

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



**ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS ENCUESTAS EN LOS  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA: LA PRENSA GRÁFICA Y DIARIO  
CO-LATINO, EN EL PERIODO DE CAMPAÑA PARA LAS ELECCIONES  
PRESIDENCIALES DE 2019 (OCTUBRE DE 2018 A ENERO DE 2019).**

PRESENTADO POR:

SUSANA MELINA PORTILLO HERRERA

DENNIS ALEXANDER ARGUETA FUENTES

CARNÉ:

PH15015

AF14021

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

**LICENCIADO/A EN PERIODISMO**

DRA. ROSA CÁNDIDA MARTÍNEZ ROMERO

DOCENTE DIRECTORA

CIUDAD UNIVERSITARIA, 24 DE JUNIO DE 2021

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

**SECRETARIO GENERAL**

ING. FRANCISCO ALARCÓN

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**DECANO**

MSD. OSCAR WUILLMAM HERRERA RAMOS

**VICEDECANA**

MSD. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**SECRETARIO**

MSD. CARLOS CRUZ CUBÍAS

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DEL DEPARTAMENTO**

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS CORTÉZ

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO**

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**DOCENTE DIRECTORA**

DRA, ROSA CÁNDIDA MARTÍNEZ ROMERO

## **AGRADECIMIENTO SUSANA MELINA PORTILLO HERRERA**

*Agradezco infinitamente y dedico este logro a mi mamá, Norma Guisela Herrera de Portillo, por ser no solo una madre excepcional, sino también mi motor en la vida, la persona a quien más amo en el mundo y a quien le debo todo lo que soy. Agradezco de igual forma a mi hermana, Lucy Portillo, quien siempre me apoya incondicionalmente y en quien sé que puedo depositar toda mi confianza. Además a Rex Portillo, por ser mi compañía en las noches de desvelo, por ser mi paz y mi fiel amigo.*

*Asimismo, doy las gracias a mis abuelas y abuelos por todo su apoyo y amor: a Mamachi por siempre esforzarse por hacerme sentir en casa, por sus detalles y atenciones. A Mamocha porque nunca dejó de decirme lo mucho que oraba por mi bienestar y por mis éxitos. A Papayo, por su increíble voluntad de ayudarme; jamás olvido que me acompañó en mis primeros pasos a la universidad. A Papocho por sus palabras de aliento y por siempre preocuparse por mí.*

*Igualmente quiero agradecer de una forma muy especial a la Dra. Cándida Martínez, por su paciencia y dedicación asesorando nuestro trabajo. Así como a mis amigas y amigos con quienes siempre pude contar: Lilian Gómez, Ángel Orellana, Carlos Cerón, Gabriela Cuéllar, Daniela Gonzáles, Gerson Gómez, y a mi compañero de tesis, Dennis Argueta por emprender esta investigación junto a mí.*

*Finalmente pero igual de importante, a los docentes que a lo largo de la carrera dejaron huellas en mi vida: Lic. Edgar Rivas, Lic. Denni Portillo, Dr. Roberto Pérez, Licda. Gloribel Cabrera, entre muchos otros más.*

*¡GRACIAS!*

## **AGRADECIMIENTOS DE DENNIS ALEXANDER ARGUETA FUENTES.**

*Culminar el proceso de grado fue un proceso duro y requirió de mucho esfuerzo, y en general, haber terminado la carrera fue toda una travesía que no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de mi mamá y mi papá.*

*Agradezco enormemente a mi madre, Norma Elizabeth de Argueta, quien me dio ánimos de seguir adelante a pesar de las adversidades, y siempre ha sido mi apoyo incondicional en esta vida, sin ella, yo no fuera la persona quien hoy soy.*

*A mi papá, Alexander Argueta, también le agradezco enormemente ya que ha sido también apoyo en mi proceso de crecimiento como profesional.*

*A mis dos abuelas, Mina Marroquín, quien me brindó ayuda desde que empecé mi carrera universitaria y a mi abuela Elba Amparo, quien descansa en paz, y siempre quiso verme con mi título universitario; te dedico este título querida abuela.*

*A mi compañera de tesis, Melina Portillo, también agradecerle ya que con tanta dificultad que encontramos en el camino, supimos llevar bien el proceso de graduación y supimos exactamente qué hacer ante las adversidades que se presentaron, y a quien aprecio mucho.*

*También a nuestra asesora de tesis, Dra. Cándida Martínez Romero, quien nos guió en el camino para poder realizar un trabajo de calidad, y nos señaló nuestras fallas para poder mejorar y hacer un buen trabajo.*

## ÍNDICE

RESUMEN.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPITULO I DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO .....	11
1.1 Planteamiento del problema .....	11
1.2 Tipo de investigación .....	17
1.3 Preguntas guías de la investigación.....	19
CAPITULO II JUSTIFICACIÓN .....	20
2.1 Relevancia de la investigación .....	20
2.2 Valor teórico del estudio .....	22
2.3 Implicaciones prácticas de la investigación .....	23
CAPITULO III OBJETIVOS .....	24
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
CAPITULO IV FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....	25
4.1 Formulación de la hipótesis.....	25
CAPITULO V CONSIDERACIONES TEÓRICAS-CONCEPTUALES .....	26
5.1 Antecedentes del objeto de estudio .....	26
5.2 Perspectiva teórica o paradigma teórico.....	31
5.3 Sistema de conceptos .....	34
CAPITULO VI METODOLOGÍA.....	41
6.1 Carácter del trabajo de investigación .....	41
6.2 Determinación y descripción de la técnica de investigación.....	44
6.3 Definición de la muestra o corpus de análisis .....	47
6.4 Construcción del instrumento de recolección de datos .....	52

6.5 Prueba piloto .....	57
<b>CAPÍTULO VII ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS .....</b>	<b>60</b>
7.1 “Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA” .....	60
7.1.1 Análisis del vaciado .....	71
7.2 “Encuesta de la UTEC revela interés de jóvenes en proceso electoral” .....	73
7.2.1 Análisis del vaciado. ....	84
7.3 Encuesta UCA: “78.7% de salvadoreños con intención de votar” .....	86
7.3.1 Análisis del vaciado .....	94
7.4 “Si ARENA pierde las elecciones es por su pasado político”: encuesta UFG .....	96
7.4.1 Análisis del vaciado .....	110
7.5 El tratamiento periodístico pasivo–agresivo que Diario Co-Latino realiza a las encuestas electorales.....	112
7.6 “Encuesta revela que Alianza Nuevo País supera en 2.8 a GANA” .....	115
7.6.1 Análisis del vaciado .....	121
7.7 “Martínez visita mercado aún con fe en la victoria” .....	122
7.7.1 Análisis del vaciado .....	134
7.8 “Por datos, Bukele ganaría, pero la realidad es otra” .....	136
7.8.1 Análisis del vaciado .....	144
7.9 “Población reprueba gestión de presidente Sánchez Cerén” .....	146
7.9.1 Análisis del vaciado .....	154
7.10 El tratamiento periodístico de la Prensa Gráfica es un reflejo de la manipulación editorialista.....	156
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>159</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>161</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>163</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>170</b>

## **RESUMEN**

La opinión pública constituye una representación del sentir de una sociedad sobre un tema determinado. Puede ser compilada mediante encuestas que revelan una estadística aproximada de las posturas u opiniones del sector social estudiado. Un contexto bastante común para la realización de encuestas, es la campaña previa a comicios electorales, donde se usan para conocer las preferencias del electorado sobre los partidos y candidatos en contienda.

Generalmente los resultados son publicados por los medios de comunicación; y tomando en cuenta que cada uno de éstos posee su propia línea editorial, resulta imperativo saber: si el tratamiento periodístico que reciben, está cargado de tendencia editorialista. Es decir, beneficia la candidatura que mejor representa los intereses del medio; y en ese sentido, manipula, exagera, prepondera o minimiza los datos obtenidos de las encuestas de opinión a su favor.

La razón de ser de esta investigación, recae sobre la necesidad que tiene la población de conocer, si las notas periodísticas que consume, sobre las encuestas en tiempos electorales, son intencionalmente favorecedoras para un candidato y perjudiciales para otro. Tanto para que los públicos sean más críticos al momento de consumir, como para alertar sobre un posible riesgo a la objetividad y libertad de prensa; puesto que, si bien el periodista produce la nota, es el medio quien impone la línea editorial a seguir.

## **PALABRAS CLAVE**

Tratamiento periodístico, encuesta, campaña electoral, tendencia editorialista, opinión pública, medios de comunicación, nota, partidos políticos, candidatos, elecciones.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación responde a la necesidad de realizar un **ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS ENCUESTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA: LA PRENSA GRÁFICA Y DIARIO CO-LATINO, EN EL PERIODO DE CAMPAÑA ELECTORAL.**

Tomando en cuenta que los medios de comunicación constituyen vehículos informativos realmente importantes dentro de la sociedad salvadoreña, y que responden a determinadas líneas editoriales, resulta de vital importancia definir si los lectores pueden confiar en la difusión de datos estadísticos que aparentemente reflejan la opinión pública.

En tiempo de campaña electoral, esta interrogante cobra aún más peso, dado que la población debería poder informarse de los resultados de estas encuestas, sin verse expuesta a tendencia editorialista del medio que consume. Y aunque ésta afirmación resulta un poco idealista, es preciso conocer si los datos estadísticos también son objeto de manipulación editorial.

La investigación consta de siete capítulos:

*Capítulo I:* Se encuentra la definición del objeto de estudio, que señala el planteamiento del problema acerca del manejo que los medios hacen de los datos de las encuestas. El tipo de investigación tiene cuatro características: microcomunicacional, macrosocial, sincrónica y transversal. La metodología cualitativa contiene aspectos que delimitan y permiten una mejor interpretación de las notas seleccionadas de LPG y Diario Co-Latino.

*Capítulo II:* Se justifica el tema de la investigación, que se desglosa de la siguiente manera: la relevancia, que encierra las razones sobre porqué es importante conocer el tratamiento periodístico que los periódicos hacen de las encuestas; el valor teórico y las implicaciones

prácticas de la investigación, que permiten conocer la utilidad del estudio para los interesados en la temática que buscan profundizar sus conocimientos en torno a ella.

*Capítulo III:* Está compuesto en su totalidad por los objetivos, lo cuales fueron el punto de partida y el hilo conductor del proceso investigativo, con el cual se proyectaron los fines alcanzados.

*Capítulo IV:* Se encuentra la hipótesis que orientó el camino de la investigación, constituyendo una íntima relación entre la teoría y la práctica investigativa, demostrando a través de los resultados la solución del problema planteado en este trabajo de investigación.

