Temas de Actualidad No. 14

Medios y campaña electoral 2012
Monitoreo de la prensa escrita

Investigadora principal
Alicia Elena Miranda Duke

Asistente de Investigación
Érika Mélida Alvarenga

FundaUngo

Medios y campaña electoral 2012

Monitoreo de la prensa escrita

Alicia Elena Miranda Duke
Investigadora principal

Érika Mélida Alvarenga
Asistente de investigación

TEMAS DE ACTUALIDAD No. 14

© Todos los derechos reservados.
Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo (FUNDAUNGO).
Correo electrónico: contacto@fundaungo.org.sv
www.fundaungo.org.sv

Equipo de investigación:

Alicia Elena Miranda Duke (Investigadora principal)

Érika Mélida Alvarenga (Asistente de investigación)

José Alberto Salguero Rivera (Edición y corrección de estilo)

ISBN: 978-99923-29-46-7

Este documento ha sido elaborado y publicado con la contribución financiera del Programa Regional de Consolidación del Apoyo a la Democracia y de los Derechos Humanos (Pro- Democracia).

Las opiniones expresadas en esta obra son de la exclusiva responsabilidad de la autora y no representan los puntos de vista de la Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo, ni de Pro-Democracia.

Primera edición, septiembre de 2012.

Impreso en talleres de GRAFIKA, Imprenta y diseño. 500 ejemplares.

San Salvador, El Salvador, Centroamérica.

Índice de contenido

Presentación 1

Introducción 2

1. Marco analítico 4

2. Aspectos metodológicos del estudio 6

3. Datos generales de la cobertura periodística 9

3.1. Extensión de las noticias y género utilizado 11

3.2. Producción de noticias 13

3.3. Las principales maderas electorales en los medios 15

4. Aspectos abordados en la cobertura periodística 18

4.1. Tipo de elección 18

4.2. Partido político más noticiable 18

4.3. Actividades de los partidos políticos y los candidatos 21

4.4. Cobertura de las encuestas 22

4.5. Plan o programas de gobierno 25

4.6. Fuentes de información 27

Consideraciones finales 28

Bibliografía 31

Anexos 33

Presentación

En los procesos electorales, los medios de comunicación juegan un papel fundamental, ya que es a través de ellos que el mensaje y las propuestas de los candidatos y partidos políticos llegan a la ciudadanía. En el caso de El Salvador, los medios escritos tradicionales han jugado históricamente un rol que no es ajeno a esa realidad. Transmiten, con distintos énfasis y acentos, los mensajes y actividades de los partidos políticos y sus candidatos. Pero, además, incluso pueden convertirse en productores de información cuando deciden realizar y divulgar sondeos o encuestas propias de opinión pública.

En este marco, nos pareció oportuno desarrollar un estudio que diera cuenta de la labor desarrollada por la prensa escrita (en este caso la Prensa Gráfica, el Diario de Hoy, el Diario el Mundo y el Diario Co Latino) en la cobertura de la pasada campaña electoral de marzo de 2012. Se trata de un estudio cuantitativo, sobre la base del registro y análisis de 1,935 notas periodísticas publicadas en el periodo comprendido entre el 11 de noviembre de 2011 y el 11 de marzo de 2012. El estudio sido elaborado por la Licda. Alicia Elena Miranda Duke, investigadora de FUNDAUNGO, quien contó con el apoyo de Érika Mélida Alvarenga, como asistente de investigación.

Los resultados de esta investigación se publican en el número 14 de nuestra colección Temas de Actualidad, como una contribución que busca aportar datos y elementos de análisis para conocer los énfasis que cada medio escrito dió al proceso electoral, a los candidatos y a las temáticas. Esta investigación busca dar continuidad a un estudio de monitoreo de la prensa escrita realizado para las elecciones de 2009.

Queremos agradecer al Programa Regional de Consolidación del Apoyo a la Democracia y de los Derechos Humanos (Pro-Democracia), por el apoyo financiero que hizo posible la realización de este estudio y su publicación.

Ricardo Córdova
Director Ejecutivo
San Salvador, septiembre de 2012

Introducción

Las elecciones del 11 de marzo para diputados y concejos municipales se realizaron en medio de un contexto de cambios en algunas reglas de la competencia. Entre 2009 y el 2011, el sistema electoral salvadoreño atravesó una serie de reformas y contrarreformas, precedidas por un conjunto de sentencias de inconstitucionalidad referidas a artículos del Código Electoral (61-2009). Entre otros cambios, se modificó el sistema de listas de candidatos y la exigencia de una afiliación partidista de los candidatos a diputados.

El ambiente político electoral, a nivel institucional, se caracterizó por la tensión entre la Asamblea Legislativa y la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia (CSJ). Si bien, las sentencias de la Sala obligaban a materializar los cambios, la Asamblea los aprobó únicamente de manera transitoria, cuatro meses antes de las elecciones.

En términos de acceso a la información, las reformas dan lugar a una dinámica preelectoral marcada no sólo por cambios en las reglas de la competencia, sino por la incertidumbre que generó la aplicación y la asimilación de éstos. El Tribunal Supremo Electoral (TSE) inició una campaña educativa sobre el nuevo diseño de las papeletas y la forma de emitir el voto de manera tardía, sólo cuatro semanas antes de las elecciones.

Bajo este panorama de reformas y enfrentamientos institucionales, los medios de comunicación realizaron una función mediadora al informar sobre las ofertas programáticas en competencia y, además, orientaron sobre las reformas y sus implicaciones en las elecciones 2012. Una mediación y orientación que tuvo énfasis particulares y de los cuales se desprende un tipo de cobertura en particular. Entonces cabe preguntarse, ¿cómo fue esta cobertura?, ¿cuáles fueron los énfasis temáticos?

Esta investigación forma parte de una línea de estudios del Programa de Gobernabilidad Democrática que aborda a los medios de comunicación como actores del sistema político salvadoreño, algo que podría tener explicación no solo en el establecimiento de agenda mediática, sino además en cómo se pudo haber entendido la competencia electoral 2012.

Un estudio similar fue elaborado en el marco de las elecciones 2009 (elecciones presidenciales, legislativas y para concejos municipales). Si bien se retoman algunas de las variables analizadas en la cobertura del 2009, esta vez se monitorea el número y el tipo de fuentes consultadas; además, se analiza la cobertura en relación a las reformas electorales aprobadas entre el 2010 y 2011.

1. Marco analítico

De acuerdo a Shoemaker (1991), más allá de la estricta transmisión de información, se sabe que en la construcción de la realidad política, en este caso respecto a las campañas electorales, intervienen una serie de factores que van desde características individuales de los periodistas, rutinas profesionales, orientación ideológica del medio, cuestiones organizacionales hasta elementos externos al medio. En estos términos, la mediación puede materializarse en una cobertura que prioriza cierta información sobre otra.

El concepto de *agenda setting* (tematización) propuesto por McCombs y Shaw (2004)[1] plantea precisamente que los medios pueden fijar, a través de su agenda, cuáles son los temas públicos. Esta noción fue retomado por Bernard Cohen (1993) y es plasmada en el estudio de D'adamo, Beaudoux y Freidenber (2007) donde, para referirse a este fenómeno, resumen que probablemente la prensa no tendrá mucho éxito en señalar a la gente qué pensar, pero sí lo tendría al momento de decir a sus lectores sobre qué pensar. En definitiva, un primer nivel sobre la *agenda setting* nos lleva a registrar los temas cubiertos y un segundo nivel, *framing (*encuadres periodísticos), que podría darnos referencias acerca de cómo están interpretando estos temas.

El marco analítico de esta investigación parte de la posibilidad de que estos énfasis temáticos puedan llegar a orientar la opinión pública hacia los temas sobre los que se piensa y habla, específicamente durante las campañas electorales. No se trata de un proceso inmediato o automático, sino más bien uno con niveles de influencia.

La *agenda setting* afirma un efecto causal de la información publicada por medios sobre el público; sin embargo, sus autores más emblemáticos, McCombs y Shaw, aclaran que no se

[1] Existe un gran número de investigaciones empíricas, realizadas especialmente durante las campañas electorales estadounidenses, que dan cuenta de cómo los medios pueden influir en la agenda pública. Algunas de estas son:

- Shaw, Donald y Maxwell McCombs (1997). *The Emergence of American Political Issues*, St (Minesota), Wet.
- Weaver, David, Doris Graber, Maxwell McCombs y Chaim Eyel (1981). *Media Agenda-setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interest* (Connecticut), Greenwood.
- Winter, James y Chaim Eyal (1981). "Agenda-setting for the civil rights issue", *Public Opinion Quarterly*, 45, págs. 372-383.
- Soroka, Stuart N. (2001). "Media, public opinion, and foreign policy", ponencia presentada a la Asociación Americana de Ciencia Política, San Francisco.

trata de un regreso a *la teoría de la aguja hipodérmica*[2]. Es decir, no es la vuelta a la idea de que los medios son todopoderosos y que el público es pasivo respecto a la información que recibe. Más bien se trata de un proceso de selección de información que pasa por la construcción de imágenes de la realidad.

Para explicar este proceso, McCombs y Shaw (2004) retoman la tesis de Walter Lippmann[3] en la cual establece que la opinión pública responde no al entorno sino al pseudo-entorno construido por los medios de comunicación. Es decir, los medios son puentes entre el mundo real y las imágenes que las personas se hacen de éste en su cabeza. Al conjunto de estas imágenes se le llama pseudo- entorno pues siempre será parcial en relación a la realidad.

McCombs explica que no se trata de que las noticias sean inventos de los periodistas pues "el *periodismo es una actividad empírica, que se basa en observaciones verificables*"; más bien, frente a la cantidad de hechos disponibles para ser seleccionados como noticias, los periodistas escogen únicamente algunos basados en normas profesionales.

La vinculación entre información publicada y la opinión del público se materializa en una correlación entre la agenda mediática y la agenda del público. Es decir, los temas más destacados en los medios pueden llegar a ser, con el tiempo, los temas más importantes para los consumidores de esa información.

