadas para los dos partidos en contienda. Esta información trata sobre la actividad de los simpatizantes de ARENA y el FMLN procedentes de los EE.UU. para dar su voto de confianza.

Esta nota revela también, lo que estamos afirmando de la página 6 del mismo anexo. “Velocistas de la propaganda”.Aquí observamos que se trata de contrastar las notas combinadas de ambos partidos políticos.

Sin embargo, en el mismo anexo, (páginas: 11,16 y 18 de fecha 19 de marzo de 2004).encontramos tres notas favorables para el partido ARENA.



Estas notas revelan también, lo que estamos afirmando: “La ruptura del dique opositor” “Un muerto por el cierre de campaña” y “Estoy ansiosa por el resultado”.

Asimismo en el anexo No.6, (páginas: 11 y 20 de fecha 19 de marzo de 2004).Encontramos dos notas favorables para el partido FMLN. Estas notas revelan también, lo que estamos afirmando: “El Paisnal municipio indómito” y “Vamos hacer una justicia tributaria”. Aquí observamos que se trata de contrastar con las notas favorables a ARENA.

**Cuadro No.1**

RECOLECCIÓN DE DATOS 6 NOTAS EN TOTAL			PRENSA	
MUESTRA 1 SOBRE NOTAS POLITICAS				
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA		DÍA 20 DE MARZO 2004		SECCIÓN NACIONALES
NOTAS POLITICAS	NOTA FAVORABLE	ESPACIO ASIGNADO	NOTA EN CONTRA	ESPACIO ASIGNADO
SOBRE EL FMLN	2	1 1/2 Pág.	2	3/4 Pág.
SOBRE ARENA	2	1 1/4 Pág.	_____	_____

**Nota 1.**

**Titular: “DIRECCIÓN DEL FMLN DENUNCIA COMUNICADO FANTASMA”.**

Texto extractado

**“El comunicado atacaba al FMLN y era firmado por supuestos miembros de ese sector, que ponían como garantía el número de sus respectivos documentos únicos de identidad y firmas.**

**La dirección del FMLN denunció ante el Tribunal Supremo (TSE), lo que considera una violación al Código Electoral”.(Pág. 16) (Anexo No.7)**

**Análisis:**

En el párrafo anterior y en el resto de la noticia, tal como fue redactada, se expone la denuncia puesta por la Dirección del FMLN por un comunicado fantasma publicado en un matutino, el cual era firmado por supuestos

miembros de ese sector político. Asimismo en el anexo No.7, (páginas: 6 y 16 de fecha 20 de marzo de 2004).Encontramos tres notas favorables para el partido FMLN. Estas notas revelan también, lo que estamos afirmando: “No abra segunda vuelta” y “Handal con la prensa extranjera”.

Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 7 (páginas: 4, 14, y 85 de fecha 20 de marzo de 2004) encontramos tres notas favorables para el partido ARENA. Estas notas revelan también, lo que estamos afirmando: “Aceptare cualquier resultado”, “Saca supervisa los alimentos” y “Entierran a activista arenero”. Aquí observamos que se trata de contrastar con las notas favorables al FMLN.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS			PRENSA
<b>5 NOTAS EN TOTAL</b>			
MUESTRA 2			
SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS			
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÍA 14 DE MARZO 2004	SECCIÓN	
ESPACIOS POLITICOS	CANTIDAD DE PAGUINAS	PORTADA	NUMERO DE PÁGINAS
FMLN	3	_____	14, 15 Y 16 Pág.
ARENA	2	_____	17 Pág.

**Análisis:**

El día 14 de marzo la cantidad de notas encontradas en La Prensa Gráfica el FMLN son tres y para ARENA dos, de las cuales el espacio asignado son 3 páginas completas incluyendo fotografías para el Partido Frente Farabundo Martí. En cuanto al Partido Alianza Republicana Nacionalista es de una página completa que incluye dos notas .Ambos partidos no tienen portada.

Si bien el espacio asignado al FMLN es mayor, el contenido informativo de las dos notas para ARENA es de más relevancia que el del primero. Tal como se puede observar en el anexo No. 2 (páginas: 17 de fecha 14 de marzo de 2004) encontramos dos notas, las cuales revelan también, lo

que estamos afirmando: “Hombre de confianza de Bush veta a FMLN” y “Saca se reúne con niños y jóvenes”.

Asimismo encontramos los titulares del FMLN en el anexo No. 2 (páginas: 14, 15 y 16 de fecha 14 de marzo de 2004) que son: “FMLN cierra campaña en su bastión electoral” “Haldal confiada en llegar a Presidente” y “Centro capitalino fue todo rojo”.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA	
<b>3 NOTAS EN TOTAL</b>			
<b>MUESTRA 2</b>			
<b>SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS</b>			
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 15 DE MARZO 2004</b>		<b>SECCIÓN</b>
<b>ESPACIOS POLITICOS</b>	<b>CANTIDAD DE PAGUINAS</b>	<b>PORTADA</b>	<b>NUMERO DE PÁGINAS</b>
<b>FMLN</b>	_____	_____	_____
<b>ARENA</b>	3	1	12,13 y 14 Pág.

**Análisis:**

El día 15 de marzo la cantidad de notas encontradas en La Prensa Gráfica para ARENA son tres y para el FMLN ninguna, de las cuales el espacio asignado son 3 páginas completas incluyendo fotografías para el Partido Alianza Republicana Nacionalista .La portada es favorable a ARENA, cuyo titular es “ Arena cierra campaña a estadio lleno”.

Lo que podemos observar que el cierre de campaña del FMLN del 14 de marzo de 2004, la redacción del periódico incluyo dos notas a favor de ARENA, sin embargo en el cierre de campaña de ARENA excluyo al FMLN Tal como se puede observar en el anexo No. 2 del día 15 de marzo de 2004 en las páginas: 12,13 y 14, las cuales revelan también, lo que estamos afirmando : “Cierre de campaña arenera”, “ Saca pide victoria a la primera” y “ El turno del tricolor”.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA	
<b>3 NOTAS EN TOTAL</b>			
<b>MUESTRA 2</b>			
<b>SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS</b>			
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 16 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN</b>	
<b>ESPACIOS POLÍTICOS</b>	<b>CANTIDAD DE PAGUINAS</b>	<b>PORTADA</b>	<b>NUMERO DE PÁGINAS</b>
FMLN	1	_____	7 Pág.
ARENA	2	_____	10 Y 11 Pág.

**Análisis:**

El día 16 de marzo la cantidad de notas encontradas en La Prensa Gráfica para el FMLN es una y para ARENA son dos , de las cuales el espacio asignado son 2 páginas completas incluyendo fotografías para el al Partido Alianza Republicana Nacionalista . Asimismo encontramos una nota del FMLN con un espacio de un cuarto de página.

Esto demuestra las preferencias de dicho matutino hacia el partido oficial. Tal como se puede observar en el anexo No. 3 (páginas: 7 de fecha 16 de marzo de 2004) la cual revelan también, lo que estamos afirmando: “FMLN cierra campaña en zona occidental”.