*Capítulo V:* Recopila variedad de antecedentes teóricos relacionados al tema de la investigación, clasificados en tres tipos: nacionales, regionales e internacionales. También contiene la perspectiva o paradigma teórico, que señala el modelo de conocimiento al que se apega a la investigación, en este caso el paradigma utilizado fue: el interpretativo. El sistema de conceptos comprende las definiciones de los términos claves del trabajo, con la finalidad de no dejar divagaciones en cuanto a los términos empleados.

*Capítulo VI:* Comprende la metodología del trabajo de investigación, donde se explica el carácter cualitativo y sus características según algunos autores, además de las razones que empujaron a su uso. También la definición de la muestra o corpus de análisis, donde se detalla el universo de las notas, hasta delimitar aquellas que fueron objeto de análisis.

La determinación y descripción de la técnica de investigación a través del análisis de contenido, que está destinado a socavar los significados de los textos, sus características y razones de su elección; la construcción del instrumento de recolección de datos, orientado a

crear las condiciones para el análisis de datos dentro de la muestra, y la prueba piloto que consistió en el análisis de una nota, ejemplificando el procedimiento.

*Capítulo VII:* Es el grueso de la investigación, pues contiene el análisis e interpretación de los datos de las ocho notas seleccionadas, a través del uso del instrumento de la investigación. Es donde se comprobó la existencia de tendencia editorialista en el tratamiento periodístico de las encuestas, haciendo uso de subcategorías de análisis. Contiene además, un análisis por cada una de las notas, y un análisis general de cada uno de los medios estudiados

Y al final del presente trabajo se establecen las conclusiones acerca de los resultados de la investigación, así como las recomendaciones para los diferentes sectores involucrados y los anexos que indican el origen de la sustracción de los datos

# CAPITULO I

## DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

### 1.1 Planteamiento del problema

El presente trabajo partió de la iniciativa de conocer a profundidad cuál y cómo fue el tratamiento por parte de los medios de comunicación sobre las encuestas realizadas por diferentes casas encuestadoras, teniendo como medios del objeto de estudio los periódicos nacionales: La Prensa Gráfica (LPG) y Diario Co-Latino.

La opinión pública tiene un gran alcance, y puede ser abordada de diferentes maneras, una de ellas es mediante las encuestas de opinión ciudadana; éstas son obtenidas por diferentes casas encuestadoras en variados periodos de tiempo, y entre los cuales, se destacan las campañas electorales ante futuras elecciones a cargos públicos.

Estos trabajos, otorgan a los individuos herramientas para establecer una idea más concreta de quién o quiénes son los candidatos o partidos políticos preferidos para el resto de la población, y tener así, una vista más general de la opinión pública.

Esto se debe, a que, para una buena parte de la población, los medios de comunicación son un buen referente de información. Y los medios, al publicar los datos de las casas encuestadoras, ayudan en gran medida, a mantener informadas a las personas y ayudarlas a tener una perspectiva más amplia de la coyuntura electoral.

A partir de aquí, los medios de comunicación brindan cobertura a estos estudios de opinión, para comunicar a sus públicos los resultados obtenidos por las casas encuestadoras; sin embargo, existen factores que pueden hacer que el tratamiento periodístico se convierta en una herramienta de desinformación o tergiversación de datos.

Si bien es cierto, resulta necesario para quienes realizan las encuestas, que los medios de comunicación masiva incluyan los resultados estadísticos dentro de su agenda informativa, pero esta relación de codependencia puede resultar negativa si la información es manipulada o se omite.

Existe una inmensa cantidad de aspectos que pueden deformar el significado real de los textos; por ejemplo, el espacio brindado, el enfoque de la nota, la información que transmite, la omisión de datos, el género, entre otros.

La incertidumbre sobre la veracidad y objetividad con la que los medios tratan estos datos estadísticos, es un problema; no solo por el fuerte deterioro al periodismo y a la credibilidad de medios y periodistas; sino porque las audiencias se exponen a recibir un mensaje manipulado, y por defecto a otorgarle credibilidad.

Las piezas periodísticas que sufren alteraciones, generalmente son vendidas al público como género informativo y no de opinión. Es aquí donde surge la interrogante: ¿los resultados de las encuestas que los medios publican, representan a la realidad o poseen carga subjetiva que refleja la línea editorial del medio?

Es por ello, que analizar el tratamiento que los medios de comunicación dan a las encuestas de opinión en los periodos electorales, se vuelve importante; no solo porque la objetividad es un deber de los profesionales de la comunicación; sino porque la información que presenten, puede llevar implícita cierta influencia hacia la decisión de los votantes, lo cual marcará el rumbo de una comuna, parlamento, o bien, del país entero.

En otras palabras, se conoce de antemano que cada uno de los medios que se eligieron para la investigación, poseen una muy definida línea editorial, la cual responde a los intereses del

grupo económico, político o social que representan. Sabiendo esto, no es difícil suponer que si este grupo posee un candidato político preferido dentro de la contienda electoral, las publicaciones del medio se inclinen por beneficiarlo.

En ese sentido, el sesgo de información tendría una intención lógica hacia las personas que consumen el medio, y entonces es una realidad que debe estudiarse.

De igual forma, existen estudios de opinión generados por los mismos medios, esto con el fin de crear sus propios datos. Un claro ejemplo es LPG Datos, casa encuestadora de La Prensa Gráfica, uno de los medios que se estudió.

Sin embargo, no se sabe a ciencia cierta si los datos proporcionados por este medio, son fidedignos o solo responden a intereses particulares. En la actual sociedad salvadoreña, los medios de comunicación juegan un papel importante en las campañas electorales, pues aparte de ser empresas de publicidad, también dan cobertura a las actividades de los candidatos.

Cabe recalcar que la prensa escrita se ha visto fuertemente amenazada por las nuevas plataformas digitales, esto debido a que día con día aumentan las personas que prefieren consumir los medios digitales en lugar de los impresos. Ya que poseen características que los primeros no: son más económicos, inmediatos y resultan más atractivos visualmente. Sin embargo, la prensa escrita sigue ejerciendo influencia sobre los públicos, generalmente los de mayor edad. (Shearer, 2018).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>SHEARER, Elisa (2018) *“Las redes sociales superan a los periódicos impresos en los EE. UU. Como fuente de noticias”*.

Aunque, en El Salvador los periódicos impresos, pese a que se han visto obligados a publicar sus contenidos también de forma digital, sus impresos siguen fuertes y latentes, gracias a que los públicos los continúan comprando.

Estos públicos han ido en constante evolución juntamente con los medios de comunicación que los consumen. Y aunque esta investigación no profundiza sobre: si es la opinión pública quien determina la agenda de los medios, o si son los medios quienes determinan los temas que abarca la opinión, sí reconoce la relación estrecha entre ambos.

Para el caso, en El Salvador, la coyuntura electoral siempre ha mantenido un ambiente de duda para algunos y de esperanza para otros. Esto debido a las importantes problemáticas sociales que aquejan a la población; tales como: inseguridad, desempleo, pobreza, carencia de vivienda digna, de servicios básicos, problemas con el acceso a educación, salud y demás necesidades que le corresponde satisfacer al Estado.

Ante tal situación, y como cambio colateral de la firma de los acuerdos de paz, el pueblo salvadoreño se ha vuelto cada vez más expectante de los cambios que los gobiernos realizan, de las promesas de campaña de los candidatos y del desempeño en general durante los años de gestión.

Esto ha provocado, que los candidatos lleven a cabo campañas más intensas, en las que sus propuestas son cada vez más populistas, ya que están encaminadas a subsanar las necesidades antes mencionadas. Razón por la que con el pasar de los años y de los gobiernos, pierden credibilidad e impacto en la población, ya que nunca se concretan tal y como se proponen.

Para el caso, en el contexto del año 2018 y 2019, donde se realizó la campaña presidencial, en El Salvador, el bipartidismo de izquierda – derecha (Partido Alianza Republicana

Nacionalista, ARENA – y el partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional, FMLN), no pasaban por su mejor momento.

La credibilidad de ambos partidos políticos estaba muy baja, razón por la cual, el llamado “fenómeno Bukele”, tuvo mucho auge e influencia. Y esto, desencadenó una fuerte competitividad entre el partido ARENA con su candidato Carlos Calleja y Nayib Bukele, candidato del partido Gran Alianza por la Unidad Nacional (GANU).

Por otra parte, durante el periodo de campaña, fue frecuente encontrarse con publicidad en los medios de comunicación, pagada por los candidatos/partidos políticos. De la misma forma, los medios brindaron cobertura a sus actividades y eventos. Y por lo que se observó en los periódicos estudiados, la cobertura suele ser a todos, pero se diferencia en el tratamiento periodístico que le dieron a cada uno, dependiendo de la línea editorial del medio.

Sin embargo, lo preocupante de esto, y lo que fue en sí el problema de esta investigación, es la influencia que la línea editorial pueda tener sobre el tratamiento periodístico brindado a las encuestas de opinión, dado que estas, consisten en datos estadísticos que no deberían tener ningún cambio o alteración de su estado original.

Al mismo tiempo, nace otra problemática: la influencia que la línea editorial tenga sobre la agenda informativa, y que conlleve a la cobertura de unas encuestas y la omisión de otras. Y donde la campaña presidencial, que inició en octubre de 2018 y finalizó en enero de 2019, no fue la excepción.

No es un secreto la línea editorial de cada uno de los periódicos que se estudiaron responden a una determinada línea editorial: La Prensa Gráfica a una de derecha, con preferencia hacia

el candidato de ARENA, Carlos Calleja; mientras que el Diario Co-Latino tiene una marcada tendencia izquierdista y, por ende, hacia el candidato del FMLN, Hugo Martínez.

Y ya que, en esta campaña, fue obvia la popularidad del candidato de GANA, Nayib Bukele, por encima de los otros candidatos, y resultó muy curioso conocer el tratamiento periodístico que brindaron a las encuestas, puesto que, la popularidad de Bukele, lo hizo situarse a la cabeza de las mismas.

## 1.2 Tipo de investigación

Para realizar el “análisis del tratamiento periodístico de las encuestas en los medios de comunicación impresa: La Prensa Gráfica y Diario Co-latino, en el periodo de campaña electoral (octubre de 2018 a enero de 2019)”, se delimitaron cinco características que se presentan a continuación: *microcomunicacional*, *macrosocial*, *sincrónico*, *transversal* y *cualitativo*. Ejes que brindaron un panorama del tipo investigación al que pertenece la temática.

Esta investigación es **microcomunicacional**, porque de la gran cantidad de medios de comunicación e información que existen en El Salvador, se trabajó con la prensa escrita, y dentro de ella se tomaron en cuenta dos rotativos: La Prensa Gráfica y Diario Co-latino, únicamente se eligió la sección nacional de cada uno de ellos.