Ahora, ¿cómo funciona el establecimiento de la agenda? Para responder a esta pregunta es necesario tener en cuenta que este proceso está determinado por una dimensión temporal de los efectos. Es decir, a diferencia del planteamiento de *la teoría de la aguja hipodérmica* que planteaba un efecto inmediato en las audiencias, el establecimiento de la agenda considera que la influencia de los medios en el público se da como resultado de un proceso complejo, progresivo, y en donde intervienen variables como las características de los mensajes e incluso las características de los receptores o de los mismos medios de comunicación[4].

---

[2] Para mayor información puede consultarse Ochoa (2000).

[3] Walter Lippmann publica su tesis en el libro La Opinión Pública en 1922, en donde establece que los medios informativos determinan los mapas cognitivos que nos hacemos del mundo.

[4] De quienes reciben la información, en este caso, el público.

Bajo esta perspectiva, la atención se dirige a temas u *objetos*[5] sobre los que se tiene una opinión, pero además sobre los atributos de estos mismos. Aunque se reconoce la importancia de este segundo nivel de influencia, dado que esta investigación tiene como base un primer estudio sobre la agenda temática o *agenda setting* de los medios impresos al proceso electoral 2009[6], en esta ocasión también se va a retomar el primer nivel de análisis; es decir, se dará cuenta sobre los temas que aparecieron en cuatro medios impresos de El Salvador durante la campaña electoral 2012.

2. Aspectos metodológicos del estudio

Se realizó un monitoreo de las noticias publicadas entre 11 de noviembre de 2011 (día en que comenzó oficialmente la campaña electoral) al 11 de marzo de 2012 (día de las elecciones para diputados y concejos municipales) en cuatro medios impresos con ediciones diarias:

- La Prensa Gráfica (LPG),
- El Diario de Hoy (EDH),
- Diario Co Latino (DCL); y
- Diario El Mundo (DEM)[7]

De toda la información publicada se registró únicamente el contenido informativo vinculado a lo electoral a partir de cuatro géneros periodísticos (notas periodísticas, entrevistas, reportajes y crónicas o semblanzas) publicados en las secciones de política, economía, municipalismo o país, etc.[8] La observación de las noticias se elaboró a partir de una hoja de registro[9] dividida en tres categorías:

---

[5] Para McCombs (2004) el *objeto* es esa cosa hacia la que dirigimos nuestra atención o la cosa sobre la que tenemos una actitud o una opinión.
[6] Véase: Miranda Duke (2009) "*Medios y campaña electoral 2009, Monitoreo de la Prensa Escrita*".
[7] En el caso de El Diario Co Latino y Diario El Mundo si bien son ediciones diarias debe aclararse que los domingos no circulan. Además, son ediciones con menor número de páginas.
[8] El análisis de los datos se realizó con el programa SPSS 18.
[9] En los anexos de este estudio puede verse la hoja de registro de las noticias. Se tomó como base los principales elementos de la hoja usada durante el registro realizado en el marco de las elecciones del 2009. Sin embargo, con

a) ***Datos generales***. Se exploran los aspectos relacionados con la identificación de las notas electorales tales como:

- Fecha de publicación[10],
- Periódico,
- Titular,
- Género periodístico,

b) ***Importancia de la noticia***. Se exploran los aspectos que permitirían identificar la importancia de la noticia publicada en el mismo medio y en relación a otros medios, así como:

- Ubicación de la noticia en el periódico (dada por sección en la que se ubica),
- Extensión,
- Portada,
- Madera,
- Número de fuentes consultadas

c) ***Aspectos que aborda la noticia***. Se exploran los temas propios de la realización de las elecciones. Entre estos se encuentran:

- Tipo de elección,
- Partido mencionado,
- Actividades partidarias,
- Planes de gobierno,
- Gestión electoral,
- Temática electoral,
- Actores vinculados a la gestión electoral,
- Encuesta publicada.

el objetivo de profundizar en la caracterización se la cobertura periodística se incluyeron algunas variables como el número y el tipo de fuentes.

[10] Para el análisis se agruparon las fechas de publicación en 17 semanas que cubren del 11 de noviembre al 11 de marzo.

Gráfico 1.

Variables analizadas en el estudio

Fuente: Elaboración propia.

3. Datos generales de la cobertura periodística

En total se registraron 1,935 notas electorales de las cuales la mayoría fueron publicadas en el Diario El Mundo con 604 (31.2 %), seguida por El Diario de Hoy con 566 (29.3%), La Prensa Gráfica con 498 (25.7%) y finalmente Diario Co Latino con 267 (13.8%).

Cuadro 1.

Noticias publicadas, según periódico

(11 de noviembre de 2011 al 11 de marzo de 2012)

Periódico consultado	Frecuencia	Porcentaje
La Prensa Gráfica	498	25.7
El Diario de Hoy	566	29.3
Diario Co Latino	267	13.8
Diario El Mundo	604	31.2
Total	1,935	100.0

Fuente: Elaboración propia.

Los datos del Cuadro 1 muestran que pese a que el Diario El Mundo es un medio relativamente más pequeño[11], en relación a El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica, publicó más noticias que estos dos últimos. Es decir, en el contexto de las elecciones de 2012, el Diario El Mundo fue el medio impreso con mayor número de publicaciones electorales, seguidas por LPG y EDH; y finalmente, Co Latino.

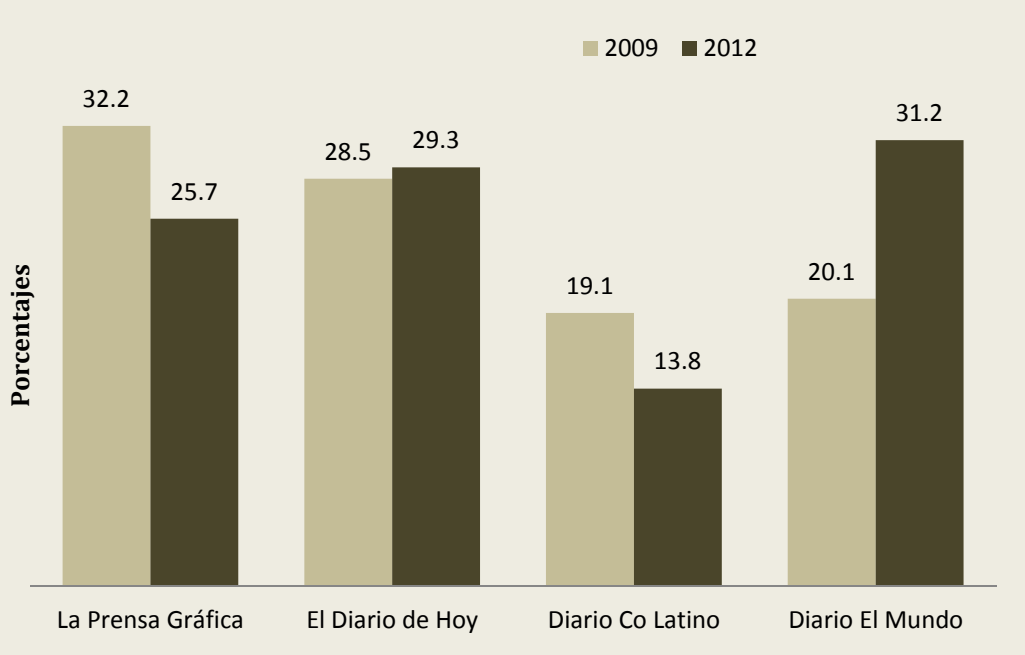
Ahora bien, en comparación con el registro electoral elaborado en el 2009[12], los datos muestran que La Prensa Gráfica y Diario Co Latino redujeron proporcionalmente su producción

[11] Más pequeño en términos del número de páginas.

[12] De acuerdo al estudio de cobertura de las elecciones del año 2009, el número de publicaciones para ese período fue de 3,168; mientras que en el 2012 fue 1,935.

periodística electoral, mientras que Diario El Mundo aumentó. El Diario de Hoy, por su parte, mantuvo una cobertura similar de elección a elección.

Gráfico 2.
Noticias publicadas, según periódico
en los procesos electorales de 2009 y 2012



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 2 muestra la cobertura en la elección de 2009 (con un total de 3,168 notas) y la elección de 2012 (con 1,935 notas), pero ¿qué pudo haber influido para que haya aumentado en unos y en otros haya disminuido? Si se toma en cuenta que en el 2009 se elegían a diputados, concejos municipales y además al Presidente y Vicepresidente de la República se entiende que a partir de la importancia de esta elección tanto La Prensa Gráfica como Diario Co Latino pudieron haber valorado una mayor cobertura en el 2009.

3.1. Extensión de las noticias y género utilizado

Uno de los aspectos que caracteriza la cobertura es el espacio asignado a cada nota; es decir, la extensión de la publicación. Se parte del hecho de que una información desarrollada en una nota completa pudiera ofrecer más elementos para comprenderla que una que aparezca en un recuadro[13].

a) *Nota completa*: Las notas que responden las preguntas del modelo de la pirámide invertida: quién, cuándo, cómo, qué y por qué; y que además, contaba con al menos un titular y un cuerpo.

b) *Breve*: Las notas redactadas en pequeños párrafos en los que aparecía una información resumida y que por lo general aparecían agrupadas junto a otras.

El cuadro 2 aparecen las notas electorales publicadas en los cuatro medios según el espacio asignado (notas completas o breves). En total se registraron 1548 (80%) notas completas y 387 breves (20%). En términos generales, hubo un predominio en el uso de las notas completas.

Cuadro 2.

Espacio asignado, según periódico

Espacio asignado	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	Diario Co Latino	Diario El Mundo	Total
Nota completa	407 (81.73%)	429 (75.80%)	250 (93.63%)	462 (76.49%)	1,548 (80%)
Breves	91 (18.27%)	137 (24.20%)	17 (6.37%)	142 (23.51%)	387 (20%)
Total	498 (100%)	566 (100%)	267 (100%)	604 (100%)	1,935 (100%)

Fuente: Elaboración propia.

[13] Ver ejemplos en la sección de anexos.