Asimismo encontramos los titulares de ARENA en el anexo No. 3 (páginas: 10 y 11 de fecha 16 de marzo de 2004) que son: “Votos que viajan en lanchas” y “Tony el popular; Handal, el maistro”. Ambos partidos no tienen portada.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA	
<b>1 NOTAS EN TOTAL</b>			
<b>MUESTRA 2</b>			
<b>SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS</b>			
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 17 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN</b>	
<b>ESPACIOS POLITICOS</b>	<b>CANTIDAD DE PAGUINAS</b>	<b>PORTADA</b>	<b>NUMERO DE PÁGINAS</b>
<b>FMLN</b>	<b>1</b>	_____	<b>6 Pág.</b>
<b>ARENA</b>		_____	

**Análisis:**

El día 17 de marzo se encontró en La Prensa Gráfica un nota informativa combinada para ambos partidos en contienda, Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 4 (páginas: 6 de fecha 17 de marzo de 2004), donde dicha nota revela el pensamiento de cinco analistas políticos entrevistados sobre la campaña electoral, la cual describen como una campaña violenta enfocada más que orientar a el electorado lo atemoriza con aseveraciones no confirmadas. El titula es. “Adiós a la Propaganda electoral”.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS 2 NOTAS EN TOTAL		PRENSA	
MUESTRA 2 SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS			
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÍA 18 DE MARZO 2004	SECCIÓN	
ESPACIOS POLITICOS	CANTIDAD DE PAGUINAS	PORTADA	NUMERO DE PÁGINAS
FMLN	1	_____	7 Pág.
ARENA	1	_____	6 Pág.

**Análisis:**

El día 18 de marzo la cantidad de notas encontradas en La Prensa Gráfica para el FMLN es una y para ARENA igual, de las cuales el espacio asignado para el al Partido Alianza Republicana Nacionalista es media página y asimismo el espacio asignado para el FMLN es de un cuarto de página.

Tal como se puede observar en el anexo No. 5 (páginas: 7 de fecha 18 de marzo de 2004) la cual reafirma la poca equidad de la información de La Prensa Gráfica en el titular: “FMLN cierra campaña”.

Asimismo encontramos el titular de ARENA en el anexo No. 5 (páginas: 6 de fecha 18 de marzo de 2004) que son: “La clausura del tricolor”. Ambos partidos no tienen portada.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS			PRENSA	
7 NOTAS EN TOTAL				
MUESTRA 2				
SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS				
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA		DÍA 19 DE MARZO 2004		SECCIÓN
ESPACIOS POLITICOS	CANTIDAD DE PAGUINAS	NUMERO DE PÁGINAS	NOTAS COMBINADAS	NUMERO DE PÁGINAS
FMLN	1½	11 y 20 Pág.	2	6 Pág. y 8 Pág.
ARENA	1½	11,16 y 18 Pág.		

**Análisis:**

El día 19 de marzo se encontró en La Prensa Gráfica dos notas informativas combinadas para ambos partidos políticos, Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 6 (páginas: 6 y 8 de fecha 19 de marzo de 2004).

Estas notas informan sobre las últimas horas de proselitismo y la cantidad de simpatizantes de ambos partidos en contienda que han viajado del extranjero para emitir su voto de confianza. Dichos titulares: “Los velocistas de la propaganda” y “Votantes llegan del extranjero”.

Asimismo, la cantidad de notas encontradas en La Prensa Gráfica para el FMLN son tres en el anexo No. 6 (páginas: 11 y 20 de fecha 19 de marzo de 2004) de las cuales el espacio asignado es una pagina y media. Cuyos titulares son. “La ruptura del dique opositor”, “El paisnal: municipio indómito” y “Vamos hacer una justicia tributaria”.

También encontramos dos titulares para ARENA en el anexo No. 6 (página: 11,16 y 18 de fecha 19 de marzo de 2004) de las cuales el espacio asignado es una pagina y media. Los titulares son: “Un muerto en el cierre de campaña” y “Estoy ansiosa por los resultados”. Ambos partidos no tienen portada.

**Cuadro No.2**

RECOLECCIÓN DE DATOS			PRENSA
6 NOTAS EN TOTAL			
MUESTRA 2 SOBRE ESPACIOS POLÍTICOS			
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÍA 20 DE MARZO 2004		SECCIÒN
ESPACIOS POLITICOS	CANTIDAD DE PAGUINAS	PORTADA	NUMERO DE PÁGINAS
FMLN	3	_____	6 Y 16 Pág.
ARENA	2 1/2	_____	4,14 Y 85 Pág.

**Análisis:**

El día 20 de marzo la cantidad de notas encontradas en La Prensa Gráfica para el FMLN son tres y para ARENA igual, de las cuales el espacio asignado son dos páginas y media páginas incluyendo fotografías para el Partido Alianza Republicana Nacionalista. Asimismo encontramos los titulares de ARENA en el anexo No. 7 (páginas: 4,14 y 85 de fecha 20 de marzo de 2004) que son: “Acceptare cualquier resultado”, “Saca supervisa alimentos” y “Entierran activista arenero”

Esto demuestra las preferencias de dicho matutino hacia el partido oficial. Tal como se puede observar en el anexo No. 7 (páginas: 7 de fecha 16 de marzo de 2004) asimismo encontramos una nota del FMLN con un espacio de un cuarto de página. Cuyos titulares son: “No habrá segunda vuelta” “Handal con la prensa extranjera” y “Dirección del FMLN denuncia comunicado fantasma”. Ambos partidos no tienen portada.



**Cuadro No.3**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>		<b>PRENSA</b>
<b>5 NOTAS EN TOTAL</b>		
<b>MUESTRA 3</b>		
<b>CONSTRUCCION DE LA NOTA</b>		
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA</b> <b>14 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN</b> <b>NACIONALES</b>
<b>PARTIDO POLITICO</b>	<b>CONTRASTE DE FUENTES</b>	<b>TECNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA</b>
<b>FMLN</b>	_____	Analogía, Omisión
<b>ARENA</b>	_____	Analogía

**Nota 1.**

**Titular: “HOMBRE DE CONFIANZA DE BUSH VETA AL FMLN”**

Texto extractado:

**“En ese sentido advirtió “Todos los salvadoreños deben reflexionar y pensar bajo que bandera y ideología pudiera el país prosperar o pudiera dar un paso a tras y no darle la rienda del poder a una persona con una visión autocrática”. (Pág. 17.) (Anexo No.1).**

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada no se observo contraste de fuentes. Esta información trata sobre la posición del gobierno estadounidenses sobre el posible gane del partido FMLN y sus repercusiones con las relaciones económicas y políticas con dicho país.