Esta investigación es de carácter **macrosocial** porque involucra a toda una población, en este caso, a los habitantes de todo el país: los salvadoreños. Pues son todos ellos quienes están directamente expuestos al tratamiento periodístico de los medios estudiados, y de igual forma, están involucrados en la contienda electoral y todo lo que ésta conlleve.

Dentro de la sección de noticias nacionales, se eligió aquellas noticias que fueran sobre los resultados de encuestas de opinión en el periodo de campaña electoral (octubre de 2018 a enero de 2019), por tal razón, es **sincrónica**, por la determinación de un periodo delimitado.

Al mismo tiempo, es una investigación **transversal**, puesto que se hizo sobre un texto situado en la noticia que es concreto, elaborado con base a datos independientes y ya existentes y que fueron codificados por el medio para la comprensión de la audiencia, pues ella no fue espectadora directa del acontecimiento en sí.

Consecuentemente, el carácter del estudio es **cuantitativo** debido a que los investigadores tomaron los textos estudiados para realizar, a través de ellos, un análisis del tratamiento periodístico que ha sido dado a cada uno. Ya que este trabajo está orientado a conocer de forma holística el significado del texto, y no un conjunto de datos cuantitativos.

### **1.3 Preguntas guías de la investigación**

¿Cómo es el tratamiento periodístico que La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino brindaron a las encuestas en el periodo de campaña electoral para las elecciones presidenciales de 2019, de octubre de 2018 a enero de 2019?

## **CAPITULO II**

### **JUSTIFICACIÓN**

#### **2.1 Relevancia de la investigación**

- Investigar el tratamiento periodístico de las encuestas en los medios de comunicación impresa dentro de periodos de campaña electoral, permitió identificar el tratamiento periodístico que cada medio realizó a las encuestas, y se determinó si estos medios dejan que su línea editorial marque una tendencia política en las publicaciones de los datos estadísticos.
- La investigación permitió saber si los productos periodísticos publicados por los medios, tenían como objetivo dar a conocer los resultados de las encuestas a la población, o si, por otro lado, fueron utilizados con el fin de incidir en la opinión pública y por ende en el resultado electoral.
- Este trabajo expone la investigación de un problema actual en el país, que no muere con la campaña presidencial de las elecciones del 2019; sino que, por el contrario, continúa y evoluciona con el tiempo.
- La investigación plantea que no se puede dar total credibilidad a las publicaciones de los medios, ni siquiera cuando éstas sean meramente datos estadísticos. Lo que hace a los lectores más críticos ante los contenidos de los medios.

- Este estudio entonces, no significa la erradicación del problema, pero sí una ventana mediante la cual vio la luz. Y a la par, esto marcará el camino para que los lectores puedan darse cuenta de la existencia de esta situación, donde deben estar más atentos a la información brindada por los medios de comunicación.

## **2.2 Valor teórico del estudio**

- Este trabajo contempla la relación entre publicaciones de un medio y la influencia de su línea editorial, como muchos otros trabajos ya tratados; pero aportará actualidad y al mismo tiempo un nuevo concepto, que poco ha sido tomado en cuenta: las encuestas.
- También es de recalcar que El Salvador se queda corto en la existencia de investigaciones relacionadas con este tema, por lo que la realización de la misma, aportará su parte para que la sociedad salvadoreña, posea una nueva aproximación teórica sobre el tema y posea así investigaciones locales.
- Además, la investigación contribuirá a los estudios de propaganda y publicidad política, dado que señala el uso de las encuestas de opinión como parte de estas dos.
- Y a su vez, este trabajo servirá como fuente o referencia para presentes y futuras investigaciones que mantengan relación con la temática tratada.

## **2.3 Implicaciones prácticas de la investigación**

- Asimismo, esta investigación dará un precedente para futuros trabajos, aportando así, también su parte a la academia. Asimismo, ofrecerá alternativas o recomendaciones a los medios de comunicación para el tratamiento periodístico de encuestas relacionadas a temas electorales.
- Por otra parte, esta investigación apoyará a toda una sociedad en el ámbito político, pues, más allá de plasmar una serie de ideas, puede apoyar a las personas tomar las mejores decisiones, posturas, entre otras actividades que la política requiere de una sociedad entera.
- Además, servirá de guía para docentes y estudiantes en el ámbito académico, y sea como consulta o como base fundamental del proceso de enseñanza – aprendizaje.
- El trabajo será de gran importancia para los periodistas de los medios de comunicación que vayan a realizar textos periodísticos acerca de los resultados de encuestas de opinión, ya sea en tiempo de campañas electorales o no.
- De la misma forma, servirá para los profesionales del periodismo que se dispongan a producir textos referentes a la opinión pública.

## CAPÍTULO III

### OBJETIVOS

#### Objetivo General

1. Realizar un análisis del tratamiento periodístico de las encuestas que hicieron los medios de comunicación impresa: La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino, en las elecciones presidenciales de 2019, octubre de 2018 a enero de 2019.

#### Objetivos Específicos

1. Determinar si La Prensa Gráfica involucra su **tendencia editorialista** de derecha y el Diario Co-Latino de izquierda, en el tratamiento periodístico que hacen de las encuestas de la elección presidencial de 2019.
2. Identificar si el tipo de **fuentes, adjetivos, sustantivos y adverbios** utilizados en las notas de las encuestas, reflejan la tendencia editorialista de cada medio.

## **CAPITULO IV**

### **FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

#### **4.1 Formulación de la hipótesis**

El tratamiento periodístico de las encuestas en los medios de comunicación impresa: La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino, en el periodo de campaña presidencial (octubre de 2018 a enero de 2019), contiene tendencia editorialista que se refleja por medio del uso de fuentes, adjetivos, sustantivos, y adverbios dentro de las notas. Y cuya tendencia es acorde a la línea editorial del medio (LPG: Derecha; Diario Co-Latino: Izquierda).

## CAPITULO V

### CONSIDERACIONES TEÓRICAS-CONCEPTUALES

#### 5.1 Antecedentes del objeto de estudio

Se buscaron trabajos o estudios realizados anteriormente que estén relacionados con el tema tratado en este documento, dicha búsqueda se detalló de manera: nacional, regional e internacional.

- **Antecedentes Nacionales**

Los antecedentes nacionales se encontraron indirectamente relacionados al tema, ya que la investigación es un tanto novedosa y dentro de la búsqueda en bibliotecas internas y externas a la Alma Mater no se pudieron encontrar documentos o investigaciones directamente relacionadas al tema de encuestas y su tratamiento periodístico específicamente.

En la Universidad José Simeón Cañas (UCA), se encontró la tesina: “Estrategias de la comunicación y marketing político implementadas en las campañas electorales presidenciales”, realizada por la estudiante Chévez Reynosa, Nelly Arely, 2010, tesina que trata sobre el estudio cualitativo exploratorio, realizado en la época de las elecciones presidenciales de 2009.<sup>2</sup>

Ella plantea que la comunicación política y marketing político proporcionan insumos para poder llegar a sus votantes, y en esa campaña electoral, ambos partidos y otros actores políticos utilizaron una diversidad de estrategias de comunicación política y de marketing político para destacar sus fortalezas y convencer a los ciudadanos a votar a favor de ellos.

---

<sup>2</sup> CHÉVEZ REYNOSA, Nelly Arely, (2010), tesina denominada: “Estrategias de la comunicación y marketing político implementadas en las campañas electorales presidenciales”, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA.

Al mismo tiempo, se utilizaron estrategias para atacar a sus adversarios, en donde los medios de comunicación y su trabajo periodístico sirvieron como vehículo para poder llegar a muchas personas.

En la Universidad de El Salvador se encontró la tesina llamada: “Análisis de tratamiento periodístico del tema hídrico durante el año 2015 en medios digitales, impresos, radiofónicos y televisivos en El Salvador, de febrero a agosto de 2016”, realizada por los estudiantes García Acosta, Mirian Marcela y Peña Menjívar, Blanca Iris, 2016.<sup>3</sup>

Este trabajo, si bien no está directamente relacionado con el tema de las encuestas de opinión o temas electorales, sí representa un antecedente, puesto que el objetivo fue realizar un análisis del tratamiento periodístico, de la misma forma que en la presente investigación. Razón por la cual, fue tomado en cuenta dentro de este apartado.

En la Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo, FUNDAUNGO El Salvador, se encontró un estudio titulado: “Medios y Campaña Electoral en 2012, uso de monitoreo de prensa escrita”, realizado por las investigadoras Miranda Duke, Alicia Elena y Alvarenga, Érika Mélida, año 2012.<sup>4</sup>

Ellas trabajaron en un estudio de carácter cuantitativo y abordaron a los medios de comunicación como actores del sistema político salvadoreño.

---

<sup>3</sup> ACOSTA, Mirian Marcela y PEÑA MENJÍVAR, Blanca Iris, (2016), tesina denominada: “Análisis de tratamiento periodístico del tema hídrico durante el año 2015 en medios digitales, impresos, radiofónicos y televisivos en El Salvador, de febrero a agosto de 2016”, departamento de periodismo, de la Universidad de El Salvador.

<sup>4</sup> MIRANDA DUKE, Alicia Elena, ALVARENGA, Érika Mélida, (2012), “Medios y Campaña Electoral en 2012, uso de monitoreo de prensa escrita”, FUNDAUNGO, primera edición, septiembre de 2012, 47 pag. <https://www.fundaungo.org.sv/products/medios-y-campana-electoral-2012-monitoreo-de-la-prensa-escrita/121>.

El monitoreo se realizó entre el 11 de noviembre del 2011 hasta el 11 de marzo del 2012, en el marco de las elecciones para diputados y concejos municipales. En esos años 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.

Las preguntas fundamentales de FUNDAUNGO fueron: ¿Cómo fue esta cobertura?, ¿Cuáles fueron los énfasis temáticos?

El trabajo es un precedente importante de un análisis de medios salvadoreños a la cobertura que estos dieron a la campaña electoral, tema que está relacionado al de las encuestas pues ambos son entes protagónicos dentro del periodo de campaña electoral.

- **Antecedentes Regionales:**

La revista Latinoamericana de Opinión Pública expuso un artículo denominado: “Efectos de la exposición a los medios de comunicación y la discusión en las actitudes hacia la política”, realizada por Maldonado, Gerardo y Torcal, Mariano, año 2014.<sup>5</sup>

Ellos hablan del desgaste que los medios de comunicación e intermediarios, hacen hacia la política, generan en las audiencias ciertos efectos bajo ciertas circunstancias.

En este artículo se utilizaron los datos del Comparative National Elections Project (CNEP).