Al analizar las notas relacionadas a planes de gobierno, según el espacio asignado (nota completa o breve), el registro muestra que en el caso de las notas completas las propuestas predominantes son los relacionados a planes de gobierno que abordan la descentralización y el desarrollo local; seguido por violencia y homicidios; y la infraestructura respectivamente.

Por otro lado, las notas breves abordan proporcionalmente más a los planes sobre infraestructura; seguido por descentralización y desarrollo local; y violencia y homicidios respectivamente.

Cuadro 3.

Espacio asignado, según plan de gobierno

Plan de Gobierno	Nota completa		Breves	
	F	%	F	%
Política económica	27	8.26	5	8.20
Empleo	16	4.89	5	8.20
Genero	12	3.67	3	4.92
Infraestructura	41	12.54	11	18.03
Educación	20	6.12	4	6.56
Desarrollo Sostenible	18	5.50	2	3.28
Vivienda	5	1.53	1	1.63
Salud	13	3.98	4	6.56
Descentralización y Desarrollo Local	72	22.02	7	11.48
Violencia y homicidios	48	14.68	6	9.84
Reforma del Estado	4	1.22	0	0.00
Migración	2	0.61	0	0.00
Narcotráfico	0	0.00	1	1.63
Reformas electorales	1	0.30	0	0.00
Otros	48	14.68	12	19.67
Total	327	100.00	61	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Si se toma en cuenta que fueron elecciones para concejos municipales y diputados, no resulta sorpresivo que sean los planes de gobierno sobre estos temas de interés territorial los que hayan recibido mayor cobertura en cuanto a asignación de espacios, tanto en notas completas como en breves.

3.2. Producción de noticias

La producción periodística se analizó a partir del registro de noticias electorales a lo largo de 17 semanas (del 11 de noviembre del 2011, hasta el 11 de marzo de 2012). Las semanas se distribuyeron de la siguiente forma:

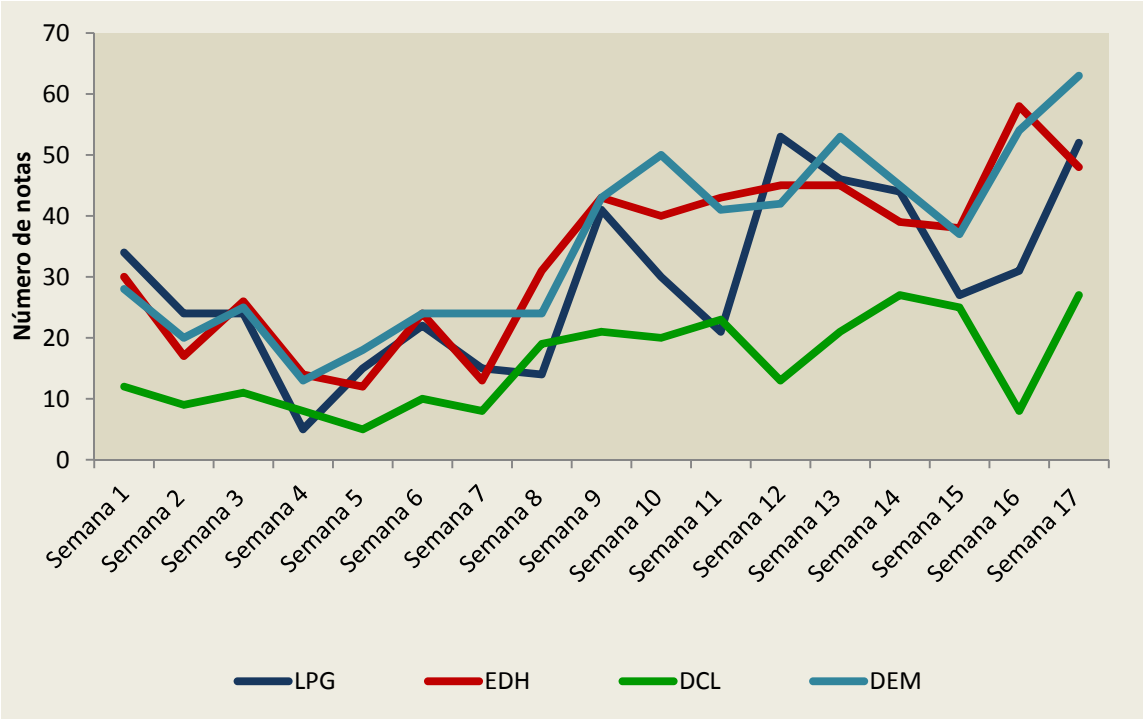
a) Semana 1, (11 al 20 de noviembre de 2011).
b) Semana 2, (21 al 27de noviembre de 2011).
c) Semana 3, (28 de noviembre al 4 diciembre de 2011).
d) Semana 4, (5 al 11 de diciembre de 2011).
e) Semana 5, (12 al 18 de diciembre de 2011).
f) Semana 6, (19 al 25 de diciembre de 20121).
g) Semana 7, (26 diciembre de 2011 al 1 de enero de 2012).
h) Semana 8 (2 al 8 de enero de 2012).
i) Semana 9 (9 al 15 de enero de 2012).
j) Semana 10 (16 al 22 de enero de 2012).
k) Semana 11 (23 al 29 de enero de 2012).
l) Semana 12 (30 de enero al 5 de febrero de 2012).
m) Semana 13 (6 al 12 de febrero de 2012).
n) Semana 14 (13 al 19 de febrero de 2012).
o) Semana 15 (20 al 26 de febrero de 2012).
p) Semana 16 (27 de febrero al 4 de marzo de 2012).
q) Semana 17 (5 al 11 de marzo de 2012).

La producción periodística a lo largo de la campaña muestra, en general, que los medios de comunicación monitoreados mantuvieron un comportamiento similar. En la medida avanzó la campaña, la publicación de notas electorales fue incrementando.

Gráfico 3.

Semanas en las que se publicaron las notas, según periódicos

(11 de noviembre de 2011 al 11 de marzo de 2012**)**



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 3 muestra que entre la semana 7 y la 14 (finales de noviembre hasta mediados de febrero) se registró un incremento en la producción, algo que sucede en un contexto marcado por dos hechos:

En el plano legislativo, la discusión giró en torno a la reforma al Código Electoral para aplicar la sentencia de la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia (CSJ) que establecía el voto por persona. Este hecho marcó la agenda mediática durante la mayor parte de la campaña.

En lo referente a la gestión electoral, la cobertura fue entorno a la discusión encabezada por los magistrados del Tribunal Supremo Electoral (TSE) respecto a la contratación de la empresa que desarrollaría una campaña de información sobre cómo votar. El impase para contratar a la empresa fue superado en febrero, pocas semanas antes de las elecciones.

3.3. Las principales maderas electorales en los medios

Uno de los aspectos que ayudan a dimensionar la priorización que los medios hacen en la temática electoral puede observarse a través de las maderas o el titular principal en cada edición. Las maderas o titulares principales muestran, entre otros aspectos, la importancia que el medio da a esa información[14].

De 1,935 notas periodísticas, los medios publicaron únicamente 56 (2.9%) maderas electorales, de las cuales 19 fueron de Diario El Mundo, 15 de La Prensa Gráfica, 14 de El Diario de Hoy y 8 del Diario Co Latino.

Cuadro 4.

Espacio asignado, según plan de gobierno

Periódico consultado	¿La madera del periódico es un tema electoral?	
	Sí	No
La Prensa Gráfica	15	483
El Diario de Hoy	14	552
Diario Co Latino	8	259
Diario El Mundo	19	585
Total	56	1,879

Fuente: Elaboración propia.

[14] Una de las expresiones de máxima jerarquización de la información en cada edición.

Para conocer con mayor precisión los temas que fueron maderas en cada medio se registraron los 56 titulares y posteriormente se clasificaron a partir de su contenido electoral de la siguiente forma:

- *Gestión del Tribunal Supremo Electoral*: Referidas a las atribuciones del TSE establecidas en el Código Electoral, especialmente su papel durante las campañas electorales.

- *Desarrollo de la competencia*: Aquellas actividades y eventos que se desarrollan durante las campañas electorales, por ejemplo, giras, mítines, alianzas entre partidos o sectores, inicio y cierre de campaña, etc.

- *En torno a las reformas electorales:* Reformas y contrarreformas electorales impulsadas a partir de las sentencias de inconstitucionalidad emitidas por la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia.

- *Candidatos:* Titulares que hacen referencia a los aspirantes a diputados y concejos municipales; sea la elección, presentación o declaraciones dadas por estos en el marco de la competencia.

- *Violencia electoral:* Conductas violentas por parte de los partidos, candidatos y simpatizantes que tienen un origen electoral.

- *Encuestas:* Sondeos de opinión pública sobre la intención de votos.

- *Propuestas de gobierno:* Hacen referencia a los programas de gobierno o a propuestas de parte de los partidos o los candidatos.

Cuadro 5.

Contenidos de las maderas, según periódico

Temática abordada	Periódico				Total
	LPG	EDH	DCL	DEM	
Encuestas	6	4	-	2	12
Desarrollo de la competencia	3	2	4	4	14
Candidatura	2	-	-	2	4
Violencia electoral	2	1	-	2	5
Gestión del TSE	-	7	3	9	18
En torno a las reformas electorales	2	-	-	-	2
Propuesta de gobierno	-	-	1	-	1
Total	15	14	8	19	56

Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro 5 se clasifican las maderas tomando en cuenta la temática electoral. Los datos muestran que la *gestión del TSE*, seguida por las actividades que se *desarrollan en la competencia* y las *encuestas,* fueron los temas que aparecieron en las maderas. En este sentido, las maderas muestran que tres instituciones del sistema político salvadoreño se ubicaron en el centro de la cobertura mediática: el Tribunal Supremo Electoral, los partidos políticos y las encuestas de opinión pública.

Al observar las maderas según el periódico, La Prensa Gráfica publicó más titulares referentes a sus propias encuestas, reforzando una doble función: la informativa y además la de fuente de estadísticas ya que este medio cuenta con su propia casa encuestadora (LPG-Datos).