Como **técnica desinformativa** se encontró “La analogía”.Ejemplos: **“[...] los salvadoreños deben reflexionar y pensar bajo que bandera y ideología pudiera el país prosperar”. (Pág. 17.) (Anexo No.1).**

Es más, tal como se puede observar en el anexo No.1 (páginas: 14, 15, y 16 de fecha 14 de marzo de 2004), las demás notas referidas al FMLN no se encontraron contrastes de fuentes y sus técnicas desinformativas son la analogía y la omisión. Y las tres notas tienen los siguientes titulares:”FMLN cierra campaña en su bastión electoral”, “El centro capitalino fue todo rojo” y “Handal confiado en llegar a Presidente”.

Sin embargo, en la página 17 del mismo anexo encontramos dos notas para el partido ARENA, Con los siguientes titulares: “Hombre de confianza de Bush veta al FMLN” y “Saca se reúne con niños y jóvenes”.En dichas notas no se encontró contrastes de fuentes y su técnica desinformativa es la analogía.

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
3 NOTAS EN TOTAL		
MUESTRA 3 CONSTRUCCION DE LA NOTA		
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÌA 15 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
PARTIDO POLITICO	CONTRASTE DE FUENTES	TECNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA
FMLN	_____	_____
ARENA	_____	Términos peyorativos, la omisión y analogía

**Nota 2.**

**Titular: “SACA PIDE VICTORIA A LA PRIMERA”**

Texto extractado:

**“Pero condiciono el dialogo: dice que no sacrificará los principios de paz, progreso y libertad por lo que tanto ha luchado ARENA”.** (Pág. 13.) (Anexo No.2).

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada no se observo contraste de fuentes, ya que el reportero se limita a narrar los hechos que acontecieron en el acto de ARENA.

Como **técnica desinformativa** se encontró: “Vocablos como elementos de persuasión”, ejemplo de ello es: “[...] **paz, progreso y libertad por lo que tanto ha luchado ARENA**”. (Pág. 13.) (Anexo No.2).

Sin embargo, en la páginas 12, 13 y 14 del anexo No. 2 de la fecha 15 de marzo del 2004 encontramos tres notas para el partido ARENA, Con los siguientes titulares: “Cierre de campaña arenera” “El turno del tricolor” y “Saca pide victoria a la primera” En dichas notas no se encontró contrastes de fuentes y sus técnicas desinformativas son: la analogía, términos peyorativos y la omisión. No se encontraron notas referidas al FMLN.

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
3 NOTAS EN TOTAL		
MUESTRA 3		
CONSTRUCCION DE LA NOTA		
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÍA 16 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
PARTIDO POLITICO	CONTRASTE DE FUENTES	TECNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA
FMLN	_____	La analogía
ARENA	1	La omisión y términos peyorativos.

**Nota 1.**

**Titular: “FMLN CIERRE DE CAMPAÑA EN ZONA OCCIDENTAL”**

Texto extractado:

**“Dicen que los lunes ni las gallinas ponen; sin embargo, los efemelinistas santanecos echaron por la borda el paradigma al abarrotar el parque central durante el mitin de cierre de campaña que este partido de izquierda realizó anoche en la ciudad morena”.**  
(Pág.7) (Anexo No.3)

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada no se observo contraste de fuentes, ya que la información trata del cierre de campaña del occidente del país del partido FMLN

Como técnica desinformativa se encontró: “La analogía y términos peyorativos. Ejemplo de ello: “Dicen que los lunes ni las gallinas ponen [...] este partido de izquierda realizó anoche en la ciudad morena”.

(Pág.7) (Anexo No.3)

Sin embargo, en la páginas 10 y 11 del anexo No.3 de la fecha 16 de marzo del 2004 encontramos dos notas para el partido ARENA, Con los siguientes titulares: “Votos que viajan en lancha” y “Tony, el popular; Handal, el maestro” En dichas notas no se encontró contrastes de fuentes y sus técnicas desinformativas son: términos peyorativos y la omisión.

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
<b>1 NOTAS EN TOTAL</b>		
<b>MUESTRA 3</b>		
<b>CONSTRUCCION DE LA NOTA</b>		
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 17 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN NACIONALES</b>
<b>PARTIDO POLITICO</b>	<b>CONTRASTE DE FUENTES COMBINADA</b>	<b>TECNICAS DESINFORMATIVAS COMBINADA</b>
FMLN	1	La omisión.
ARENA		

**Nota 1.**

**Titular: “ADIOS A LA PROPAGANDA ELECTORAL”**

Texto extractado:

“Cinco analistas consultados por La Prensa Gráfica todos concuerdan en que los partidos políticos con sus campañas desplegadas han polarizado a la sociedad abusado de la pinta y pega y hasta han difundido temor, por lo que consideran esta contienda electoral como una de las más difíciles que a vivido El Salvador [...] Es impresionante la cantidad de dinero que han gastado, no puedo decir exactamente cuanto, pero se ve con todas las cosas que han sacado.”(Pág.6) (Anexo No.4)

Analisis:

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 6 del anexo No.4 de la fecha 17 de marzo del 2004 se observo contraste de fuentes, ya que la nota aborda a cinco personalidades del ámbito social y político, estos hacen un análisis la propaganda electoral y sus repercusiones en la población.

En cuanto a las **técnicas desinformativas** se encontró: la omisión datos. Ejemplo: **Es impresionante la cantidad de dinero que han gastado, no puedo decir exactamente cuanto, pero se ve con todas las cosas que han sacado.”** (Pág.6) (Anexo No.4)

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
<b>2 NOTAS EN TOTAL</b>		
<b>MUESTRA 3</b>		
<b>CONSTRUCCION DE LA NOTA</b>		
<b>PERIODICO LA PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 18 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN NACIONALES</b>
<b>PARTIDO POLITICO</b>	<b>CONTRASTE DE FUENTES</b>	<b>TECNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA</b>
FMLN	_____	_____
ARENA	_____	Términos peyorativos y Vocablos como elementos de persuasión.

**Nota 1.**

**Titular: “LA CLAUSURA TRICOLOR”.**

Texto extractado:

**“En el portón de la casa de la Familia rivera Martínez, una bandera del FMLN desentonaba con la decoración arenera. La caravana tricolor canto frente a ellos el himno de ARENA.**

**Los simpatizantes del Frente optaron por bajar los pulgares de sus manos en señal de desacuerdo al momento de “El Salvador será la tumba donde los rojos terminaran”. (Pág.6) (Anexo No.5)**

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 6 del anexo 5 de la fecha 18 de marzo del 2004 no se observó contraste de fuentes, ya que es una nota del cierre de campaña del partido ARENA.

En cuanto a las **técnicas desinformativas** se encontró: “Vocablos como elementos de persuasión”. Ejemplo: **“una bandera del FMLN desentonaba con la decoración arenera [...] en señal de desacuerdo al momento de “El Salvador será la tumba donde los rojos terminarían”. (Pág.6) (Anexo No.5)**

Sin embargo, en las páginas 7 del anexo No.5 de la fecha 18 de marzo del 2004 encontramos una nota para el partido FMLN, con el siguiente titular: “FMLN cierra campaña”. En dicha nota no se encontraron contrastes de fuentes ni técnicas desinformativas.