El CNEP reúne datos individuales de encuestas representativas a nivel estatal, en diversos

---

<sup>5</sup> MALDONADO, Gerardo y TORCAL, Mariano, (2014) “Efectos de la exposición a los medios de comunicación y la discusión en las actitudes hacia la política”, Revista Latinoamericana de Opinión Pública, [https://www.researchgate.net/publication/340073041\\_Efectos\\_de\\_la\\_exposicion\\_a\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion\\_y\\_la\\_discusion\\_en\\_las\\_actitudes\\_hacia\\_la\\_politica](https://www.researchgate.net/publication/340073041_Efectos_de_la_exposicion_a_los_medios_de_comunicacion_y_la_discusion_en_las_actitudes_hacia_la_politica).

países y de elecciones que contienen información sobre los mecanismos de intermediación a través de los cuales los ciudadanos reciben información sobre políticas públicas, partidos políticos, candidatos y política en general durante el tiempo de campaña electoral.

- **Antecedentes Internacionales:**

En el Reino Unido, Maxwell McCombs publicó el libro titulado: “Estableciendo la Agenda”, año 2004, libro que resalta que los medios de comunicación poseen un papel relevante, y a veces polémico porque son los fijadores de la agenda pública.<sup>6</sup>

El libro se centra en presentar las ideas básicas sobre el papel de los medios de comunicación a la hora de configurar la opinión pública, ya que para Maxwell, este libro sirve de guía para aquellos que quieran estudiar la comunicación de masas dentro de la opinión pública; este libro también estudia el carácter ético que los periodistas ponen a prueba, como el periodismo es vinculado a la opinión pública y como los medios de comunicación se contestan estas preguntas: ¿Realmente representa la agenda mediática lo que el público necesita saber? y ¿Quiénes somos nosotros para pensar que deberíamos fijar en la agenda de la nación?.

Herbert Gans, quien realiza un análisis de contenido tanto cualitativo como cuantitativo de los noticieros de la CBS y de la revista Newsweek, concluye que los medios privilegiaban como fuentes informativas a los personajes políticos, económicos y culturales más renombrados.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> McCOMBS, Maxwell (2004), *“Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento”*, Inglaterra, Polity Press. Cambridge.

<sup>7</sup> Gans, H. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time New York*: Vintage.

Este artículo, se centra en exponer su aplicación práctica en un marco informativo concreto, que lo conforman los contenidos internacionales, bajo un factor influyente específico, que es el internet. Y más que incidir en los resultados, lo hace en la metodología que se usa para obtenerlos. En conclusión, este estudio sirve para identificar las ventajas y desventajas de utilizar la red informática como fuente de información. Algo muy útil para periodistas, como para cualquiera que se enfrente a la elaboración de contenido que vaya fundamentado en otros contenidos ya existentes.

## 5.2 Perspectiva teórica o paradigma teórico

La acuñación del término “paradigma” se le atribuye a Thomas Kuhn: "un paradigma es lo que comparten los miembros de una comunidad científica y, a la inversa una comunidad científica consiste en unas personas que comparten un paradigma", (Kuhn, 1986).<sup>8</sup>

En ese sentido, en este trabajo se pretendió establecer un conjunto de ideas sobre la naturaleza de la ciencia con base en un paradigma. Y que, para el caso, el grupo investigador tomó a bien utilizar el **Paradigma Interpretativo** para la realización de esta investigación.

Este paradigma busca profundizar en el conocimiento y comprensión del porqué de la realidad. También, es denominado paradigma cualitativo, fenomenológico, naturalista o humanista interpretativo. Comprende que la realidad es dinámica, diversa y holística, dirigida al significado de las acciones humanas, la práctica social, a la comprensión y significación.<sup>9</sup>

Se ha dicho que el paradigma interpretativo se presentó como una alternativa a las limitaciones del paradigma positivista en el campo de las Ciencias Sociales y de la Educación, al considerar las diferencias de éstas con relación a las Ciencias Naturales (Ricoy, 2006)<sup>10</sup>

Este paradigma “tiene sus antecedentes históricos en la fenomenología, el interaccionismo simbólico interpretativo, la etnografía, la antropología, etc. Sus impulsores surgen de la

---

<sup>8</sup> Kuhn, T. (1986): *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, México.

<sup>9</sup> GONZALES MORALES, Alfredo, “*Paradigmas de investigación en las Ciencias Sociales*”, pág. 1, <http://es.scribd.com/doc/51258800/Paradigmas-de-investigacion-en-las-ciencias-sociales>

<sup>10</sup> RICOY LORENZO, Carmen (2006) “*Contribución sobre los paradigmas de investigación*”, Santa María, RS, Brasil, pág 16.

escuela alemana y se considera a Husserl su fundador. Entre sus autores más representativos están: Dilthey, Baden, Berger, Shutz, Mead, Blumer, Lukman”.

Según Patton, (citado por Merino, 1995: 33-35) las principales las características de la investigación del Paradigma Interpretativo son: <sup>11</sup>

- **Investigación naturalista:** Estudia las situaciones ubicándolas en el mundo real, tal y como se desenvuelven naturalmente; hay una actitud no manipuladora, no obstruida y abierta a lo que surja, sea lo que sea hay una ausencia de restricciones o resultados predeterminados.
- **Análisis inductivo:** Inmersión en los detalles o en las especificidades de los datos para descubrir las categorías, dimensiones e interrelaciones; comenzando por explorar con preguntas auténticamente abiertas, en lugar de probar deductivamente hipótesis derivadas de la teoría.
- **Perspectiva holística:** El fenómeno estudiado como totalidad, es apreciado en su carácter de sistema complejo, que es más que la suma de sus partes, se enfoca sobre las interdependencias complejas que no son reducidas a propósito a unas cuantas variables que indiquen discreta y linealmente, relaciones de causa-efecto.
- **Datos cualitativos:** Descripción detallada, espesa, investigación en profundidad, anotaciones directas que captan las experiencias y perspectivas personales
- **Flexibilidad del diseño:** Dispuesto a adaptar la investigación, conforme se profundiza la comprensión o cambian las situaciones; evita encerrarse en un diseño rígido que elimine su capacidad de responder a situaciones emergentes.

---

<sup>11</sup> MERINO, C. (1995): *Metodología cualitativa de la investigación psicosocial*, UNAM-CISE, España

Con base en lo anterior, el grupo investigador determinó que el Paradigma Interpretativo era la mejor opción para la realización del análisis del tratamiento periodístico de las encuestas en los medios de comunicación impresa: La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino, en el periodo de campaña presidencial (octubre de 2018 a enero de 2019).

Al realizar el análisis del tratamiento periodístico, se descubrió que las notas de los medios estudiados poseen tendencia editorialista. Esto se pudo lograr desde una perspectiva interpretativa, ya que los datos utilizados son de carácter cualitativo y merecieron una interpretación más flexible que si fueran cuantitativos.

Además, la investigación determinó que las razones del tratamiento periodístico, así como aspectos más específicos, como el uso de fuentes de información, la elección de los géneros periodísticos y la omisión de algunas encuestas; son el resultado del contexto político en el que se embarcan los diferentes medios de comunicación; y el contexto social del país en la coyuntura electoral.

Dicho contexto socio político, que permitió profundizar en el fenómeno estudiado, es el resultado de un análisis interpretativo realizado por el equipo investigador. Y que, aclarando, fue posible gracias a la base del Paradigma Interpretativo.

### 5.3 Sistema de conceptos

Dentro la investigación se hizo un análisis del tratamiento periodístico de las encuestas en los medios de comunicación impresa: La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino, en el periodo de campaña para la elección presidencial de 2019 (octubre de 2018 a enero de 2019), dado que los contenidos de los medios son importantes por la forma en que repercuten dentro de la sociedad.

La importancia que tengan estos medios en la sociedad, depende en gran parte de la cantidad de individuos que los consuman. Existe una relación entre lo que los medio publican y los temas que se vuelven relevantes dentro de la opinión pública.

El filósofo inglés, John Locke, aunque desde un cierto escepticismo sobre la capacidad política de las masas, afirmó que la articulación de la opinión pública, entendida de forma general como “poder político de las masas”, es una parte muy importante de la vida política.<sup>12</sup>

Sin embargo, para efectos de esta investigación, la **opinión pública** según Noelle-Neumann, (1995), se define como: “opiniones y comportamientos que hay que expresar o adoptar si el individuo no quiere aislarse. El orden vigente es mantenido, por un lado, por el miedo individual al aislamiento y la necesidad de aceptación, y, por otro, por la exigencia pública, que tiene el peso de la sentencia de un tribunal, que hace que nos adaptemos a las opiniones y a los comportamientos establecidos. Y así, para ella, la opinión pública es la aprobación y desaprobación de las opiniones y los comportamientos que observamos a nuestro alrededor,

---

<sup>12</sup> GARCÍA ESCRIBANO, Juan José, (2017) *Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política*.

y el fenómeno de la espiral del silencio es una reacción ante la aprobación y la desaprobación patente y visible en el marco de constelaciones cambiantes de valores”.<sup>13</sup>

En ese sentido, existen intereses dentro de una sociedad para que determinados grupos políticos quieran tener el control de la opinión pública. Una de las coyunturas más usuales, son las campañas electorales. Dado que la influencia sobre la opinión de la sociedad, repercute sobre el voto que ésta realice.

El término **campaña electoral** se emplea para nombrar al proceso en el cual quienes se postulan como candidatos para acceder a un cargo político difunden sus propuestas con el objetivo de convencer a los votantes.

“La finalidad de estas campañas es seducir a los electores para influir en su decisión a la hora de emitir el sufragio. Durante una campaña electoral, un candidato intenta dar a conocer su proyecto político”, (Pérez y Porto, 2016).<sup>14</sup>

Dentro de este periodo, surge la necesidad de conocer la opinión pública referida a las preferencias que los individuos poseen sobre los candidatos/ partidos en contienda. Ante esto, la técnica más utilizada generalmente es la encuesta.

Dentro del ámbito científico, la encuesta se usa como una herramienta de recolección de datos. Pero, dentro de esta investigación, se denomina que una **encuesta** “es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos

---

<sup>13</sup> NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, (1995), *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós. Barcelona, 1995.

<sup>14</sup> PÉREZ PORTO, Julián; y GARDEY, Ana; (2016) (*texto completo: Definición de: Definición de campaña electoral* (<https://definicion.de/campana-electoral/>)).

estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”.<sup>15</sup>

Las encuestas que se plantearon en la investigación responden a temas electorales, pues para este trabajo fue importante, como su tema bien lo dice, analizar el tratamiento periodístico que los medios escogidos realizaron de las encuestas cuya delimitación temporal establecida, responde a la campaña electoral de las elecciones presidenciales de 2019.