Por su parte, la apuesta editorial de Diario El Mundo, El Diario de Hoy y el Co Latino estuvieron centradas en la gestión del Tribunal Supremo Electoral, especialmente en relación al retraso en la adjudicación de la empresa que llevaría a cabo la campaña de divulgación.

4. Aspectos abordados en la cobertura periodística

Para conocer qué aspectos de la información fueron mejor ponderados por los cuatro medios analizados se elaboró una serie de categorías y sub categorías siguiendo la temática electoral (incluyendo la discusión en torno a las reformas electorales) y los actores políticos en ese entorno: tipo de elección, partido más noticiable, actividades electorales de los partidos y sus candidatos, cobertura de las encuestas y cobertura de planes de gobierno. En los siguientes párrafos de este apartado se describirá la cobertura en relación a estas temáticas.

4.1. Tipo de elección

El 11 de marzo se celebraron diferentes tipos de elección (para concejos municipales, diputados de la Asamblea Legislativa y diputados al Parlamento Centroamericano –PARLACEN-; sin embargo, la cobertura periodística no reflejó una distinción entre estas. De hecho, la mayoría de notas se refirieron a "la elección del 11 de marzo en general". En el Cuadro 6 se detallan las publicaciones según el tipo de elección a la que hacen referencia.

Cuadro 6.

Noticia, según tipo de elección

Tipo de elección	Frecuencia	Porcentaje
Diputados	366	18.9
PARLACEN	1	0.1
Concejo municipal	571	29.5
Todas en general	868	44.9
Ninguna	129	6.7
Total	1,935	100.0

Fuente: Elaboración propia.

El monitoreo mostró que el 44.9 por ciento de la cobertura hizo referencia a todas en general; es decir, la mayoría de noticias abordaron el tema electoral sin especificar ningún tipo de elección en particular.

En segundo lugar, aparecen las elecciones para concejos municipales con el 29.5 por ciento; mientras que en tercer lugar con el 18.9 por ciento para diputados.

4.2 Partido político más noticiable[15]

El partido que recibió una mayor cobertura por parte de los medios impresos fue el partido oficial (FMLN), seguido por ARENA, CN, PES y CD respectivamente. Pese a que hubo 9 partidos[16] inscritos en la competencia, el resto apenas apareció en las notas.

Al analizar la cobertura de los partidos según el medio, el registro muestra que si bien La Prensa Gráfica, Diario El Mundo y Diario Co Latino concedieron más notas al FMLN lo hicieron de manera diferenciada. La asignación de notas al FMLN y ARENA fue más equilibrada tanto en La Prensa Gráfica como en el Diario El Mundo y El Diario de Hoy; en el caso del Diario Co Latino se mostró una clara orientación de la cobertura hacia el FMLN.

[15] Únicamente se toma en cuenta el registro de las notas que hicieron referencia a un sólo partido, es decir se dejaron de lado las notas que hacían referencia a más de dos o tres partidos, en su caso, se hablaba de todos en general.

[16] Nueve partidos políticos inscritos oficialmente en el Tribunal Supremo Electoral (TSE) durante la competencia electoral del 2012: Alianza Republicana Nacionalista, ARENA; Cambio Democrático, CD; Concertación Nacional, CN (antes Partido de Conciliación Nacional, PCN); Fraternidad Patriota Salvadoreña, FPS; Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional, FMLN; Gran Alianza por la Unidad Nacional, GANA; Partido Nacional Liberal, PNL; Partido de la Esperanza, PES (antes Partido Demócrata Cristiano, PDC); Partido Popular, PP.

Cuadro 7.

Asignación de notas a cada partido, según periódico

Partido Político	LPG	EDH	DCL	DEM	Total
ARENA	50	89	20	87	247
FMLN	65	87	104	89	345
CD	11	17	7	10	45
PDC (PES)	24	42	7	16	89
PCN (CN)	23	42	5	26	96
GANA	28	37	9	28	102
PNL	2	2	1	3	8
Fraternidad Patrita Salvadoreño	2	4	0	4	10
Partido Popular	16	5	5	11	37
Independientes	11	21	18	15	65

Fuente: Elaboración propia.

Para conocer la cobertura hacia los partidos políticos de elección a elección, se retomó el registro de notas del el 2009 y del 2012 (Tomando en cuenta únicamente los partidos que compitieron en ambas elecciones).

Cuadro 8.

Notas asignadas a los partidos, según elección

Partido Político	Período electoral			
	2009		**2012**	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
ARENA	478	38.6	247	30.0
CD	34	2.7	45	5.5
CN/PCN	132	10.7	96	11.7
FMLN	516	41.8	345	42.0
PES/PDC	77	6.2	89	10.8
Total	1,237	100.0	822	100.0

Fuente: Elaboración propia.

A lo largo de los dos períodos electorales el partido FMLN es el más mencionado en sus noticias electorales (41.8% y 42% del total), seguido del partido ARENA (38.6% y 30%). Ambos partidos mayoritarios concentran entre el 70 y 80 por ciento de las noticias en los dos períodos electorales monitoreados.

4.3. Actividades de los partidos políticos y los candidatos

La cobertura de los medios a las actividades realizadas durante la campaña electoral de 2012 estuvo centrada principalmente en las giras de los candidatos y de los mismos partidos con el 35 %, seguida de la elección de candidatos (16%), el inicio de las campañas (15%) y la participación en foros o conferencias (15%).

Gráfico 4.

Actividades electorales de los partidos o candidatos

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar las notas sobre giras concretamente se observa que, por lo general, estas hacían referencia a caravanas que tanto candidatos como partidos políticos realizaron a nivel territorial, sin que ello implique mayor descripción del hecho.

4.4. Cobertura de las encuestas

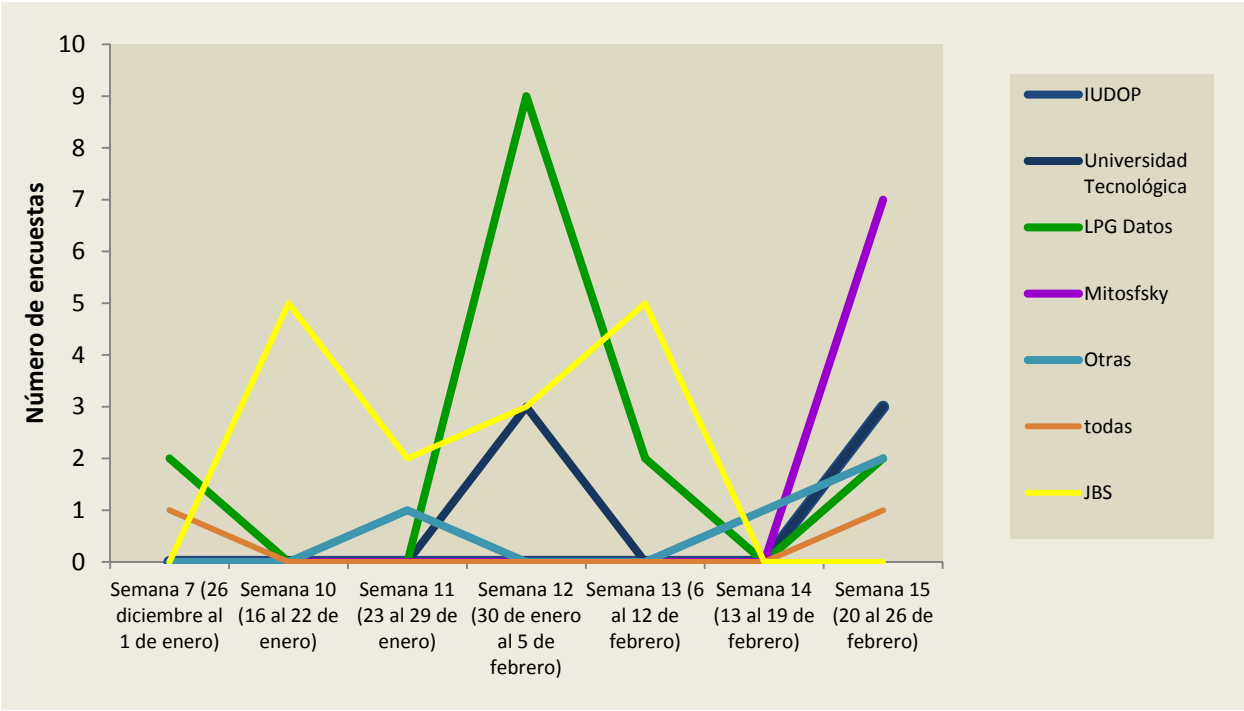
Al igual que en años anteriores, durante la campaña electoral del 2012 los medios impresos publicaron notas sobre resultados de encuestas de opinión. En el Gráfico 5 se registra la recurrencia de las notas sobre encuestas publicadas a lo largo del período monitoreado[17].

[17] (LPG-Datos; JBS Opinión Pública; Mitosfsky; Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña, CIOPS de la Universidad Tecnológica; y el Instituto Universitario de Opinión Pública de la UCA, IUDOP.

Gráfico 5.

Encuestas publicadas, según semana en la que se publicó

(11 de noviembre de 2011 al 11 de marzo de 2012)



Fuente: Elaboración propia.

De 52 notas, se publicaron 15 notas de encuestas de LPG Datos y JBS. Ambas fueron las encuestas más publicadas entre el 23 de enero y el 6 de febrero de 2012. Le siguieron Mistosfsky con 7 y la Universidad Tecnológica con 6 notas. De estas últimas dos, la primera con más publicaciones durante la segunda quincena de febrero, mientras que la segunda con más notas a finales de enero.

Por otro lado, al analizar las noticias que hacen referencia a alguna de las casas encuestadoras se registra que LPG- Datos y JBS (Diario de Hoy) fueron las más transmitidas, algo que no sorprende si se toma en cuenta que ambas son publicaciones exclusivas de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, respectivamente.

Cuadro 8.

Noticias que hacen referencia a una encuesta

Encuestadora	Frecuencia
IUDOP	3
Universidad Tecnológica	6
LPG Datos	15
Mitosfsky	7
JBS	15
Otras	4
Todas	2
Total	52

Fuente: Elaboración propia.