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA		
7 NOTAS EN TOTAL				
MUESTRA 3				
CONSTRUCCION DE LA NOTA				
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA		DÍA 19 DE MARZO 2004		SECCIÓN NACIONALES
PARTIDO POLITICO	CONTRASTE DE FUENTES	TÉCNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA	CONTRASTE DE FUENTES COMBINADAS	TÉCNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA
FMLN	1	La analogía y la omisión	2	La analogía
ARENA	1	La omisión		

## Nota 1.

**Titular: “UN MUERTO DURANTE CIERRE DE CAMPAÑA”.**

Texto extractado:

**“Según Concepción Romero, los activistas ya habían terminado de pintar los postes del sector y se disponían a regresar a la ciudad. Sin embargo, Gustavo Cárcamo, Coordinador del FMLN en Santiago Nohualco, negó que valladares sea miembro activo del partido”.**  
**(Pág.16) (Anexo No.6)**

### **Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 16 del anexo No.6 de la fecha 19 de marzo del 2004 se observó contraste de fuentes, Esta información trata sobre la denuncia que presentó el partido ARENA ante la Fiscalía y la Junta Electoral por la muerte de un activista.

En cuanto a las **técnicas desinformativas** encontramos “La omisión”: Por ejemplo. **“Alta Gracia Valencia, activista de ARENA aseguro que el homicida actuó con dolo, pues al salir de la gasolinera apago la luz y ante de arrollar a los correligionarios golpeo el carro sonoro que usaban para la campaña”.**( Pág.16) (Anexo No.6)

Asimismo, se encuentran dos notas combinadas para ambos partidos en contienda. Estas informaciones tratan sobre la actividad de los simpatizantes de ARENA y el FMLN procedentes de los EE.UU. para dar su voto de confianza y la segunda nota combinada trata de las últimas horas del cierre de campaña, donde los velocistas en cargados de cada partido concluyeron las pintas y pegas de propaganda electoral. Es más, tal como se puede observar en el anexo No.6 (páginas: 6 y 7 de fecha 19 de marzo de 2004) Con titulares: “Velocistas de la propaganda” y “Votantes llegan desde el extranjero” en esta última se encontró contrastes de fuentes y también técnicas desinformativas como la analogía.

Sin embargo, en la páginas 18 y 16 del anexo No. 6 de la fecha 19 de marzo del 2004 encontramos dos notas para el partido ARENA, Con los siguientes titulares: “Estoy ansiosa por los resultados” y “un muerto en cierre de campaña”. En dichas notas no se encontró contrastes de fuentes y su técnica desinformativa es la omisión.

Es más, tal como se puede observar en el anexo No.6 (páginas: 11 y 20 de fecha 19 de marzo de 2004), encontramos tres notas referidas al FMLN. No se encontraron contrastes de fuentes y sus técnicas desinformativas son: la analogía y la omisión y sus titulares: “La ruptura del dique opositor” “Haremos una justicia tributaria” y “El Paisnal municipio indómito” en esta última fue la única con contrastes de fuentes.

**Cuadro No.3**

RECOLECCIÓN DE DATOS 6 NOTAS EN TOTAL		PRENSA
MUESTRA 3 CONSTRUCCION DE LA NOTA		
PERIODICO LA PRENSA GRAFICA	DÍA 20 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
PARTIDO POLITICO	CONTRASTE DE FUENTES	TECNICA DESINFORMATIVA UTILIZADA
FMLN	1	La analogía y términos peyorativos
ARENA	1	Vocablos como elemento de persuasión.

**Nota 1.**

**Titular: “ENTIERRAN A ACTIVISTA ARENERO”.**

Texto extractado:

“La PNC no ha encontrado el automotor ni el al propietario quienes suponen residen en el Cantón San José La Paz Abajo [...] Raúl Bonia pidió a las bases acompañaran a los actos fúnebres que el próximo domingo boten con mucha razón por la memoria de su amigo”. (Pág. 85) (Anexo No7)



### **Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 85 del anexo No.7 de la fecha 20 de marzo del 2004 se encontró contraste de fuentes, Esta nota informa del entierro y el homenaje postuló que se le realizó al activista Manuel de Jesús López en la sede de La Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) en Santiago Nonualco, quien perdió la vida en el cierre de campaña.

En cuanto a las **técnicas desinformativas** encontramos: “Vocablos como elemento de persuasión.”: ejemplo. **“pidió a las bases acompañaran a los actos fúnebres que el próximo domingo boten con mucha razón por la memoria de su amigo” (Pág. 85) (Anexo No.7)**

Sin embargo, en la páginas 4 ,14 y 85 del anexo No. 6 de la fecha 19 de marzo del 2004 encontramos dos notas para el partido ARENA, Con los siguientes titulares: “Aceptaré cualquier resultado” “Saca supervisa alimentos” y “Entierran a activista arenero” siento esta última información la única que contenía contrastes de fuentes y su técnicas desinformativas encontradas fueron la analogía y términos peyorativos.

Es más, tal como se puede observar en el anexo No.7 (páginas: 6 y 16 de fecha 20 de marzo de 2004), encontramos tres notas referidas al FMLN. No se encitraron contrastes de fuentes y sus técnicas desinformativas son: la analogía y la omisión y sus titulares: “No abra segunda vuelta”, “Handal con la prensa extranjera” y “Dirección del FMLN denuncia comunicado fantasma”.No se encontró contrastes de fuentes.

**Cuadro No.4**

RECOLECCIÓN DE DATOS 5 NOTAS EN TOTAL		PRENSA
MUESTRA 4 SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS		
PERIODICO PRENSA GRAFICA	DÍA 14 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS	EXPLÍCITOS
FMLN	_____	3
ARENA	_____	2

**Nota 1.**

**Título: “HANDAL CONFIADO EN LLEGAR A PRESIDENTE”.**

Texto extractado:

Mensaje explícito: **“A pesar que las encuestas pronostican una victoria de ARENA, los efemelenistas estàn seguros de ganar las elecciones en primera vuelta.” (Pág.15) (Anexo No.1)**

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 15 del anexo No.1 de la fecha 14 de marzo del 2004 se encontró mensaje explícito con el titular implícito, lo que estamos afirmando con el siguiente titular **“Handal confiado en llegar a Presidente”, esta información trata de la actividad del cierre de campaña del FMLN.**

En la entrada de dicha nota, se observa con claridad el favoritismo hacia el partido oficial, Esta nota muestra también, lo que estamos afirmando **“las encuestas pronostican una victoria de ARENA, los efemelenistas están seguros de ganar”.** (Pág.15) (Anexo No.1)

Sin embargo, en la páginas 17 del anexo No. 1 de la fecha 14 de marzo del 2004 encontramos dos notas para el partido ARENA, Con los siguientes titulares: “Hombre de confianza de Bush veta a FMLN” esta nota contiene mensaje explícito y su titular es implícito porque a nuestro juicio mantiene doble mensaje al decir que los estados unidos no aceptaría el gane del FMLN y la nota informativa “Saca se reúne con niños y jóvenes” contiene mensaje explícito ya que es entendible en su redacción.