Por tal razón, resulta inminente brindar una definición de **tratamiento periodístico**, que sirva de guía para entender mejor el análisis realizado. Y José Martínez de Sousa (1992), lo define como “la manera peculiar de ofrecer una información. (Es decir, aplicación a esta de la forma más adecuada para presentarla al lector: encuesta, entrevista, informe, reportaje, editorial, etc.)”.<sup>16</sup>

En ese sentido, los medios de comunicación utilizan diferentes recursos para dar tratamiento a los temas que publican. Y generalmente, cuando construyen sus contenidos, los periodistas utilizan fuentes que les brinden información, o bien, les muestra un punto de vista diferente al que ya poseen.

Y según el portal virtual de la biblioteca de la Universidad de Alcalá, de Madrid, se denominan **fuentes de información** a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles.

---

<sup>15</sup> GARCÍA FERRANDO, Manuel; ALVIRA, Francisco; ALONSO, Luis Enrique y ESCOBAR, Modesto (comps.), (2016), “El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación”, *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 154, abril-junio, 2016, pp. 165-169 Centro de Investigaciones Sociológicas Madrid, España.

<sup>16</sup> MARTÍNEZ DE SOUSA, José (1992) “*Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*”.

Estos datos se usan para satisfacer una demanda de información o conocimiento.<sup>17</sup>

Para la catedrática española Mar de Fontcuberta, (1993), la importancia de las fuentes en el proceso de construcción de las noticias no admite cuestionamientos: “Un medio sin fuentes es un medio muerto”.

Y esto sucede porque, a menos que se trate de hechos programados –una sesión parlamentaria, una competencia deportiva, un espectáculo, la mayoría de los periodistas no ha sido testigo presencial de aquello sobre lo que informa.<sup>18</sup>

Asimismo, en las fuentes existen distintas posturas tales como las de derecha e izquierda, como lo muestra Lawson (2002) en su estudio de los cambios en la prensa asociados a la transición hacia la democracia, dentro de los periódicos se manifiestan orientaciones políticas referentes a posturas políticas (ejes izquierda o derecha o liberal-conservador) pero también referentes a posturas hacia el gobierno (colocando en un extremo a la prensa oficialista o progubernamental y al otro la prensa de combate, marginal o de oposición al gobierno).<sup>19</sup>

Estas posturas a las cuales los medios de comunicación están orientados, se realizan con la ayuda de todo tipo de fuentes que tengan esa ideología derechista o izquierdista, ya que con su ayuda toda la información tiene mayor sustento en sus noticias, editoriales o entrevistas.

---

<sup>17</sup> UNIVERSIDAD, Alcalá, Madrid (*Texto completo:*  
<http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/index.html#:~:text=Se%20denominan%20fuentes%20de%20informaci%C3%B3n,parte%20del%20proceso%20de%20investigaci%C3%B3n>).

<sup>18</sup> DE FONTCUBERTA, Mar, “*La noticia. Pistas para percibir el mundo*”, Paidós, Buenos Aires, 1993.  
[https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar.pd/files/9\\_Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20\(AIbertini%20-Ruiz\).pdf](https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar.pd/files/9_Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20(AIbertini%20-Ruiz).pdf)

<sup>19</sup> LAWSON, Chappell H. (2002): “*Building the fourth estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico*”, Berkeley / Los Angeles, University of California Press.

Precisamente, las fuentes de información son una parte que define a la tendencia editorialista de los medios, y dentro de esta investigación se indagó si en las notas estudiadas se hallaba esa dicha tendencia. Entendiendo operativamente **tendencia editorialista**, como la inclinación o disposición que tengan los textos, a obedecer la línea editorial del medio que los publica. Independientemente, si el género al que responden no es de opinión, sino de información.

Es decir, que si un medio posee una línea editorial de izquierda, va a favorecer, en sus textos sobre las encuestas, al candidato/partido de izquierda. Así mismo, la agenda que los medios trazan para dar cobertura a los diferentes acontecimientos, está regida por su línea editorial.

Entendiendo que **cobertura periodística** “es en definición bastante elemental y esquemática, el acto o la sucesión de actos para buscar, encontrar, interpretar y un suceso de actualidad (que ocurre en el presente o aconteció en el pasado, pero se hace presente) que tiene para el receptor algún interés” (Tamayo, 2006).<sup>20</sup>

Para determinar y poder saber cuál es la tendencia editorialista de un medio, es necesario conocer los **adjetivos**, los cuales Demonte (1991:258), en su libro “Detrás de la palabra. Estudios de gramática del español”, lo define como modificadores directos del nombre que, frente a los determinantes, están dotados de significado léxico y forman una clase abierta integrada por un número no finito de miembros.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> TAMAYO LEÓN, René (2006) “*Taller por una cobertura periodística más profesional. Notas de un reportero*” (texto completo: <https://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110502-taller-por-una-cobertura-periodistica-m-s-profesional.-notas-de-un-reportero.php>).

<sup>21</sup> DEMONTE, Violeta (1991), “*Detrás de la palabra. Estudios de gramática del español*”. Madrid: Alianza Editorial

Estos adjetivos pueden ser adjetivos positivos o negativos, ayudando a destacar a un candidato y a otros no. Y también pueden ser neutros, los que operativamente se entienden como adjetivos que no cumplen la función de exaltar ni perjudicar a nadie. Todo depende de la forma en que el periodista y el medio los expresen en las notas periodísticas para referirse a una persona o una cosa.

“El adjetivo es la palabra que acompaña al sustantivo y concuerda con él en género y número, limita el significado del sustantivo y generalmente se coloca después del sustantivo, pero a veces también aparecen antes de éste para reforzar su valor. En algunos casos los adjetivos cambian su significado dependiendo del lugar en el que se coloquen”.<sup>22</sup>

Otro termino son los **sustantivos**, los cuales son de acuerdo a Fernández (1983), en su libro “Didáctica de la gramática”, son palabras que se refieren a objetos, vegetales, seres vivos (personas y animales), lugares, manifestación de sentimientos, de estados, comportamientos, propiedades, acciones, conceptos y acontecimientos a las que se les otorga una entidad, por el simple hecho de darles un nombre.<sup>23</sup>

En sentido estricto, **adverbio** designa una clase de palabras invariables en su significante y a menudo no descomponibles en signos menores, destinadas en principio a cumplir por sí solas el papel de adyacente circunstancial del verbo. Esta función no impide que, dentro de

---

<sup>22</sup> ASENSI, Jesús González, NIEVES Mínguez y MOGOLLÓN, González, (1991). “Gramática española”, México: Santillana.

<sup>23</sup> FERNÁNDEZ, Sonsoles (1983), “Didáctica de la gramática”, Madrid, Narcea, pág. 137.

un grupo unitario nominal, se presente el adverbio como un adyacente de un adjetivo o de otro adverbio distinto (Alarcos, 1994).<sup>24</sup>

Otro concepto de suma importancia en esta investigación son las **inferencias**, y según Parodi (2005:51) define las inferencias como “el conjunto de procesos mentales que a partir de la información textual disponible y la correspondiente representación mental coherente elaborada por quien lee, un sujeto realiza para obtener un conocimiento nuevo no explicitado, toda vez que se enfrenta a la comprensión de un texto dado”.<sup>25</sup>

En el mismo marco de esa construcción de sentidos, para León (2003), la inferencia se entiende también como proceso de edificación sobre bases antiguas, esto es, la elaboración de conocimientos que se conectan con saberes anteriores cuya activación permite construir puentes entre la información ya leída y la del conocimiento previo ya consolidado.<sup>26</sup>

Las inferencias son una herramienta de utilidad en cualquier investigación ya que le permiten al investigador, a partir de los datos analizados, hacer interpretaciones sobre la problemática estudiada, y en esta investigación las inferencias fueron de gran utilidad para determinar las tendencias editorialistas en las publicaciones analizadas de La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino.

---

<sup>24</sup> ALARCOS, E. (1994), “*Gramática de la lengua española*”, Madrid: Real Academia Española, Espasa-Calpe.

<sup>25</sup> PARODI, Giovanni. (2005), “*Comprensión de textos escritos*”, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

<sup>26</sup> LEÓN, José Antonio. (2003), “*Conocimiento y Discurso. Claves para inferir y comprender*”, Madrid: Pirámide.

## CAPITULO VI

### METODOLOGÍA

#### 6.1 Carácter del trabajo de investigación

El carácter que se escogió para este trabajo fue el cualitativo, debido a que este permite tratar los objetos a ser investigados de una forma más profunda, y teniendo en cuenta que se realizó un análisis de contenido, que permitió hacer inferencias, para así presentar datos mucho más claros a través de los objetivos previamente propuestos, se pudo ahondar mucho más en la investigación gracias al carácter cualitativo

Kemmis y McTaggart (1998), expresan que la investigación cualitativa: “Proporciona diferentes alternativas al investigador para tener un conocimiento más profundo de una situación en concreto que le permitirá resolver un problema, como sería el caso de la aplicación de la investigación-acción”.<sup>27</sup>

Balcázar Nava define que lo cualitativo: “tiene una perspectiva holística, puede aplicarse a estudios en el ámbito micro, ya que profundiza más en la situación, es adecuada para el análisis de fenómenos complejos”.<sup>28</sup>

Para Stake (1995), “el objetivo de la investigación cualitativa es la comprensión y se centra en la indagación de los hechos, en el papel personal que adopta el investigador desde el comienzo de la investigación, así como su interpretación de los sucesos y acontecimientos,

---

<sup>27</sup> KEMMIS, S. & MCTAGGART, R. (1988). “*Cómo planificar la investigación-acción*”, Barcelona: Laertes.

<sup>28</sup> BALCAZAR NAVA, Patricia, GONZALEZ ARRATIA, Norma I. , GURROLA PEÑA, Gloria M. , MOYSEN CHIMAL, Alejandra, (2015). “Investigación Cualitativa”, Universidad Autónoma del Estado de México

lo que se espera es una descripción densa, una comprensión experiencial y múltiples realidades. El investigador no descubre, sino que construye el conocimiento”.<sup>29</sup>

Las características de la investigación cualitativa según Robert E. Stake son:

- Los datos son filtrados por el criterio del investigador, de esta forma es evidente que los datos que se extraigan desde este paradigma serán subjetivos.
- El investigador debe adiestrarse en una disciplina personal, adoptando una «subjetividad disciplinada», que requiere: autoconciencia, examen riguroso, reflexión continua y «análisis recursivo». De igual forma, se puede emprender el uso sistemático del criticismo externo y la ayuda de críticos.
- Tiene reglas de procedimiento: el método de recogida de datos no se especifica previamente.
- Las variables no quedan definidas operativamente ni suelen ser susceptibles de medición.
- La base está en la intuición y en los aspectos artísticos del producto. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaria y recursiva.
- Usa una perspectiva Holística: puesto que abarca el fenómeno en su conjunto. Es recursiva: el diseño de la investigación es emergente: se va elaborando a medida que avanza la investigación. Cuando se encuentren desajustes importantes se puede incluso replantear el problema.
- Posee una categorización: la metodología cualitativa se basa en el uso de categorías. Se denominan categorías a cada uno de los elementos o dimensiones de las variables

---

<sup>29</sup> Stake, Robert. E. (2005) “*Investigación con estudio de casos*”, Madrid, Morata.

investigadas y que van a servir para clasificar o agrupar según ellas las diversas unidades.