Si bien en términos de cantidad no son significativas (De 1,935 publicaciones, sólo 52 hacían referencia a encuestas), los resultados reiteran una relación entre las organizaciones que realizan las encuestas y los medios de comunicación[18]. Aunque la vinculación no es la misma en todos los casos, existe una relación que parece sostenerse de elección tras elección; y que reitera a los *medios de comunicación como mediadores y como productores de la información política; pero también como actores políticos.*

Si bien durante los procesos electorales se ha concebido a los medios como "mediadores" de la información política (en este caso sobre las ofertas programáticas entre candidatos- partidos y los votantes), el monitoreo muestra que además son fuentes de información.

En los últimos procesos electorales se han divulgado, con mayor regularidad, resultados de encuestas que dan razón de los niveles y la evolución en el apoyo hacia los partidos y los candidatos. En este sentido, proporcionan información quienes a través de una especie de

[18] La Prensa Gráfica publica LPG-Datos, JBS Opinión Pública publicada por El Diario de Hoy, la empresa consulta Mitosfsky publicada por Telecoorporación Salvadoreña (canal 2,4 y 6) y el Centro de Investigación de la Opinión Pública de El Salvador (CIOPS) publicada en el canal 33 propiedad de la Universidad Tecnológica.

mecanismo de retroalimentación les permite orientar o reorientar su campaña con el objetivo de captar más votos.

Pero, además, dan razón de una función de mediación de cara a los votantes. Es decir, trasladan información sobre las demandas de los ciudadanos hacia los candidatos y partidos.

Ahora bien, los medios, y más específicamente los monitoreados en esta investigación, son por naturaleza "empresas mediáticas" que tienen intereses particulares. Es precisamente esta realidad la que tiene implicaciones políticas más allá de una estricta mediación. "Las empresas mediáticas tienen su agenda noticiosa y mediante un proceso de *agenda setting* tratan de influir en lo que hablan, y sobre lo que deciden, el *demos* y los políticos" (Artiga. 2004:286).

4.5. Plan o programas de gobierno

Durante las campañas electorales uno de los temas que suelen aparecer con mayor frecuencia en las coberturas periodísticas son los planes o programas de gobierno[19]. A través de las noticias, entre otros medios, éstos se difunden y llega a los potenciales votantes. La importancia de la cobertura a las ofertas programáticas radica precisamente en este componente comunicacional. Es decir, en la posibilidad de que las ofertas de gobiernos lleguen a los votantes.

Para monitorear la cobertura de los planes se establecieron 12 opciones de respuesta, tomando como referencia las materias más recurrentes en los programas de gobierno; además de la opción "otros" en la que se agruparon las que fueron mencionadas una sola vez.

[19] Aunque programa y plan de gobierno hacen referencia a dos niveles de propuestas, para esta investigación ambos términos se usarán indistintamente para hacer referencia a las ofertas de políticas que los candidatos y los partidos difunden durante las campañas electorales con el objetivo de ganar votantes.

Cuadro 9.

Plan de gobierno

Plan de gobierno	Frecuencia	Porcentaje
Política económica	32	8.2
Empleo	21	5.4
Género	15	3.9
Infraestructura	52	13.4
Educación	24	6.2
Desarrollo sostenible	20	5.2
Vivienda	6	1.5
Salud	17	4.4
Descentralización y desarrollo local	79	20.4
Violencia y homicidios	54	13.9
Reforma del Estado	4	1.0
Migración	2	0.5
Otros temas	62	16.0
Total	388	100.0

Fuente: Elaboración propia.

En total se publicaron 388[20] noticias sobre planes de gobierno, de las cuales la mayoría hacían referencia a propuestas sobre descentralización y desarrollo local (20.4%); seguida por el tema de violencia y homicidios (13.9 %), infraestructura (13.4%); y en cuarto lugar política económica (8.2).

Cabe señalar que dado que se trata de una elección para concejos municipales (además de diputados) y eso podría haber influido en los énfasis de los planes de gobierno. Tanto en el caso de los planes sobre la descentralización y desarrollo local, como en el caso de la infraestructura son temas que por lo general son más enunciados en elecciones para elegir gobiernos municipales.

[20] Representa el 20 por ciento del total de las publicaciones (1,935 noticias registradas).

4.6. Fuentes de información

En términos periodísticos las fuentes de información son el medio para acceder a la materia prima (información) que será procesada y divulgada como una nota. Este proceso supone seguir un método que parte del supuesto de que *toda información tiene que ser contrastada antes de ser publicada*[21]. En ese sentido, a mayor número y variedad de fuentes consultadas mejor informado estará el lector.

Cuadro 10.

Número de fuentes consultadas por nota

Fuentes consultadas	Frecuencia	Porcentaje
Una fuente	908	47%
Dos fuentes	390	20%
Tres fuentes	161	8%
Más de tres fuentes	105	5%
Ninguna fuente	371	20%
Total	1,935	100%

Fuente: Elaboración propia.

Respecto al número de fuentes consultadas, en general, la mayoría de notas publicadas por los cuatro periódicos (el 47%) aparece con una sola fuente. En segundo lugar, las notas con dos fuentes (20%), y con la misma recurrencia el registro muestra que las notas en las que no aparecía ninguna de las fuente consultada (20%).

[21] Se ofrecen diferentes puntos de vista de un hecho o evento en particular.

Consideraciones finales

¿Cuáles fueron los temas que estuvieron en la agenda mediática durante las elecciones de marzo del 2012? En general, el monitoreo muestra que pese a que el Diario El Mundo es un medio con menor número de páginas en relación a El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica, éste publicó más noticias. Es decir, en el contexto de las elecciones de 2012, el Diario El Mundo fue el medio impreso con mayor número de publicaciones electorales, seguidas por LPG y EDH; y finalmente, Co Latino. De alguna forma este hallazgo muestra un interés más evidente por cubrir la temática electoral.

Por otro lado, la cobertura se caracterizó a partir del tipo de elección; es decir, que fueran para elegir concejos municipales y diputados pudo haber influido en que se haya abordado más lo vinculado al desarrollo territorial como planes de gobierno sobre descentralización, por ejemplo. El 80 por ciento de las publicaciones que aparecieron en notas completas hacían referencia a esta temática. Este hecho marca una diferencia importante en relación a la cobertura en elecciones general (2009) en donde el énfasis estuvo en los planes que hacían referencia a la generación de empleo y la política económica en general.

Ahora bien en cuanto a planes de gobierno propiamente, cabe señalar que además del tema de descentralización y desarrollo local e infraestructura, los planes de gobierno con más cobertura mediática son violencia y homicidios; además, de política económica. Un hallazgo que también se plasmó en la cobertura de estos cuatro medios durante la campaña electoral del 2009. Esto muestra algún interés por mantener la temática en la agenda mediática durante los procesos electorales. Sin embargo, con ello también se plantea una pregunta y con ello una línea de investigación a futuro, ¿quién establece esta agenda mediática? ¿Es una línea editorial o viene dada por el énfasis que los partidos políticos hacen durante sus campañas electorales?

En cuanto a la producción periodística, a lo largo del periodo observado, el registro muestra que los cuatro medios mantuvieron un comportamiento más o menos similar. En la medida se

acercó el día de las elecciones, hubo más notas publicadas. Sin embargo, el Diario Co Latino y la Prensa Gráfica disminuyeron sus publicaciones electorales en la semana 16 (del 27 de febrero al 4 de marzo de 2012) y volvieron a aumentar una semana antes del día de las elecciones.

Respecto a las maderas o titulares principales, el monitoreo revela que la *gestión del TSE*, seguida por las actividades que se *desarrollan en la competencia* y las *encuestas* fueron los temas con más maderas. Este dato ubica a tres instituciones del sistema político salvadoreño en el centro de la cobertura mediática: el Tribunal Supremo Electoral, los partidos políticos y las encuestas de opinión pública. Aunque en diferentes niveles, las tres son importantes pues de su desempeño, entre otros aspectos, se desliga alguna legitimización en el proceso electoral salvadoreño.

En detalle se hace énfasis en titulares que dan razón del desempeño del tribunal electoral, así como el como el desarrollo de la competencia. En el caso del TSE, por lo general, alusivas a fallas en el conteo de votos o atrasos en la ejecución de campañas de información. En el caso de las encuestas, muestran la intención del voto en diferentes momentos.

La Prensa Gráfica resultó el medio con más maderas sobre encuestas. Por su parte, la apuesta editorial del Diario El Mundo, El Diario de Hoy y el Co Latino estuvo centrada en la gestión del Tribunal Supremo Electoral, especialmente en relación al retraso en la adjudicación de la empresa que llevaría a cabo la campaña de divulgación.

Por otro lado, cabe señalar que al igual que en el 2009, de dos de los cuatro medios impresos cuentan con sus propias encuestas. Tal y como se planteó en párrafos anteriores, esto los ubica como fuentes de información, además de mediador de la información; y con ello, se refuerza la idea de que además de medios son actores políticos que desempeñan una función de mediación, formadores de opinión y legitimadores del sistema político democrático.

En relación al partido más noticiable, al igual que en el monitoreo realizado en el 2009, el que recibió una mayor cobertura fue el FMLN, seguido por ARENA, CN, PES y CD respectivamente. Si bien hubo nueve partidos inscritos oficialmente en la competencia, el énfasis estuvo centrado en cinco y, con mayor notoriedad, en los dos mayoritarios (en términos de votos y representación legislativa). Esto lleva a plantear una cobertura desigual entre los partidos.

Estos énfasis dan razón de un tipo de cobertura mediática en el marco de las elecciones 2012; pero más allá, esta selección se refleja una agenda mediática podría haber tenido algún tipo de influencia en la opinión sobre lo que los ciudadanos pensaron como importante en este contexto. Algo que plantea una línea de investigación que es importante continuar, sobre la base a la agenda temática de los medios, ¿cuál es la priorización que hace los lectores sobre los temas? Y más aún, ¿cómo entienden lo que consideran importante? Estas, entre otras preguntas, contribuyen al análisis de los medios de comunicación como actores del sistema político salvadoreño.

Bibliografía

Monografías

ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia.* 1ª ed. Barcelona: Ediciones Paidós, 1989.