Es más, tal como se puede observar en el anexo No.1 (páginas: 14 y 16 de fecha 14 de marzo de 2004), encontramos dos notas más referidas al FMLN. Con los siguientes titulares: “FMLN cierra campaña en su bastión electoral” y “Centro capitalino fue todo rojo” estas notas contienen mensajes explícitos, ya es entendible en su redacción y trata del cierre de campaña del FMLN realizada en el centro de la ciudad.

**Cuadro No.4**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
3 NOTAS EN TOTAL		
MUESTRA 4		
SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS		
PERIODICO PRENSA GRAFICA	DÍA 15 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS	EXPLÍCITOS
FMLN	_____	_____
ARENA	_____	3

**Nota 1.**

**Titular: “CIERRE DE CAMPAÑA ARENERA”.**

Texto extractado:

**Mensaje explícito:**“El partido tricolor concentro a miles de simpatizantes ayer en el estadio “Mágico Gózales “; El candidato Presidencial Antonio Saca prometió un triunfo en la primera vuelta “  
(Pág.12) (Anexo No.2)

### **Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 12 del anexo No.2 de la fecha 15 de marzo del 2004 se encontró mensaje explícito con el titular igual, lo que estamos afirmando con el siguiente titular “Cierre de campaña arenera”, esta información trata los acontecimientos suscitados en el cierre de campaña de ARENA.

A si mismo, en la páginas 13 y 14 del anexo No. 2 de la fecha 15 de marzo del 2004 encontramos dos notas más para el partido ARENA. Con los titulares: “El turno de los tricolor” y “Saca pide victoria a la primera” estas notas contienen mensajes explícitos porque a nuestro juicio son entendibles en su redacción.

**Cuadro No.4**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>		<b>PRENSA</b>
<b>3 NOTAS EN TOTAL</b>		
<b>MUESTRA 4</b>		
<b>SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS</b>		
<b>PERIODICO PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 16 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN NACIONALES</b>
<b>MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS</b>	<b>IMPLÍCITOS</b>	<b>EXPLÍCITOS</b>
<b>FMLN</b>	_____	1
<b>ARENA</b>	_____	2

### **Nota 1.**

**Titular: “TONY EL POPULAR; HANDAL, EI “MAISTRO”.**

Texto extractado:

Mensaje explícito: “Y la radio grita a diario en el Zacatillo “el arenero Tony saca genera gran expectativa, mientras el efemelinista Schafik Handal, cierto temor”.

(Pág.11) (Anexo No.3)

### **Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 11 del anexo No.3 de la fecha 16 de marzo del 2004 se encontró mensaje explícito con el titular implícito, lo que estamos afirmando con el siguiente ejemplo “Tony el popular;Handal ,el “maistro”. Esta nota trata del favoritismo de que tienen los pobladores de la isla del Zacatillo por el Candidato a la Presidencia por ARENA.

Además, en la página 10 del anexo No.3 de la fecha 16 de marzo del 2004 encontramos otra nota para el partido ARENA, Con el siguiente titular: “Votos que viajan en lancha”esta nota contiene mensaje explícito porque a nuestro juicio es entendible su redacción. Ya que informa sobre los esfuerzos y peligros que afrontan los isleños del Zacatillo para su movilización a la hora de emitir el sufragio.

Es más, tal como se puede observar en el anexo No.3 (páginas: 7 de fecha 16 de marzo de 2004), encontramos una nota referida al FMLN. Con el siguiente titular: “FMLN cierra campaña en zona occidental”esta nota contiene mensaje explícito, ya es entendible en su redacción y trata del cierre de campaña del FMLN realizada en el occidente del país.

**Cuadro No.4**

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS</b>		<b>PRENSA</b>
<b>1 NOTAS EN TOTAL</b>		
<b>MUESTRA 4</b>		
<b>SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS</b>		
<b>PERIODICO PRENSA GRAFICA</b>	<b>DÍA 17 DE MARZO 2004</b>	<b>SECCIÓN NACIONALES</b>
<b>MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS</b>	<b>IMPLÍCITOS</b>	<b>EXPLÍCITOS COMBINADA</b>
<b>FMLN</b>	_____	<b>1</b>
<b>ARENA</b>	_____	

### Nota 1.

**Titular: “ADIOS A LA PROPAGANDA ELECTORAL”.**

Texto extractado

Mensaje es explícito: **“Es lo que piensan cinco analistas consultados por la Prensa Gráfica. Todos concuerdan en que los partidos políticos, con sus campañas desplegadas, han polarizado a la sociedad, abusando de la pinta y pega, y hasta han difundido temor, por lo que consideran esta contienda electoral como una de las más difíciles que ha vivido El Salvador desde los Acuerdos de Paz”.**  
(Pág.6) (Anexo No.4)

**Análisis:**

El día 17 de marzo se encontró en La Prensa Gráfica una nota informativa combinada para ambos partidos en contienda, Es más, tal como se puede observar en el anexo No. 4 (páginas: 6 de fecha 17 de marzo de 2004) dicha nota revela el pensamiento de cinco analistas políticos entrevistados sobre la campaña electoral, la cual describen a su juicio como una campaña violenta enfocada más que orientar a el electorado lo atemoriza con aseveraciones no confirmadas. Esto lo afirmamos con el siguiente titular: “Adiós a la Propaganda electoral”. Ya que es entendible en su redacción.

**Cuadro No.4**

RECOLECCIÓN DE DATOS		PRENSA
2 NOTAS EN TOTAL		
MUESTRA 4		
SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS		
PERIODICO PRENSA GRAFICA	DÍA 18 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS	EXPLÍCITOS
FMLN	_____	1
ARENA	_____	1

### Nota 1.

#### Titular: “FMLN CIERRA CAMPAÑA”.

Texto extractado

Mensaje explícito: “**Poco a poco la Plaza principal de Usulután se tiño de rojo, mientras esperaban el arribó de la formula Presidencial, grupos musicales entretuvieron a la concurrencia**”.

(Pág.7) (Anexo No.5)

Análisis:

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 7 del anexo No.5 de la fecha 18 de marzo del 2004 se encontró mensaje explícito, lo que estamos afirmando con el siguiente titular “FMLN cierra campaña”. Esta nota informa sobre el cierre de campaña del partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional la cual se realizó en el Parque Raúl F. Murguía de Usulután.

Sin embargo, en la página 6 del anexo No.5 de la fecha 18 de marzo del 2004 encontramos una nota para el partido ARENA, Con el siguiente titular: “Clausura tricolor” esta nota contiene mensaje explícito porque a nuestro juicio es entendible su redacción. Ya que informa sobre la finalización de la campaña proselitista de Alianza Republicana Nacionalista, realizada en la Colonia San mateo de la capital.