La importancia de retomar el método cualitativo en esta investigación es que permitió obtener resultados más detallados de los textos, a través de una exhaustiva interpretación de los mismos. Además, como lo que se pretendió determinar fue que los medios de comunicación poseen una carga editorial, es decir subjetiva dentro de sus noticias: el carácter cualitativo permite precisamente encontrar esa subjetividad, que posteriormente se interpreta y analiza; a diferencia del carácter cuantitativo, que se limita a contabilizar la información.

Debido al objeto de estudio de esta investigación que es el tratamiento periodístico, por tratarse de las encuestas de opinión, lo mejor fue abordarlo desde el carácter cualitativo, ya que es un fenómeno complejo que implica adentrarse más y llegar a interpretar, poder hacer una reconstrucción del mismo a través de un análisis a profundidad mediante características que presenta el mismo. Como se ha señalado con anterioridad, este estudio se centró en un ámbito eminentemente cualitativo.

## 6.2 Determinación y descripción de la técnica de investigación

Para realizar un trabajo de investigación es necesario llevar a cabo un desarrollo metódico que permita la adecuada consecución de los objetivos propuestos, así como una formulación clara, concreta y precisa del problema y una metodología de investigación rigurosa y adecuada al tipo de trabajo. Por ello, cada investigación usa las estrategias empíricas que se consideran más adecuadas, acorde con el modelo conceptual en el que se apoya.

En el presente trabajo se hizo uso del **análisis de contenido** como técnica en esta investigación, y según Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica que solo se usa o debe usarse en investigaciones de carácter cualitativo.<sup>30</sup>

Además, se añade un nuevo elemento muy importante: la inferencia. El propósito fundamental del análisis de contenido es realizar “inferencias”. Las cuales se refieren fundamentalmente a la comunicación simbólica o mensaje de los datos, que tratan en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observables.

Y este se acopla bien con el paradigma que se utilizó en la investigación, que advierte que lo más importante es la explicación de los hechos, es llegar a las raíces del problema.

Quizás la definición de Laurence Bardin, puede englobar todas las definiciones vistas hasta ahora conceptualizando el término “análisis de contenido” como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes

---

<sup>30</sup> BERELSON, B. (1952). Content Analysis in Communication Research, Free Press, Glencoe

permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”.<sup>31</sup>

Para Ruíz (1989), en la vertiente cualitativa dentro del análisis de contenido explica, que un texto cualquiera equivale a un soporte en el que existe una serie de datos los cuales:<sup>32</sup>

- Tienen sentido simbólico y que este sentido puede ser extraído de los mismos.
- Este sentido simbólico, no siempre es manifiesto.
- Este sentido o significado no es único, sino que es o puede ser múltiple, en función de la perspectiva y del punto de vista desde los que sea leído el texto

Berelson distingue las siguientes características del análisis de contenido (Berelson: 1984, p.15):

- Aplica solo a generalizaciones de las ciencias sociales.
- Aplica solo o principalmente en la determinación de los efectos de la comunicación.
- Aplica solo a las dimensiones sintácticas y semánticas del lenguaje.
- Debe ser objetivo. Esto es que las categorías de análisis tienen que ser definidas de tal manera que diferentes analistas puedan aplicarlas al mismo cuerpo de contenido y tener los mismos resultados.
- Debe ser sistemático, esto significa que si alguna parte ocurrente de la categoría es tomada en consideración sin un cuerpo específico del contenido, entonces todas las ocurrencias deben de hacer que la definición del problema cambie. El análisis debe

---

<sup>31</sup> BARDIN, Laurence, “Análisis de contenido”, Akal. 1996 2ª e .

<sup>32</sup> RUIZ, Olabuénaga, J.I. (1996): Metodología de la investigación cualitativa, Bilbao: Universidad de Deusto

de ser diseñado para asegurar la información relevante de un problema científico o una hipótesis.

El análisis de contenido sirvió, en esta investigación, para descifrar los mensajes que se encontraban en las notas analizadas con respecto a la tendencia editorialista, dentro del tratamiento que los medios le dieron a las encuestas.

Es decir, lo que subyace en los textos o la intencionalidad de esas publicaciones; que, para el caso de esta investigación, se trabajó con el término “tendencia editorialista”, la cual necesitó del análisis de contenido para poder determinarse.

### **6.3 Definición de la muestra o corpus de análisis**

La definición de la muestra o corpus de análisis para esta investigación se sustrajo de los medios de comunicación impresa: La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino, dentro de los cuales, solamente se tomó en cuenta textos noticiosos.

Razón por la cual se hizo uso de la sección que contiene información de carácter nacional dentro del medio. Esta sección posee un nombre particular, en La Prensa Gráfica se denomina “Nación”, mientras que en el Diario Co-Latino se llama “Nacionales”.

La delimitación temporal que se realizó para la selección de la muestra es: octubre de 2018 a enero de 2019. Esta delimitación temporal se decidió debido a que la campaña electoral para las Elecciones Presidenciales del 3 de febrero de 2019, duró desde el 2 de octubre de 2018 hasta el 30 de enero de 2019.

Los criterios que se tomaron en consideración para la selección de la muestra son:

- Que se encuentre dentro de la sección Nación de LPG y de la sección Nacionales de Diario Co-Latino.
- Mención del nombre de los partidos políticos en campaña electoral, como FMLN (Farabundo Martí para la Liberación Nacional), GANA (Gran Alianza por la Unidad Nacional), ARENA (Alianza Republicana Nacionalista de El Salvador) y VAMOS. O que mencione los nombres de los candidatos Nayib Bukele de GANA, Carlos Calleja de ARENA, Hugo Martínez FMLN, Josué Alvarado VAMOS.

- En las notas se mencionen los datos, resultados de las encuestas de opinión relacionadas a la campaña electoral para las elecciones presidenciales del 2019.

Estos parámetros de selección de la muestra se retomaron con la finalidad de obtener un mayor banco informativo, puesto que las notas de las secciones, son muchas, pero la mayoría no corresponde al tema de la investigación, por lo que se crearon los criterios anteriores.

Las notas que cumplieron con estos criterios fueron pocas, en comparación al número total de notas por sección. En total son 6 notas de LPG y 4 notas de Co-Latino. Pero para crear una muestra uniforme se tomó a bien elegir 4 de cada periódico.

En ese sentido, el universo constó de 10 notas, pero la muestra son solamente 8. La muestra, de acuerdo a la forma de selección, es una muestra “No Probabilística”, porque se eligió por preferencia del grupo investigador, debido a que subjetivamente se llegó a la conclusión, que eran las que más servían para los objetivos de la investigación.

<b>MEDIO</b>	<b>UNIVERSO</b>	<b>MUESTRA</b>
LPG	6	4
CO-LATINO	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>8</b>

➤ Las 4 notas de La Prensa Gráfica son:

- 10 de octubre de 2018 (Pág. 19)

### **“Población reprueba gestión del Presidente Sánchez Cerén”**

Esta nota se trata sobre los datos de la encuesta realizada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador

(UTECH). Donde no solamente habla sobre la gestión del entonces presidente Salvador Sánchez Cerén, sino también sobre la intención de voto en las elecciones presidenciales del 2019. La nota consta de 3 columnas y 6 párrafos. Ocupa el 60% de la página.

- 24 de octubre de 2018 (Pág. 16)

**“Encuesta revela que Alianza por un Nuevo País supera en 2.8 a GANA”**

Esta nota trata sobre la revelación de los datos del Sondeo del Instituto de Cultura Política (ICP), que plantea una ligera ventaja de la Alianza por un Nuevo País sobre el partido GANA. Consta de 3 columnas y 6 párrafos. Ocupa el 75% de la página.

- 9 de diciembre de 2018 (Pág. 11)

**“Martínez visita mercado aún con fe en la victoria”**

Esta nota comienza con la visita a un mercado de Usulután, del candidato a la presidencia, Hugo Martínez, quien según las encuestas, posee muy pocas probabilidades de resultar electo. A lo largo de la nota se hace mención a los resultados de algunas encuestas realizadas y se contrastan con las declaraciones de Martínez. Consta de 8 párrafos, 2 columnas y ocupa el 50% de la página.

- 19 de diciembre de 2018 (Pág. 18)

**“Por datos, Bukele ganaría, pero la realidad es otra”**

La nota es protagonizada por las declaraciones de dos analistas políticos del país, quienes comentan sobre su desacuerdo con los resultados de las entonces recientes encuestas que

apuntaban los posibles escenarios electorales. La nota consta de 4 columnas, 6 párrafos y abarca el 70% de la página.

➤ Las notas del Diario Co-Latino son:

- 10 de octubre de 2018 (Pág. 4)

#### **“Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA”**

Esta nota habla sobre los resultados de la encuesta realizada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador, donde se menciona que un 86.1% de los encuestados considera que la Fiscalía General de la República investigue al partido ARENA, por casos de corrupción en gobiernos anteriores en los cuales el partido político estuvo en el poder. Además, se menciona que Bukele obtiene mayor aprobación por parte de los encuestados. La nota consta de cinco columnas y siete párrafos. Ocupa el 50% de la página 14 de diciembre de 2018 (Pág. 2).

- 5 de diciembre de 2018 (Pág. 3)

#### **“Encuesta de la UTEC revela interés de jóvenes en proceso electoral”**

Esta nota habla acerca de los datos de la encuesta hecha por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador, donde habla sobre el interés de los jóvenes para ejercer el sufragio en las pasadas elecciones presidenciales del 2019, asimismo menciona sobre algunas características que los jóvenes

consideran importantes en un candidato político para darle su voto. La encuesta también menciona sobre la percepción de la mejor campaña presidencial de los partidos políticos en contienda. La nota consta de cinco columnas y seis párrafos. Ocupa el 50% de la página.

- 14 de diciembre de 2018 (Pág. 2)

**“Encuesta UCA: 78.7% de salvadoreños con intención de votar”**

Esta nota periodística resalta la encuesta hecha por el Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP) de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, (UCA), la cual indica que el 78.7% de los salvadoreños tenía intención de emitir el sufragio en las elecciones presidenciales del 2019, y además, indicaba que el mayor porcentaje de los encuestados estaban a favor del candidato presidencial de GANA. Ocupa un espacio de cinco columnas y seis párrafos, y solo usa la mitad de la página del periódico.