D´ADAMO, O; GARCÍA, V y FREIDENBERG, F. *Medios de comunicación y opinión pública.* 1a ed. Madrid: McGraw-Hill, 2007.

LOZANO RENDÓN, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas.* 1ª ed. México: Longman de México Editores, 2006.

MCCOMBS, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento.* 1ª ed. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2004.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. *La espiral del silencio.* 1ª ed. Barcelona: Paidós, 1995.

OCHOA, Óscar. *Comunicación y opinión pública.* 1ª ed. México: Ediciones McGraw-Hill, 2000.

SÁBADA, Teresa. *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios.* 1ª ed. Buenos Aires: Ediciones La Crujía, 2008.

SÁDABA, Teresa; LA-PORTE MA, Teresa y RODRÍGUEZ-VIRGILI, Jordi. *La teoría del framing en la investigación en comunicación política.* 1ª ed. España: Universidad de Navarra.

SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen. Mediating the message. *The stories of influences on mas media content.* 1a ed. New York: White Planes, 1991.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas.* 1ª ed. Barcelona: Ediciones Paidós, 1987.

Artículos

ÁRTIGA, GONZÁLEZ, Álvaro. Encuestas*, medios y partidos: nuevos y viejos actores políticos.* Estudios Centroamericanos (ECA). 1ª ed. El Salvador: 2004, N° 665-666, 269-290 p.

CERVANTES, C. *La sociología de las noticias y el enfoque agenda-settting*. Revista Covergencia. 1ª ed. Enero-Abril 2001, N° 24, 40-65 p.

GIMÉNEZ ARMANTINA, P. *Una nueva visión del proceso comunicativo: la teoría del enfoque (Framing)*. Revista comunicación y hombre. 1ª ed. 2006, N° 2, 55-66 p.

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, M. *La sociología de la producción de noticias. Hacia un campo de investigación en México*. Revista comunicación y sociedad. 1ª ed. México: 1997, N° 30, 209-242 p.

NOGERA VIVO, José M. *El framing de la cobertura periodística de la catástrofe: las víctimas, los culpables y el dolor*. Revista Sphera Pública. 1ª ed. 2006, N° 006, 193-206 p.

Anexos

Anexo 1

Maderas electorales, según periódico

(11 de noviembre de 2011 al 11 de marzo de 2012)

Periódico	Título	Clasificación
LA PRENSA GRÁFICA	Crece intención de votar por cara	6 Encuestas
	ARENA lleva ventaja en alcaldías	
	Estrecha carrera electoral	
	Quijano 63.8% Hándal 12.6%	
	ARENA se afianza arriba del FMLN	
	ARENA con ventaja en lucha Asamblea, intención de voto subió 5% desde última encuesta	
	Comienza campaña para alcaldes	4 Desarrollo de la competencia
	Tensión previo al día de las elecciones	
	En vilo debate Quijano-Hándal	
	Calienta campaña Elecciones 2012	
	Hay 734 candidatos para la Asamblea	2 candidaturas
	Mujeres con un tercio de candidaturas	
	Arrecia la violencia electoral	2 Violencia electoral
	Continúa polémica por pinta y pega	
	Magistrados TSE atacan a la Corte	2 Enfrentamientos institucionales
	Sala CSJ desata enredo electoral	
	TSE asigna campaña sobre voto	1 Gestión electoral del TSE
EL DIARIO DE HOY	Fallas en la ubicación de las sedes de voto residencial	6 Gestión electoral del TSE
	TSE asignará la campaña a tres empresas	
	TSE detectó fallos en ensayo electoral	
	Magistrados TSE destacan impacto de votar por cara	
	TSE decide que no dejará votar con DUI vencido	
	TSE da luz verde a campaña	
	Ventaja electoral del FMLN en Santa Ana	4 Encuesta
	Salgado sigue en preferencia de los migueleños	
	Quijano 52.8% Hándal 14.3%	
	ARENA supera al FMLN en intención de voto	
	Todos a votar	2 Desarrollo de la

	Polémicas en inicio de ruta a elecciones	competencia
	Pinta y pega en la capital ocasiona hechos violentos	1 Violencia electoral
DIARIO CO LATINO	Código electoral avala uso de medios para difundir mecanismos de votación	3 Gestión electoral del TSE
	El TSE continúa el debate por adjudicar campaña informativa	
	Partidos políticos no tendrán prórroga para inscripción	
	Buscamos que políticas se conviertan en leyes o leyes vigentes se cumplan: Norma Guevara	3 Propuesta de gobierno
	Schafik Hándal anuncia reducción del 10% de tasas municipales	
	Nuestra apuesta es que este país avance sin tropiezos: Hándal	
	Una bancada amplia no permitirá depender de diputados de derecha: FMLN	2 Desarrollo de la competencia
	Alcalde no tiene solvencia moral para cuestionar, dice Hándal	
DIARIO EL MUNDO	TSE aún no define cómo contará votos	9 Gestión del TSE
	TSE imprimirá 9.9 mill de boletas	
	Campaña educativa del voto en el limbo	
	Magistrados TSE aún sin acuerdo sobre campaña	
	El TSE imprimirá 9.9 mill de papeletas	
	Exitosa prueba de transmisión electoral en TSE	
	Recuperan $290 mil en multas a candidatos	
	Desplegarán 300 mil personas en elecciones	
	31 mil cambiaron su centro de votación	
	Deuda política costará 8.9 mill al Estado	4 Desarrollo de la competencia
	RNPN reporta 141 mil DUI vencidos	
	Hacienda pagará $8.9 millones a partidos	
	Campaña electoral inicia para diputados	
	ARENA adelante en intención de voto	2 Encuestas
	Encuestas prevén cerrada elección	
	Finaliza inscripción de candidatos para 2012	2 Candidatos
	Mil 200 candidatos buscan 262 alcaldías	
	El CAM y FMLN se enfrentan por "pinta y pega"	2 Violencia electoral
	Funes pide a dirigentes acciones antiviolencia	

Anexo 2.

Ejemplos notas breves y completas

10 WWW.LAPRENSAGRAFICA.COM Jueves 1º de marzo de 2012

Nación : @LPGPolitica

ELECCIONES 2012 ALCALDES Y DIPUTADOS

PANORAMA ELECTORAL

FALTAN 10 DÍAS PARA LAS ELECCIONES.

POLÍTICOS INVITADOS

IGLESIA EVANGÉLICA ORA HOY POR LAS ELECCIONES DEL 11 DE MARZO

El movimiento Día Nacional de Oración ha programado para esta mañana un evento para orar por los comicios del próximo 11 de marzo. La actividad está orientada a desarrollar una reunión con representantes de todas las iglesias evangélicas en el país para orar por los futuros diputados, alcaldes y concejales que gobernarán en los próximos tres años, según comunicado de los organizadores. La iglesia evangélica está conformada por cerca de 2.5 millones de cristianos en el país y por ello se ha invitado al evento a todos los aspirantes políticos que quieran asistir. El punto de encuentro será FERAGE a partir de las 9 de la mañana.

PARA IR A CONGRESO

PP DA RESPALDO A INICIATIVAS SOCIALES

El Partido Popular (PP) dio ayer el espaldarazo político a varias iniciativas de reformas de ley o de creación de normas que están por impulsar en la Asamblea Legislativa diferentes organizaciones sociales. El diputado y secretario general del PP, Orlando Arévalo, dijo que se comprometió a impulsar la llamada "agenda social" que comprende iniciativas encaminadas en la seguridad alimentaria, recursos hídricos, prevención y mitigación de riesgos, seguridad industrial, discapacidad, entre otros. Arévalo reveló que en los próximos días estas organizaciones sociales estarán llevando las propuestas a la Asamblea Legislativa para su discusión y búsqueda de consenso para su aprobación.

"El llamado a la población es que no se va a poder usar celular ni cámara fotográfica en el momento de estar ejerciendo el sufragio en el anaquel. El elector solo tiene que tener en sus manos la papeleta de votación y el crayón en el anaquel."

Walter Araujo, magistrado del TSE, al aclarar que el elector podrá portar estos instrumentos el día de los comicios pero los deberá de guardar al momento que se disponga a ejercer el sufragio en el anaquel.

FOTO DE LA PRENSA/FRANCISCO ALVARA

SUPUESTOS MILITANTES DEL FMLN FUERON PILLADOS CON PROPAGANDA DE ARENA

Presuntos militantes del FMLN fueron retenidos el martes por la noche en la avenida Cuba, frente al Hogar del Niño en San Jacinto, luego de que les fue encontrada propaganda política de ARENA.

ENVÍE AL 5756 LA PALABRA VOTO

LPG MÓVIL

DE ACTUALIDAD

FMLN denuncia ataque con sustancia tóxica a sede en San Vicente

Los representantes efemelenistas señalaron a activistas de ARENA como los responsables del ataque, quienes rechazaron la acusación.

CECILIA ORTIZ
departamentos@laprensagrafica.com

Autoridades municipales del partido FMLN en Tecoluca, San Vicente, denunciaron ayer que supuestos militantes de ARENA esparcieron un polvo tóxico en los alrededores de la alcaldía municipal y la sede de su partido, ubicado en la esquina opuesta a la comuna, cuando se preparaban para realizar una visita casa por casa en el centro de la ciudad.

De acuerdo con agentes de la Policía que verificaron la denuncia, en el supuesto ataque resultaron con síntomas de intoxicación cinco militantes efemelenistas y una niña que reside en la zona.

Balmote Escobar, concejal de la Alcaldía de Tecoluca, aseguró que a las 4:30 de la tarde el grupo de militantes del FMLN se encontraba reunido frente a la alcaldía cuando comenzaron a sentir un olor extraño que les irritó los ojos y la nariz, les afectó la garganta y que provocó vómitos en los cinco afectados, quienes fueron trasladados hacia el Hospital Santa Gertrudis de San Vicente.

Escobar acusó directamente a militantes del partido ARENA de cometer la acción y aseguró que lo hicieron porque "están desesperados porque van a perder".

Agregó que momentos después del hecho una activista de ARENA llegó al lugar y se burló de lo que había ocurrido.