#### Cuadro No.4

RECOLECCIÓN DE DATOS			PRENSA	
7 NOTAS EN TOTAL				
MUESTRA 4				
SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS				
PERIODICO PRENSA GRAFICA		DÍA 19 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES	
MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS	EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS NOTA COMBINADA	EXPLÍCITOS NOTA COMBINADA
FMLN	_____	3	_____	2
ARENA	_____	2	_____	

## Nota 1

### Titular: “EL PAISNAL: MUNICIPIO INDÓMITO”.

Texto extractado

**Mensaje explícito:** “Si las Elecciones Presidenciales dependieran de la voluntad de los habitantes de El Paisnal, Alfredo Cristiani, Armando Calderón Sol y Francisco Flores nunca hubieran sido presidentes”.

**(Pág.11) (Anexo No.6)**

Análisis:

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 11 del anexo No.6 de la fecha 19 de marzo del 2004 se encontró mensaje explícito Esta nota trata sobre la preferencia electoral de los pobladores en El Paisnal, ya fue el único de San Salvador que no le dio la espalda al FMLN en cuanto a su votación desde el año de 1999.

Con titular implícito, lo que afirmamos con el siguiente ejemplo: “El Paisnal; municipio indómito”, ya que consideramos que el titular referido esta escrito de una manera muy técnica, por lo que genera confusión al momento de leer la nota. Así mismo se encontraron dos notas más referidas al mismo instituto político las cuales contienen mensaje explícito, siendo sus titulares: La ruptura del dique opositor y Aremos una justicia tributaria, situadas en las páginas 11 y 16 del anexo No.6.

Por otra parte en el mismo anexo solo que en las paginas 16 y 18 encontramos dos notas referidas para ARENA, con los siguientes titulares: “Un muerto durante cierre de campaña” y “Estoy ansiosa por los resultados” las cuales contienen mensaje explícito, ya que su redacción es clara.

Asimismo, se encontraron dos notas combinadas para ambos partidos en contienda. Estas informaciones tratan sobre la actividad de los simpatizantes de ARENA y el FMLN procedentes de los EE.UU.

Para dar su voto de confianza y la segunda nota combinada trata de las últimas horas del cierre de campaña, donde las personas encargados de cada partido concluyeron las pintas y pegadas de propaganda electoral. Es más, tal como se puede observar en el anexo No.6 (páginas: 6 y 7 de fecha 19 de marzo de 2004) Con titulares: “Velocistas de la propaganda” y “Votantes llegan desde el extranjero” siendo el mensaje de las notas explícito.



**Cuadro No.4**

RECOLECCIÓN DE DATOS 6 NOTAS EN TOTAL		PRENSA
MUESTRA 4		
SOBRE MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS		
PERIODICO PRENSA GRÁFICA	DÍA 20 DE MARZO 2004	SECCIÓN NACIONALES
MENSAJES IMPLÍCITOS Y EXPLÍCITOS	IMPLÍCITOS	EXPLÍCITOS
FMLN	_____	3
ARENA	_____	3

**Nota 1.**

**Titular: “HANDAL CON LA PRENSA EXTRANJERA”.**

Texto extractado

Mensaje explícito: **“El candidato del FMLN ofreció una conferencia de prensa masiva que duró alrededor de una hora**

**Handal se mostró molesto cuando le preguntaron una vez más si reestablecería su relación con Cuba en caso de ser Presidente.**

**Y si había invitado al Vasco Kolfo Gorostiaga de la organización terrorista ETA...“Yo no sé si es o no cercano a ETA...vino por cuenta propia...no lo ha invitando nadie, advirtió...”.**

**(Pág.16) (Anexo No.7).**

**Análisis:**

El extracto anterior y el resto de la noticia, tal como fue redactada en la página 16 del anexo No.7 de fecha 20 de marzo del 2004 se encontró mensaje explícito. La nota informa sobre la conferencia de prensa ofrecida por el aspirante del FMLN para la Presidencia Schafik Hándal, en la cual asistieron cerca de 30 periodistas nacionales y extranjeros. El titular de la nota es también explícito ejemplo de ello es: “Handal con la prensa Extranjera”.

Sin embargo, en la páginas 4 ,14 y 85 del anexo No. 7 de la fecha 20 de marzo del 2004 encontramos tres notas para el partido ARENA ,Con los siguientes titulares: “Aceptaré cualquier resultado” “Saca supervisa alimentos” y “Entierran a activista arenero” siendo explícito el mensaje de la información ya que son claras .

Es más, tal como se puede observar en el anexo No.7 (páginas: 6 y 16 de fecha 20 de marzo de 2004), encontramos dos notas referidas al FMLN. Sus titulares: “No abra segunda vuelta” y “Dirección del FMLN denuncia comunicado fantasma”.El contenido de las notas es explícito.

# CAPÍTULO VI

## Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

A nuestro juicio, consideramos oportuno hacer las siguientes conclusiones:

- Los objetivos planteados se cumplieron totalmente, al demostrar lo que nos parecía evidente. Indudablemente La prensa Gráfica manejo la información de carácter político electoral como un instrumento para influir ideológicamente como parte de su línea editorial y de esa manera favorecer a los grupos hegemónicos de la derecha salvadoreña representada en primer lugar, por el partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA).

Indudablemente, la información fue manipulada y utilizada como instrumento que correspondiera a los intereses señalados anteriormente. Se tuvo la intencionalidad específica de desinformar, para afectar la imagen del candidato de izquierda Shafick Hándal opositor mayor al sistema político dominante. Para ello, se recurrió a los mecanismos desinformativos tales como: La analogía, la omisión de datos, términos peyorativos y la mentira, en forma sistemática y de manera evidente en algunos casos, o de manera persuasiva en otros, pero siempre en el marco de la manipulación de la información.

- El problema más grave fue la omisión de datos de la información que apareció como objetiva y que se reflejó en la decisión del votante, debido a que presumimos que el periódico La Prensa Gráfica incidió en la decisión de sus lectores. Es probable que la desinformación y la manipulación de notas informativas hayan logrado desprestigiar al candidato del FMLN, para favorecer al entonces candidato de derecha, Antonio Elías Saca, del Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA).

- En la investigación se observó también que la mayoría de los textos informativos de carácter político, algunos de los periodistas hicieron uso de la propaganda negra, convirtiéndose esto en un arma a favor de la manipulación tendenciosa del texto, por el hecho de convertirse en información sesgada.
- Los mecanismos desinformativos utilizados (La analogía, la omisión de datos, términos peyorativos y la mentira) tenían como finalidad, presentar una versión unilateral de la noticia. De esa manera, la construcción social de la realidad, se enfocó para favorecer a los sectores políticamente poderosos (a través de los partidos políticos), en detrimento de la oposición, representada por el FMLN.
- La información publicada por La Prensa Gráfica pretendió, desde luego, formar una percepción negativa sobre el FMLN infundando el miedo a través de la propaganda negra, convenciendo a las masas que poco a poco iba ganando el candidato del partido ARENA Antonio Saca y a la vez que mantenía un respaldo de todo el pueblo salvadoreño.
- La Prensa Gráfica, a priori, desvirtuó su función social, pero a nuestro juicio existió dicha probabilidad y es por ello que con este trabajo determinamos que esto fue así. Ya que presentaba una versión unilateral hacia el partido ARENA.