- 17 de enero de 2019 (Pág. 9)

**“Si ARENA pierde las elecciones es por su pasado político”: encuesta UFG”**

En la nota se encuentra reflejada la encuesta hecha por Centro de Estudios Ciudadanos (CEC) de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), encuesta que reveló que el 68.9% de la población consideró que si el partido ARENA perdía las elecciones sería por su pasado político. El espacio que esta nota abarca es de cinco columnas y siete párrafos, y utiliza solo la mitad de la página, el 50%.

## 6.4 Construcción del instrumento de recolección de datos

Para realizar el análisis del tratamiento informativo que los medios de comunicación: La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino hicieron a las encuestas durante la campaña presidencial del 2019 se hizo necesario la construcción de un cuadro para vaciar los datos, que está constituido en filas y columnas.

Las filas están estructuradas de la siguiente manera:

*Fila 1:* contiene el nombre del medio de comunicación.

*Fila 2:* aparece la fecha de publicación de la nota.

*Fila 3:* se encuentra el titular de la nota que fue vaciada.

*Fila 4:* contiene la categoría Tendencia Editorialista, que operativamente se entiende como la orientación que tienen todas las publicaciones que los medios de comunicación realizan para las audiencias. Estas publicaciones tienen alguna intencionalidad en sus noticias, entrevistas, editoriales y contenido multimedia; poseen enfoques con ideología de izquierda o derecha, todo depende de cual se la tendencia editorialista de cada medio de comunicación.

Asimismo, las columnas se organizan de la siguiente forma:

*Columna 1:* contiene las noticias, y según Guillermina Baena (1990), en su libro “Géneros periodísticos informativos”, se entiende como noticia a la unidad narrativa nuclear de un relato informativo.<sup>33</sup> En ese sentido, las noticias fueron vaciadas en párrafos, de manera consecutiva y enumerados.

---

<sup>33</sup> BAENA PAZ, Guillermina (1990), “Géneros periodísticos informativos”, Pax México, México D. F.

Columna 2: contiene las fuentes, que de acuerdo a López (1995), se entienden como el canal, persona o institución que proporciona datos sustanciales o complementarios, al ser testigo directo o indirecto, para poder construir noticias, reportajes, crónicas e informes.<sup>34</sup>

Esta sub categoría sirvió para poder determinar qué tipos de fuentes utilizaron los medios de comunicación La Prensa Gráfica y Diario Co-Latino en su tratamiento informativo, para saber si estas fueron de derecha o de izquierda y saber si poseían tendencia hacia cierto candidato o partido político. Además, se tomaron en cuenta las fuentes oficiales, las que responden a la institución que realizó la encuesta, o sus representantes.

Columna 3: están los adjetivos, y se tomó a bien trabajar con los adjetivos especificativos, ya que estos señalan una característica de un ser que sirve para diferenciarlo de un conjunto de seres.<sup>35</sup> Esta subcategoría sirvió para comprender el uso de adjetivos que los periodistas dieron o atribuyeron a los candidatos o partidos políticos, pudiendo ser adjetivos positivos o negativos, ayudando a destacar a un candidato y a otros no. Sin embargo; cuando el adjetivo no cumple la función de exaltar ni perjudicar a nadie, se consideró un adjetivo neutro.

Columna 4: contiene los sustantivos, que designan a una persona, animal o cosa. Se tomaron los sustantivos que designan a personas que jugaron un rol importante, pudiendo ser candidatos o miembros de los partidos políticos que estuvieron en contienda en las elecciones

---

<sup>34</sup> LÓPEZ, M. (1995), “*Cómo se fabrican las noticias*”, Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI, Paidós, Barcelona, 2004

<sup>35</sup> MARTÍNEZ JIMÉNEZ, José Antonio; MUÑOZ MARQUINA, Francisco; SARRIÓN MORA, Miguel Ángel (2011). «Clases de palabra (I). El sustantivo y el adjetivo.». *Lengua Castellana y Literatura* (Akal edición). Madrid: Akal Sociedad Anónima. p. 20

presidenciales. Además, se tomaron nombres que sean vinculantes al proceso electoral y que fueron utilizados con una intención determinada, para beneficiar o perjudicar a los candidatos o al partido político que representan, según la tendencia editorialista del medio de comunicación.

Columna 5: aquí están los adverbios, y para esta investigación se consideró tomar en cuenta los adverbios de cantidad, pues son los que intensifican a la palabra que van acompañando en un texto tales como los verbos, adjetivos y adverbios y tienen como función complementarlos cuantitativamente. Esto quiere decir que los adverbios de cantidad son aquellas palabras que hacen referencia a una cantidad, o al grado que se encuentra directamente relacionada con la acción que se menciona en la oración.

Columna 6: se encuentran las frases, las cuales operativamente se entienden como expresiones que se encuentran en las notas periodísticas, y pueden ser del tipo peyorativas (negativas) o positivas (de exaltación) de algún candidato de los partidos políticos en contienda.

Una frase es una unidad compuesta potencialmente de dos o más palabras, pero que no tiene las características proposicionales de la oración. Las frases, típicamente, aunque no siempre, funcionan como constituyentes de las oraciones. Por lo tanto, una frase puede ser literalmente una secuencia de palabras o puede ser una sola palabra a la cual se pueden agregar eventualmente modificadores para formar una secuencia de palabras.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2013

Las frases que se usaron en esta investigación se buscaron en el párrafo correspondiente que se fue vaciando, y se colocaron entre comillas.

Columna 7: contiene las inferencias, las que operativamente se entienden por deducciones o juicios que el grupo investigador hizo a medida se fue vaciando el texto por párrafo. Las inferencias sirvieron para poder analizar los datos vaciados en los cuadros, se hizo inferencia de la información sustraída en el instrumento de recolección de datos.

La inferencia viene a ser un centro articulador o una base mental a partir de la cual se construyen los demás procesos complejos: previo a la elaboración conceptual se presenta la reconstrucción de lo no explicitado en el texto, el dato ausente que el lector es capaz de recomponer a partir de la relación entre saberes internos y externos, así, la necesaria conexión de los trozos de información de ese texto se hace posible gracias a que se es capaz de rescatar los implícitos dejados por un escritor avezado (Parodi, 2005:43).<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> *Parodi, G. (2005). Comprensión de textos escritos. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires*

Medio:						
Fecha:						
Titular:						
Categoría de análisis: <b>Tendencia Editorialista</b>						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						

## 6.5 Prueba piloto

Medio: La Prensa Gráfica						
Fecha: 10 de Octubre de 2018						
Titular: Población reprueba gestión de presidente Sánchez Cerén						
Categoría de análisis: Tendencia Editorialista						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1. Los ciudadanos salvadoreños calificaron con un 4.5 el trabajo realizado por el presidente Salvador Sánchez Cerén, según los resultados de la última encuesta elaborada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad	Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC).	Salvadoreños	Presidente Salvador Sánchez Cerén Trabajo	—	“Los ciudadanos salvadoreños calificaron con un 4.5 el trabajo realizado por el presidente Salvador Sánchez Cerén.”	La fuente es oficial. El adjetivo “salvadoreños” es neutro. Los sustantivos están relacionados a la encuesta donde el “presidente” Salvador “Sánchez Cerén” obtuvo una baja calificación respecto a su “trabajo”. Con respecto a la frase, contiene carga editorialista pues

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						<p>enfatisa en la baja calificación del presidente Cerén, del FMLN, dejando en segundo plano los resultados de la encuesta en relación a la elección presidencial</p>

<b>Medio: Diario Co-Latino</b>						
<b>Fecha: Miércoles 10 de octubre de 2018</b>						
<b>Titular: Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA.</b>						
<b>Categoría de análisis: Tendencia Editorialista</b>						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1- El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTECS) presentó el resultado de una encuesta de opinión realizada los días 5, 6 y 7 de octubre, en la que se midió la percepción de la población sobre aspectos de la realidad nacional.	CIOPS	Nacional.	—	—	—	La fuente es oficial. El adjetivo es neutro, no posee carga editorial.

## CAPÍTULO VII

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

<b>Medio: Diario Co-Latino</b>						
<b>Fecha: Miércoles 10 de octubre de 2018</b>						
<b>7.1 Titular: Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA.</b>						
<b>Categoría de análisis: Tendencia Editorialista</b>						
Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
1- El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTECS) presentó el resultado de una encuesta de opinión realizada los	CIOPS	Nacional.	—	—	—	La fuente es oficial. El adjetivo es neutro, no posee carga editorial.

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias días 5, 6 y 7 de octubre, en la que se midió la percepción de la población sobre aspectos de la realidad nacional.						
2- Uno de los resultados de la encuesta es que el 96.1% de los consultados consideró que es necesario que la Fiscalía General de la República investigue al partido ARENA por el caso de corrupción del ex presidente Elías Antonio Saca.	CIOPS	Necesario	Fiscalía General de la República ARENA Corrupción Ex Presidente Elías Antonio Saca.	—	“... la Fiscalía General de la República investigue al partido ARENA por el caso de corrupción del ex presidente Elías Antonio Saca”.	La fuente es oficial, ya que es quien realizó la encuesta. El adjetivo “necesario” es negativo para ARENA, ya que se usó para recalcar que la gente piensa que es urgente investigar a ARENA. Los sustantivos “Fiscalía y “ex presidente”, tienen la

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>intención de relacionar al partido ARENA. con el caso de corrupción del ex presidente Elías Antonio Saca. En cuanto a la frase se enfatiza que la FGR debe investigar a ARENA por casos de corrupción. Resulta interesante ya que el medio dio énfasis a que el partido debe ser investigado, esto se hizo para restarle importancia en el contexto de las elecciones presidenciales</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
3- “Hicimos investigaciones y hay gente que votó por ARENA en las elecciones presidenciales que están pidiendo que se haga la investigación, 86%, lo que investigó y presentó la Fiscalía es que ARENA recibió más de \$7 millones y que hay 25 ex funcionarios de gobierno que trabajaron con el ex presidente Elías Antonio Saca que recibieron sobresueldos, la gente pide que se haga una	Nelson Zárate, rector de la UTEC	Presidenciales	Investigación Fiscalía ARENA Millones Funcionarios Gobierno ex presidente Elías Antonio Saca Sobresueldos	Más	“... lo que investigó y presentó la Fiscalía es que ARENA recibió más de \$7 millones”.	La fuente es una fuente oficial, porque es el Rector de la Universidad que realiza la encuesta. El adjetivo “presidenciales” se usó para señalar que incluso la gente que en la elección anterior apoyó a ARENA, ahora piden que se investigue al partido por corrupción. Es negativo. El conjunto de sustantivos posee tendencia editorialista por que relacionan a este partido con casos de corrupción y lo dejan mal visto de cara a las