"Esto lo hicieron los de ARENA para impedir que hiciéramos la visita casa por casa, porque el apoyo que tenemos es muy grande y están desesperados."

Destacó que lo grave de la situación es que se puso en riesgo la seguridad de todos los habitantes del centro de la ciudad y pidió a la Policía Nacional Civil y a la Fiscalía General de la República que el hecho sea esclarecido.

Sin embargo, una brigada de ARENA a bordo de una unidad de perifoneo se dedicó durante horas a desmentir la acción.

El diputado de ARENA Donato Vaquerano aseguró que se trata de un autoatentado con la intención de desprestigiar a su partido.

Agentes de la Policía cerraron el perímetro de la alcaldía y la sede del partido efemelenista porque en el centro de la calle se encontró una sustancia que se sospechaba fue el químico que provocó el malestar en los militantes.

Al cierre de esta nota se estaba a la espera de la llegada de técnicos de la Unidad de Medio Ambiente de la PNC y de Bomberos de San Salvador para establecer el tipo de químico que fue encontrado.

FOTO DE LAPRENSAGRAFICA/ROSEBERTO

Investigación. La policía encontró rastros de polvo blanco del cual se sospecha fue la sustancia que les habría sido lanzada a la sede del FMLN.

INFÓRMESE EN LA WEB CON: ESPECIALES.LAPRENSAGRAFICA.COM/2012/ELECCIONES/

Eugenio Chicas
PRESIDENTE DEL TSE

"Después de la elección es conveniente la búsqueda del consenso para dibujar un escenario futuro de reformas que permitan evolucionar el actual sistema electoral"

Walter Araujo
MAGISTRADO DEL TSE

"El que vote por bandera pierde la oportunidad de votar por persona y votando por la persona también se apoya al partido"

Roberto Rubio
PRESIDENTE DE FUNDE

"Esto vino para quedarse, es mi impresión. Volver atrás, el costo político para los partidos que quieran hacerlo retroceder, si la experiencia ha sido buena, va a ser alto"

Arnoldo Jiménez
DIRECTOR DE ANEP

"Una vez que pasa la elección, al día siguiente, volvemos al sistema de votación de elección por banderas, por esa razón estamos pidiendo que esa ley quede de manera permanente"

ADVERTENCIA Funde y ANEP dicen que más personas quieren votar por rostros

Prevén alto costo político si nuevo sistema se revierte

Roberto Rubio, director de la Fundación para el Desarrollo (Funde), dice que, si la Asamblea Legislativa revierte el nuevo sistema de votación cometería un error. "Es muy difícil que se quiera echar para atrás. Solo que hubiera un fracaso horrible se puede echar para atrás", dice. Pero no cree vaya a ocurrir.

Es más, el director de la Funde dice que sería una peor idea querer regresar al sistema anterior, si los resultados de la nueva experiencia en el sistema de votación es buena o no pasa algo extraordinario. Esto implicaría, dice, un alto costo político.

"A mí me ha impresionado cómo la proporción de personas que quiere votar por caras va a aumentando", expresa.

A ARENA le fue más fácil aceptar el nuevo sistema de votación que al FMLN. El análisis de Rubio, en esto, es que en ARENA el poder está más repartido entre la cúpula y no participan como candidatos. Y en el FMLN incluso está en juego sus trabajos.

Carlos Nasser, del Consejo de Profesionales (Capes), dice que regresar al anterior sistema es un riesgo que ellos quieren evitar. Arnoldo Jiménez, director de la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), dice que existe la amenaza. "Una vez que pasa la elección, al día siguiente, volvemos al sistema de votación de elección por banderas, por esa razón estamos pidiendo que esa ley quede de manera permanente", dice.

Lo ideal, según Jiménez, sería transitar a un esquemade listas abiertas, donde el ciudadano puede elegir candidatos de distintos partidos, algo que no se podrá hacer en las elecciones de 2012. "Eso requiere un mayor grado de maduración política", expresa.

La pretensión de ANEP, por ahora, es que el nuevo sistema electoral que se probará en 2012 se apruebe permanentemente.

¿Y qué costo implicaría revertir el sistema de votación? "Yo creo que hay políticos interesados en confundir a la población y hacerle creer, un día después de estas elecciones, que el nuevo sistema no ha funcionado por diferentes razones", opinó. Según Jiménez, el proceso actual, con las reformas, ha sido complicado pero sí ven, con base en encuestas, que la población quiere votar por personas.

"Nosotros como ciudadanía debemos pedir que este sistema basado en personas continúe y lo vayamos perfeccionando en el tiempo. Ésta es la madre de todas las reformas", afirmó.

La campaña para explicar el nuevo sistema de votación sigue para instruir a los votantes. /EDH

EL CAMINO HACIA UNA REFORMA TRANSITORIA

Decreto 635
[APROBADO EL 10 DE MARZO DE 2011]
La Asamblea avaló una primera reforma, a partir de una sentencia de la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, en la que declaró inconstitucional el sistema de listas cerradas (voto único por bandera). Esta primer reforma permitía marcar por rostro pero las marcas por las banderas eran redistribuidas entre los primeros candidatos de la lista presentada por los partidos políticos. La reforma fue vetada por el presidente Mauricio Funes.

Decreto 758
[APROBADO EL 16 DE JUNIO DE 2011]
La Asamblea Legislativa aprobó una reforma, con votos de GANA, CN y FMLN, en la cual se permitía el voto por un candidato pero había equívocos en la marcación múltiple de candidatos. Por ejemplo, si un elector marcaba dos candidatos de un mismo partido político, el voto iba destinado al partido político, para que éste decidiera a quién otorgárselo, por medio de una planilla o listado presentado previamente al TSE. La reforma fue sancionada por el Presidente, pero declarada inconstitucional por la Sala de lo Constitucional.

Decreto 940
[APROBADO EL 30 DE NOVIEMBRE DE 2011]
La Asamblea Legislativa aprobó finalmente una reforma en la cual permiten marcar por uno o varios rostros del mismo partido, sin que esas marcas sean atribuidas al partido político. La marcación de uno o varios rostros por el mismo partido político es un voto válido para dicho partido, y constituye una votación para que las personas marcadas puedan ingresar como candidatos electos.

Ayer pidieron en una conferencia de prensa. /EDH

EXHORTACIÓN Piden asistir a las urnas

Iglesias evangélicas llaman a votar por rostros

SUSANA PEÑATE
DIARIO EL MUNDO

Pastores y líderes evangélicos exhortaron ayer a sus miembros a no solo ejercer el sufragio este 11 de marzo, sino a marcar la fotografía de los candidatos.

"Votar por los rostros puede ser una motivación más para que las personas puedan acudir a las urnas, se considerarán más ejercitantes de su derecho de elegir libremente a sus gobernantes", dijo el pastor Mauricio Navas, coordinador nacional del comité "Tomando mi nación".

Aseguró que la postura de la iglesia cristiana evangélica no está en detrimento de ningún partido político, sino que pretende animar a la población a votar.

Consideran que el nuevo sistema de elección de diputados es más eficaz a la hora de razonar el voto.

"Los evangélicos tenemos que reflexionar sobre los acontecimientos, sobre la forma de funcionamiento y proyección de cada partido y de los diputados para que de manera libre, reflexiva y muy personal cada evangélico tome su decisión sobre quién va a votar", dijo Luis Ángel Díaz, supervisor nacional de Iglesia de Dios en El Salvador.

Según Josué Umaña, pastor asociado de la Iglesia El Camino, son más de dos millones de cristianos evangélicos en El El Salvador que tienen poder de decisión electoral. Espera que los políticos lo entiendan. En este sentido, hacen un llamado a los candidatos a presentar de mejor manera sus propuestas.

DECRETO TRANSITORIO, EL 940
Este decreto, en el cual se basa la forma de votación que se aplicará en las elecciones de marzo de 2012 (marcación por rostro permitido) tiene carácter temporal. Los diputados no hicieron reforma permanente.

SAN SALVADOR Alcaldesa en funciones es Paulina Aguilar

Alcalde Quijano realiza gira en el interior del país

Apoyará a candidatos a alcaldes de su partido en el Área Metropolitana.

VOTO2012

LISET ORELLANA
DIARIO EL MUNDO

A ocho días para las elecciones de concejos municipales y diputados y a tres días para el cierre de campaña, el alcalde de San Salvador, Norman Quijano, pidió permiso para dedicarse de lleno al proselitismo y cerrar, durante el fin de semana, con una gira en el interior del país.

El concejo capitalino autorizó el pasado martes a Quijano para depositar el trabajo municipal en manos de la regidora Paulina Aguilar.

Quijano viajará a Zacatecoluca (La Paz), Tecoluca (San Vicente), Usulután y San Miguel para apoyar a los candidatos a alcaldes de esas ciudades. La gira que ha empezado Quijano en los diferentes municipios del país se asemeja a las giras que realizan los candidatos presidenciales cuando están en campañas.

Al hacerle ver este escenario, Quijano solamente sonríe y responde: "Mejor, no te contesto". Prosigue diciendo que, si su liderazgo ha trascendido a otros lugares fuera de la capital, se sentirá "muy orgulloso de ayudar a sus hermanos nacionalistas".

Norman Quijano visitó el municipio de San Marcos. /CORTESÍA

Norman Quijano
ALCALDE DE SAN SALVADOR

"Mi compromiso no es solo con mi ciudad, sino con mi país, con mi partido y, si mis hermanos a alcaldes sienten que mi imagen puede ayudarles a afirmar el triunfo, lo hago con gusto y alegría"

3
Son los días que hacen falta para el cierre de la campaña electoral que es el próximo 7 de marzo.

Ayer, el jefe edilicio vistió los colores de ARENA, pero no visitó a las familias del municipio capitalino, sino de San Marcos. "Me han pedido algunos colegas a alcaldes que los apoye. Ahora estoy en San Marcos, mañana (hoy) estaré en Soyapango y lo mismo haré en San Martín, Mejicanos y Apopa", expresó el alcalde.

Las proyecciones de ARENA dicen que recuperarán estos municipios del Área Metropolitana.