Por lo mismo, identificamos y describimos las raíces del problema, los cuales nos llevo a detectar la forma intencional del periodista al redactar la noticia, estos cometieron imprecisiones al construir la noticia, no definiendo enfoques noticiosos, con vacíos informativos no argumentativos, volviéndose interesantes cuando no lo son, redundantes. Pocas veces se destacaron situaciones o elementos del hecho relevante y al final resultaron contenidos superfluos, perdiendo objetividad las declaraciones de las fuentes en su mayoría.

Sin embargo, a la luz de los resultados obtenidos durante las Elecciones Presidenciales, probablemente la influencia alcanzada por el FMLN no fue la pretendida, máxime cuando son los sectores medios los que más leen dicho periódico.

En todo caso, lo que hemos pretendido demostrar con este trabajo no es el nivel de influencia alcanzado, si no el uso de las técnicas desinformativas utilizadas por el rotativo objeto de nuestro análisis, que independientemente de si lo utilizaron o no, lo cierto es que forma parte de una estrategia de apoyo al sector hegemónico político del país.

## 5.1 Recomendaciones

En las conclusiones hemos afirmado que nuestros objetivos se demostraron, en el sentido de que no hay duda que La Prensa Gráfica, hace uso de técnicas desinformativas para favorecer al sector hegemónico (ARENA) en las Elecciones Presidenciales del 2004.

Si lo anterior es así, no basta con señalar el deber ser del periodismo ni de sus los cánones (objetividad, imparcialidad, interés, entre otros), como si los intereses ideológicos y políticos no existiesen; y como si los medios de comunicación no formaran parte de ese engranaje.

Es válido, como recomendación general, solicitar de los empresarios respetar el derecho del lector a estar objetivamente informado y no mutilar las informaciones, ni seguir líneas ideológicas partidistas. Es valido solicitar de los periodistas la imparcialidad y el contraste de opiniones en las notas de carácter electoral que elaboran.

Sin embargo, tal como lo hemos constatado en esta investigación, lo que la misma constitución manda y lo que la ética periodística generalmente recomienda, no se respetan por las impresiones y técnicas desinformativas cometidas por el comunicador, los cuales fueron señalados oportunamente en las conclusiones de la investigación.

Ante tal situación, consideramos oportuno hacer las siguientes recomendaciones:

- A las empresas comunicativas y sus editores, están obligados a respetar la libertad de prensa, lo cual implica el derecho a dar y recibir información objetiva y que toda persona puede expresar y difundir libremente su pensamiento y que el ejercicio de este derecho no esta

sujeto a previo examen, censura ni caución, tal como dice el artículo 6 de la Constitución de El Salvador.

- A los periodistas y a los gremios de comunicadores, se les recomienda que se encarguen de velar por la libertad de expresión, tal como señálame artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, el cual dice: “Toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causas se sus opiniones”.
- A los alumnos, esta investigación pretende brindar un aporte que sirva para conocer como los medios de comunicación escritos se convierten en instrumentos ideológicos al servicio de los intereses políticos. Por lo cual, se espera que los aportes sean tomados como referentes en las diversas áreas en que se ejercen la profesión periodística, y así poder formar una conciencia de lo que significa el “deber ser” del periodismo, en el sentido de que esta profesión está comprometida con la sociedad para informarles objetivamente, cuando el medio desinforma ya sea por diversas causas ya mencionadas con anterioridad, incumple su cometido, viola su obligación moral y su deber ser hacia la sociedad.

# CAPÍTULO VI

## Fuentes Consultadas

### Bibliográficas

Amat Noguera Nuria (1978): **“Técnicas y Métodos de las Fuentes de Información”**. Editorial Bibliograf, Barcelona, España

Avalos, Mónica, (1997): **Glosario de Términos Afines a la Opinión Pública**. Universidad del El Salvador (UES). San Salvador, El Salvado. Inédito.

Benedetti, Mario, (1987): **“Subdesarrollo y Letras de Osadía”**. Alianza Editorial Madrid, España.

Beltrán, Luis R. (1999): **“Anatomía de La Publicidad en México”**. Editorial Nuestro Tiempo. México

Chacón, Ricardo y otros (1990): **“Los Riesgos de Informar. El fuego Cruzado Alcanza al Periodismo en El Salvador”**. Revista Pulso, enero / marzo, San Salvador.

Chacón Gutiérrez Inmaculada, (1992): **“Lenguajes Documentales en Comunicación: Métodos de Análisis y Experimentación”**. Madrid: Universidad Complutense, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento Periodismo III.

Elie Abel (1987-1980): **“El Gobierno y las Conexiones”** Priorite Press Publication. New York, USA.

Federación Internacional de Periodistas, FIP, (1989): Informe Especial: **“Periodismo en el Rincón de los Muertos (Estudio de las Matanzas de Periodistas en Perú y El Salvador)”**. Bélgica.

Grande, Julio Cesar. (2003): **“Diccionario Moderno de la Cultura, Comunicación e Información”**. Impreso en Editorial e Imprenta Universitaria. Publicación de la Asociación de Estudiantes de Periodismo (AEP) Universidad de El Salvador. San salvador, El Salvador.

Gómez Mompart, Josep Lluís, (2001): **“Periodismo de Calidad para una Sociedad Global”**. En: Pasajes, Universidad de Valencia. España.

Grijalbo, Mondadori, (1995): **“Los Guardianes de la libertad. Propaganda, Desinformación y Consenso en Los Medios de Comunicación de Masas”**. Barcelona, España.

Grijelmo, Alex, (1997): **“El Estilo del Periodista”**, Editoriales Taurus, Madrid.España.

Galdon López, Gabriel (1986): **“El Servicio de Documentación de Prensa: Funciones y Métodos”**. Editorial Mitre .Barcelona, España.

Instituto de Cooperación Iberoamericana, (1989): Informe Sandford. **“Pobreza, Conflicto y Esperanza: un Momento Crítico para Centroamérica”**. Editorial Tecnos, Madrid, España.

Krippendorff, Klaus, (1997): **“Metodología de Análisis de Contenido: Teoría y Práctica”**. 28 p. Ed 1º. Paidós Ibérica Editorial. Barcelona, España.

Lambeth, E.B. (1992): **“Un Código de Ética para la Profesión”**.Limusa Noriega Editores. México.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos, (1986):**“Manual de Periodismo”**.Grijaldo Editorial. México.

López Hernández, M. Ángeles, (1999): **La selección de Documentos En: Introducción a la Documentación Informativa y Periodística**. Editor Antonio García Gutiérrez.: MAD Editorial. Sevilla, España.

López Pan, F, (1995): Columnistas de La Prensa Española Eunsa Pamplona .España.

López Hidalgo, Antonio, (2002):**“Géneros periodísticos complementarios. Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones”**. Sevilla, España.

L'écuyer, René (1987) « *L'analyse de contenu: notions et etapes* ». En: **Les méthodes de recherche qualitatives**. Jean-Pierre Deslauriers (Editor). Sillery. Presses de l'Université du Québec. Francia.

Martin Vivaldi, Gonzalo, (1987):**“Géneros Periodísticos: Reportaje, Crónica, Artículo (Análisis Diferencial)”**.Ed.4º. Editorial Paraninfo. Madrid, España.

Martínez de Souza, José, (1981): **“Diccionario General de Periodismo”**, 1ª Edición, Paraninfo Editorial. Madrid, España.

Martinez Albertos, José Luis (1974): **“Redacción Periodística: los Estilos y los Géneros en la Prensa Escrita”**. (Libros de Comunicación Social). Barcelona, España.



Meyer, P.H, (1993): **“Periodismo de Precisión”**. Bosch Editorial. Barcelona, España.

Molinear, María, (1981): **“Diccionario de Uso del Español”**. Vol. 2. Cremos Editorial., Madrid, España.

Mucchielli Alex, (2001) **“Diccionario de Métodos Cualitativos en Ciencias Humanas Y Sociales”**. .Editorial Síntesis. Vallehermoso. Madrid. España

Perceval, José Maria, (1995): **“Nacionalismos, Xenofobia y Racismo en la Comunicación, una Perspectiva Histórica”**. Paidós Editorial. Barcelona, España.

Sandoval, Carlos García y Al-Ghassani, Anuar, (1990): **“/Inventario de los Medios de Comunicación en Costa Rica”**. Escuela de Ciencias de la Comunicación. San José.

Secanella, Petra M. (1996): **“Periodismo de Investigación”**. Tecnos Editorial. Madrid, España.

Solórzano, Carmen y Avalos, Mónica (1997:3) citando Martínez de Souza, José (1981): **“Diccionario Periodístico”**. 1ª Edición, Paraninfo Editorial. Madrid, España.

Ramos, Fernando, (1996):**“La ética de los Periodistas. La elaboración del Código Deontológico, Influencias y Desarrollo Histórico”**. Excma. Diputación de Pontevedra. España.

Rodríguez, Francisco, (1991):**“Prensa y Lenguaje Político Fundamentos”**.Estudios sobre Documentación de las Ciencias de la Información. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad.España.

Reinoso, Susana (2002): **“Desciende la Imagen de los Medios en la Opinión Pública”**. En: Diario La Nación, Buenos Aires, Argentina .18 de septiembre.

Taufic, Camilo,(1986): “Periodismo y Lucha de las Clases”. Akad Bolsillo Editorial. Madrid, España.

Vázquez, J.M. (1990): **“Manipulación e Información Instituto de Sociología Aplicada”**. Alianza Editorial. Madrid, España.

Van Dijk, Teun A, (1990):**“La Noticia como Discurso: Comprensión, Estructura y Producción de la Información”**. Paidós Editorial. Barcelona, España.

Van Dijk, Teun A. (2001): **“Análisis del Discurso”**.Catedra (folleto).Universidad de Ámsterdam, Holanda.

## Recursos Electrónicos

Recurso Electrónico 1. [www.lanoticiamitchellCharnley.com](http://www.lanoticiamitchellCharnley.com)

Recurso Electrónico 2. [www.eubca.edu.uy/diccionario/letra\\_j.htm](http://www.eubca.edu.uy/diccionario/letra_j.htm)

Recurso Electrónico 3. <http://www.saladeprensa.org>

Recurso Electrónico 4.

[http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/M/MorelJennifer\\_BillClinton.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/M/MorelJennifer_BillClinton.htm)

Recurso Electrónico 5. <http://www.monografias.com>

Recurso Electrónico 6. [grupodeinvestigacion@embera.udea.edu.com](mailto:grupodeinvestigacion@embera.udea.edu.com)

Recurso Electrónico 7. <http://www.saladeprensa.org>

Recurso Electrónico 8. <http://mundoculturalhispano.hondurasbiz.com>

Recurso Electrónico 9. <http://www.rebellion.org>

Recurso Electrónico

10 [http://www.periodismousach.cl/IMAGES/ideologia\\_herrero.doc](http://www.periodismousach.cl/IMAGES/ideologia_herrero.doc)

Recurso Electrónico 11. <http://www.saladeprensa.org>

Recurso Electrónico 12. <http://www.saladeprensa.org>

Recurso Electrónico 13. <http://www.saladeprensa.org>

## Hemerográficas

### Periódico:

La Prensa Gráfica entre el 14 y 20 de Marzo del 2004.

La Tribuna Hispana, Columnista José Luis Alfaro. 5 de Enero 2005.

### Entrevista:

“Entrevista Al Día”, Canal Doce, Entrevista Dagoberto Gutiérrez. Marzo del 2004.

## **Revistas:**

Revista Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). **Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Marzo/Abril 1982.**

Revista Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). **Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Marzo/Abril 1985.**

Revista Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). **Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Marzo/Abril 1989.**

Revista Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). **Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Marzo/Abril 1991.**

Revista Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). **Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Febrero/Marzo 1994.**

Revista Estudios Centroamericanos (ECA), publicada por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). **Los Medios de Comunicación en la Campaña Electoral. Marzo/Abril 1999.**

## **Tesis:**

Blanco Contreras Norma Patricia y Merino Jovel karla Liliana, (1989):**“La Manipulación de las Noticias Nacionales de Carácter Político en los Periódicos de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, Durante el mes de Octubre de 1999”**. Tesis. Universidad de El Salvador (UES)

Calles Minero Camila, Espino Alicia Yurina y Orellana Gloria Silvia Quinteros, (1999):**“Trabajo de Investigación la Responsabilidad del Periodista en la Construcción de la Noticia”**. Tesis. Universidad de El Salvador (UES).

Gavidia Hernández Doris Yanira y Mendoza Martínez Daysi Yamilet, (1995): **“Análisis Cuantitativo de la Agenda Noticiosa de los Medios de Comunicación en El Salvador”**. Tesis. Universidad de El Salvador (UES).

Gallardo Sonia, Serrano Rina y Rivas Salvador, (1989):**“Tratamiento Informativo que Dieron los Periódicos: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, en la Coyuntura del Golpe de Estado de 1979 y la Gestión de la Primera Junta Revolucionaria de Gobierno”**. Tesis. Universidad de El Salvador (UES)

Guardado Fuentes, Delmi Celina (1999):“**La Formación del Periodista en el Tratamiento de la Información**”, Tesis. Universidad de El Salvador (UES).

Jiménez Mirna Gladis, Mejía Amilcar de Jesús y Pérez Carlos Antonio, (1999):“**El Tratamiento y Cobertura de las Noticias Electorales de las Elecciones Presidenciales entre el 2 de Enero y 31 de Marzo de 1999 en La Prensa Gráfica**”. Tesis. Universidad de El Salvador (UES).

Vásquez Ayala Carlos,(1991):“**Campaña Propagandística del Partido Demócrata Cristiano en las Elecciones Presidenciales Celebradas en la Coyuntura de Marzo de 1989 Difundidas a través de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy**”. Tesis. Universidad de El Salvador (UES).