Convenios

Adelantando una posible victoria del partido de derecha, algunos candidatos a alcaldes de ARENA han anunciado públicamente que realizarán convenios con la alcaldía capitalina en materia de ayuda técnica y capacitación.

"Estoy en conversaciones con (candidatos a alcaldes de) San Antonio Pajonal (Santa Ana), San Marcos, Apopa, Mejicanos y con Ezequiel Milla de La Unión para firmar convenios locales de cooperación", reconoció el jefe edilicio.

Los convenios estarían encaminados en temas financieros, apoyo en campañas de fumigación y capacitación para los agentes del Cuerpo de Agentes Metropolitanos.

MEDIDA Solo en el momento de emitir el voto

TSE prohibirá el uso de celular a la hora de votar

REDACCIÓN EM
DIARIO EL MUNDO

El Tribunal Supremo Electoral (TSE) prohibirá el uso de celulares al momento de ejercer el sufragio este domingo 11 de marzo. La próxima semana el ente colegiado tiene previsto hacer una publicación informativa sobre este tema.

El uso de telefonía celular dentro de los centros de votación y al momento de emitir el voto no está regulado por el Código Electoral ni por ninguna otra ley. "Estamos aclarando a la población sobre la prohibición de uso de celulares desde el momento que el elector toma las papeletas en sus manos, las lleva para votar, regresa y las deposita en la junta receptora", dijo Eugenio Chicas, presidente del TSE.

Durante ese trayecto no se podrá utilizar ningún celular, ninguna cámara fotográfica y ningún sistema de video.

Aún no definen qué tipo de sanción podrían recibir quienes utilicen alguno de estos dispositivos al momento de votar y tampoco si prohibirán ingresar celulares.

VISITA/SURINAM

Sánchez Cerén se reúne con Presidente

El vicepresidente de la República Salvador Sánchez Cerén fue recibido por el Presidente de Surinam, Desiré Bouterse, en Paramaribo, quien expresó su voluntad de cooperación e interés de estrechar lazos. La visita se dio en el marco de un encuentro de ministros de Educación. /CORTESÍA

PROCESO ELECTORAL

450 fiscales para auxiliar elección

CONTEO DE VOTOS.
La Fiscalía General de la República nombró a 450 fiscales que asiendan las elecciones del 11 de marzo y le den seguimiento al conteo de votos preliminar y definitivo. Estos fiscales serán distribuidos proporcionalmente en los centros de votación con mayor afluencia de votantes, expresó Salomón Padilla, Fiscal Electoral. "La Fiscalía quisiera más, pero la planilla de fiscales no alcanza. Con todo eso, estamos dando cobertura", dijo Padilla. Ellos resolverán denuncias o cualquier percance legal que ocurra en las votaciones. Según Padilla, solo en el municipio de San Salvador habrá 50 fiscales y unos 45 en Santa Tecla.

El Fiscal Electoral, Salomón Padilla se reunió ayer con la Junta de Vigilancia Electoral. /FISCALÍA GENERAL

Distribuyen paquetes en occidente

MATERIAL ELECTORAL.
La Dirección de Organización Electoral (DOE) ya distribuyó los paquetes electorales de Santa Ana, Sonsonate y Ahuachapán y para hoy tienen previsto enviar hacia la zona oriental del país. Según Edwin Bazán, subdirector de la DOE, el envío de cada paquete es custodiado por la Policía, representantes de la Fiscalía, partidos políticos y son recibidos por las Juntas Electorales Departamentales. La magistrada del TSE, Guadalupe Medina, dice que son 21,416 paquetes, 10,708 genéricos e igual número específicos. El martes próximo todos los paquetes deben estar en cada sede departamental.

Paquetes electorales. /EDM

OEA enviará 25 observadores

SUPERVISIÓN.
La Organización de Estados Americanos (OEA) enviará 25 delegados al país para el proceso electoral del 11 de marzo, según el convenio firmado ayer con el Tribunal Supremo Electoral (TSE). Arribarían hoy, liderados por la jefa de misión Lourdes Flores, de Perú.
Se espera que participen delegaciones de países como Canadá, Estados Unidos, México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú, Colombia, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay, del Caribe, España, Suiza y Alemania.

Más de 1,260 observadores a nivel nacional. /EDM

Hoja
No.

Anexo 3.

HOJA DE REGISTRO PARA NOTICIAS
"Monitoreo de la cobertura mediática de la campaña electoral 2012"

DATOS GENERALES

1. Fecha de la publicación: _____
2. Periódico: (1) LPG ____ (2) EDH ____ (3) CO LATINO _____ (4) EL MUNDO ____
3. Número de página de la noticia _____
4. Titular:_____
5. Género periodístico: (1) nota (2) entrevista (3) reportaje (4) crónica (5) semblanzas o perfiles (6) otros

IMPORTANCIA DE LA NOTICIA

6. Ubicación de la noticia en el periódico según secciones:
   (1) Nacionales/nacional (2) Economía (3) Metro/Gran San Salvador/Municipalismo (4) Departamentos/país (5) otras
7. La noticia está desarrollad en: (1) nota completa (2) breves electorales (3) otros
8. La noticia electoral aparece en la portada del periódico: (1) si (2) no
9. La madera del periódico aborda un tema electoral: (1) sí (2) no
   Título de la madera:_____
10. Número del pulgadas cuadradas:_____
11. Número de fuentes consultadas: _____
12. Tipo de fuentes consultadas: (a) candidato a diputado, (b) candidato a alcalde, (c) magistrado de la Tribunal Supremo Electoral, (d) magistrado de la Corte Suprema de Justicia, (d) dirigente de partido político, (e) diputado, (f) Presidente de la República, (g) ministro, (h) Junta Electoral Departamental, (i) Junta Electoral Municipal, (j) Junta Receptora de votos, (k) otros: _____

ASPECTOS QUE ABORDA LA NOTICIA

13. Elección a que se refiere (marcar con X todos que apliquen)		14. Partidos que se mencionan (marcar con X todos que apliquen según elección a que se refiere)												15. Actividades de PP o candidatos (marcar con X todos que apliquen según elección a que se refiere)						
		1) ARENA	2) FMLN	3) CD	4) PDC	5) PCN	6) GANA	/) PNL	8)Fraternidad Patriota Salvadoreño	9) Partido Popular	10)Concertación Nacional	11) Partido de la Esperanza	12) Independiente	1. Giras	2. Mítines	3. Participación en foros o conferencias	4. Inicio de campaña	5. Cierre de campaña	6. Elección de candidatos	7. Otros temas
1. Diputados																				
2. PARLACEN																				
3. Concejo Municipal																				
4. Todas en general																				
5. Ninguna																				

16. Si el espacio se refiere a un plan de gobierno, marcar con X el principal tema que aplique-

1) Política económica		2) Empleo		3) Genero	
4) Infraestructura o reconstrucción		5) Educación		6) Desarrollo sostenible y protección ambiental	
7) Vivienda		8) Pobreza		9) Salud	
10) Descentralización y desarrollo local		11) Violencia (homicidios, saltos, etc.).		12) Pensiones y jubilación	
13) Reformas del Estado		14) Migración		15) Justicia	
16) Lucha anticorrupción		17) Narcotráfico		18) Democracia y Estado de Derecho	
19) Reformas electorales		20) Otros		21) ninguno	

17. Si la noticia aborda un tema vinculado a la realización de las elecciones, marcar con X el principal tema que aplique- [sino pasar a la pregunta 18)

1) Gestión del TSE en la realización de las elecciones.		2) Inscripción de candidatos		3) Observación electoral	
4) Gestión de organismos temporales electorales		5) Violencia electoral		6) Reformas electorales	
7) Financiamiento electoral		8) Ninguno		9) Ninguno	

18. Si la noticia aborda temas vinculados a las reformas electorales, marcar con X el principal tema que aplique.

1) Voto residencial		2) Formula electoral		3) Formas de candidaturas o tipo de lista	
4) Calendario electoral		5) # de representantes a elegir		6) Distritos o circunscripciones electorales	
7) Reformas electorales en general		8) Registro electoral		9) Composición de organismos electorales	
10) Cancelación del PDC y PCN		11) Financiamiento electoral		12) Procedimiento a votar	
13) Otras		14) Ninguna			

19. Principal actor mencionado en la noticia

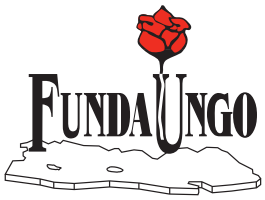
1) Partidos políticos		2) Ejecutivo		3) Asamblea Legislativa	
4) Corte Suprema de Justicia		5) Tribunal Supremo Electoral		6) Organismos electorales temporales	
7) Fiscalía General de la República		8) Medios de Comunicación		9) Observadores internacionales	
10) Empresa privada		11) Boletas		12) Candidato independiente	
13) Otros		14) Ninguno			

20. ¿Si la nota se refieren a una encuesta, a cuál encuestadora se refiere?

1) IUDOP		2) Universidad Gavidia		3) Universidad Tecnológica	
4) LPG Datos		5) Borges & Asociados		6) Mitofsky	
7) Cid Gallup		8)Diario El Mundo		9) Otra	
10) Ninguna					

21. Aborda la noticia algún tema propio de las campañas en específico.

1) Campaña sucia		2) Confrontación entre partidos o candidatos y medios.		3) Opinión o postura de alguna iglesia algún partido o candidato.	
4)Acusaciones de fraude		5) Campaña adelantada		6) Señalamientos de la empresa privada al gobierno.	
7) Enfrentamientos entre partidos		8) Problemas con el padrón electoral.		9) Otros temas	
10) Ninguno					



Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo
Avenida La Revolución, Pasaje 6, Casa No. 147
Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador
Teléfonos: (503) 2243-0406 y 2243-7816
Fax: (503) 2243-8206
Correo electrónico: contacto@fundaungo.org.sv
www.fundaungo.org.sv

Esta investigación ha contado con el apoyo de:

Programa Regional de Consolidación del Apoyo a la Democracia
y los Derechos Humanos en Centro América (Pro-Democracia)