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>investigación, que no sea cerrado el caso con la condena del ex presidente Elías Antonio Saca”, dijo Nelson Zárate, rector de la UTEC.</p>						<p>elecciones, por lo que si posee tendencia editorialista. La frase es peyorativa para el partido ARENA y posee carga editorialista porque destaca la participación del partido en los actos de corrupción, para desacreditarlo. Y al mencionar los funcionarios de los gobiernos de ARENA involucrados en la corrupción, es un claro desgaste para el partido involucrado.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>4- Asimismo, el 58.9% de los consultados en la encuesta afirmaron que la FGR está favoreciendo a algún partido político con los casos que está investigando, de ellos, el 65.5% externó que se beneficia principalmente al grupo de partidos políticos integrados por: ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña.</p>	<p>CIOPS</p>	<p>Político</p>	<p>FGR ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>La fuente es oficial. El adjetivo “político” es neutro. Los sustantivos destacan porque se refieren a que la FGR está favoreciendo a esos partidos políticos, que son exactamente los mismos que conforman la Alianza por un Nuevo País, y como es algo negativo, el medio no menciona al FMLN.</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
5- De igual forma, se consultó a la población sobre el retraso en la elección de los magistrados de la Corte Suprema de Justicia (CSJ), al respecto, el 62.4% indicó que esto se debe a intereses partidarios, de este porcentaje, el 56.8% indicó que al postergar la elección se benefician los partidos políticos: ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña.	CIOPS	Partidarios Políticos	Magistrados Corte Suprema de Justicia (CSJ) Retraso ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña	—	“... al postergar la elección se benefician los partidos políticos: ARENA, PCN, PDC Democracia Salvadoreña”.	La fuente es oficial. El adjetivo “partidarios” hace referencia que los intereses que retrasan la elección de los magistrados son propios de los partidos políticos, por ende es negativo para la coalición. Por otro lado, el adjetivo “políticos” no posee carga editorialista, es neutro. Los sustantivos que destacan se usan para perjudicar a ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña, ya

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						<p>que los relacionan al retraso de la elección de magistrados, diciendo que por sus intereses no se ha realizado la elección. En la frase se relaciona directamente a los partidos de la Alianza por un Nuevo País con los intereses partidarios en el retraso de la elección de los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia. La frase es peyorativa para los partidos en coalición.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>6- “Tenemos más de 80 días de que no tenemos magistrados de la Corte Suprema de Justicia, observen que el 64.4% de los encuestados dijo que si, que no hemos tenido elección de magistrados porque hay intereses de cuotas en los diferentes partidos políticos sobre cómo quieren integrar la Sala de lo Constitucional y las otras Salas en la Corte</p>	<p>Nelson Zárate, rector de la UTEC</p>	<p>Políticos</p>	<p>Magistrados Encuestados Elección Partidos Sala de lo Constitucional Corte Suprema de Justicia</p>	<p>—</p>	<p>“... no hemos tenido elección de magistrados porque hay intereses de cuotas en los diferentes partidos políticos”.</p>	<p>La fuente se cataloga como oficial debido a que es el Rector de la UTEC. El adjetivo no posee carga. Es neutro. Los sustantivos que destacan relacionan a los partidos políticos con el retraso en la elección de magistrados. La frase es peyorativa para los partidos políticos que mencionan, pues es clara en culpar a los partidos de la Alianza en el retraso de la elección de magistrados.</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
Suprema de Justicia”, afirmó Zárate.						
7- En cuanto a la coyuntura política, el 49.7% de los encuestados indicó que es Nayib Bukele el candidato presidencial que conoce, seguido de Carlos Calleja y de Hugo Martínez. El candidato de GANA también obtiene una evaluación positiva al consultar sobre ¿quién es el mejor candidato a la Presidencia?, ya que el 54.6% indicó que es	CIOPS	Política Presidencial Positiva Mejor	Nayib Bukele Candidato Carlos Calleja Hugo Martínez. GANA	—	—	La fuente oficial es CIOPS. En cuanto al uso de los adjetivos “positiva” y “mejor”, son adjetivos positivos, pues favorecen al partido GANA, aunque no concuerdan con la línea editorial del medio. Y los adjetivos “política” y “presidencial” son neutros. Los sustantivos destacados se refieren a las preferencias de los electores en la encuesta. Resalta que se

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Bukele.						menciona al partido GANA y no a los otros partidos.

### **7.1.1 Análisis del vaciado: “Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA”.**

Con base al vaciado de la nota se determinó que se hizo uso de fuentes oficiales, porque no se podían catalogar como fuentes de izquierda o derecha ya que fueron el rector de la UTEC, y el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), que llevó a cabo la encuesta.

En cuanto a los adjetivos en su mayoría fueron neutros, como “*políticos*” y “*nacionales*”, ya que no perjudicaron ni beneficiaron a ningún candidato o partido; y el medio no se valió de ellos para lanzar mensajes subjetivos acordes a su línea editorial. El uso de la subcategoría adverbios fue escaso y no influyó en la tendencia editorialista.

Asimismo, otros elementos bastante utilizados y que ayudaron en la redacción para posicionar la tendencia editorialista fueron los sustantivos, ya que se mencionaron los sustantivos “*corrupción*” y “*ex presidente Antonio Saca*”, y se vinculan al partido “*ARENA*”.

También se usaron para referirse al retraso en la elección de magistrados de la Corte Suprema de Justicia, donde se atacó explícitamente a los partidos: ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña, mismos que conformaron la Alianza por un Nuevo País, que llevaron la candidatura de Carlos Calleja y Carmen Aída Lazo.

Con respecto a las frases, todas fueron utilizadas para perjudicar al partido ARENA y a los demás partidos de la Alianza por Un Nuevo País: “... *al postergar la elección se benefician los partidos políticos: ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña*”, donde claramente existió tendencia editorialista ya que hablaron mal de la coalición.

En el vaciado destacó bastante el enfoque del medio hacia las preguntas que dejan mal posicionados a los partidos de la Alianza. Y es necesario recalcar que no se le dio protagonismo a la intención de voto de la población, ya que no favorecía a la coalición.

Por lo tanto, sí se encontró tendencia editorialista, puesto que, aunque el medio no intentó hablar bien de su candidato Hugo Martínez, pretendió enfocarse en el pasado político del partido ARENA, que lo vinculaba a casos de corrupción, y que el retraso en la elección de los magistrados fue para beneficiar a los partidos de la Alianza. Y así desviar la atención de la ventaja que mantiene Nayib Bukele.

<b>Medio: Diario Co-Latino</b>						
<b>Fecha: Jueves 6 de diciembre de 2018</b>						
<b>7.2 Titular: Encuesta de la UTEC revela interés de jóvenes en proceso electoral</b>						
<b>Categoría de análisis: Tendencia Editorialista</b>						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1- El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) presentó los resultados del reciente sondeo de opinión realizado el 30 de noviembre, 1 y 2 de diciembre, con el objetivo de conocer la percepción de la población sobre asuntos políticos.	CIOPS	—	—	—	—	La fuente es Oficial, el párrafo no contiene tendencia editorial.

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
2-Nelson Zárate, rector de la UTEC, indicó que el sondeo de opinión reflejó que anteriormente los jóvenes no mostraban interés en los procesos electorales, situación que cambió, ya que la encuesta reveló no solo el interés de los jóvenes, sino también que están más interesados en un determinado candidato o partido político.	Nelson Zárate, rector de la UTEC	Electorales Interesados Político	Jóvenes Interés Candidato Partido	Más	“...la encuesta reveló no solo el interés de los jóvenes, sino también que están más interesados en un determinado candidato o partido político.”	Se encuentra la fuente oficial, Nelson Zarate. Se encontraron los adjetivos: “electorales” y “políticos”, son neutros. Y también “interesados”, que se catalogó como positivo puesto que es bueno que los jóvenes se interesen en los procesos democráticos. Los sustantivos que destacan se refieren al interés de los jóvenes por un candidato o partido específico. Sin embargo, es necesario

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
						<p>resaltar que no se mencionó cual candidato, lo cual conlleva tendencia editorial.</p> <p>El adverbio “más” juega un papel importante porque intensifica el interés de la juventud con respecto a elecciones anteriores.</p> <p>En la frase se pudo encontrar carga editorialista porque omitieron el nombre del candidato favorito que es Nayib Bukele.</p> <p>Esto fue intencional para</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						restarle protagonismo.
3-“La encuesta dice que mucho interés, casi el 31% si lo comparamos con encuestas que hicimos en años anteriores, la respuesta de “nada” que ahora tiene 12,1% antes rondaba el 40%. La gente que contestó que tiene poco interés, que es un poco más de la mitad de los encuestados, nosotros lo analizamos desde un punto de vista optimista, como	Nelson Zárate, rector de la UTEC	Optimista	—	Más Casi	—	Se encuentra la fuente oficial. En los adjetivos se halló uno: “optimista”, y es neutro porque no hace referencia a ningún candidato o partido. Los adverbios “más” y “casi” hacen referencia a la pregunta de la encuesta referida al nivel de interés de las personas a la elección.

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
una oportunidad de que los jóvenes que tienen poco interés, todavía en los meses que quedan de campaña podrían inducirlos a que asistan a las elecciones”, declaró Zárate.						
4- El incremento del interés de los jóvenes puede originarse debido a que en un 30% de los encuestados indicó que las redes sociales es uno de los medios más efectivos para realizar campaña electoral.	Nelson Zárate, rector de la UTEC	Electoral Efectivo	Jóvenes Redes sociales	Más	“... las redes sociales es uno de los medios más efectivos para realizar campaña electoral”.	La fuente es oficial. Los adjetivos “Electoral” y “efectivo” son neutros. Los sustantivos que destacan denotan que los “jóvenes” se interesaron en la campaña debido a las “redes sociales” que han sido usadas

Sub categorías						
Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>“Parece que la forma de acceso a la información, por la inmediatez, por la variedad por las características que se quieran mencionar, parece que en un determinado momento van a llegar a estar en un primer lugar, porque con el margen de error podemos decir que está empatado con la televisión”, dijo Zárate.</p>						<p>por los políticos, especialmente Nayib Bukele. Respecto a la frase da a entender que las formas tradicionales de hacer campaña no funcionaron en esta elección, y que el uso de las redes sociales ha generado el interés de los jóvenes por ir a votar. La popularidad del candidato Nayib Bukele se debe a que realizó su campaña a través de redes sociales. A pesar de que no se menciona el nombre del</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						<p>candidato, es una idea que se sobreentiende puesto que fue el único candidato que llevó a cabo su campaña 100% de esta forma.</p> <p>El adverbio “más” se utilizó para intensificar la efectividad del uso de las redes sociales en una campaña electoral.</p>
5-Los entrevistados consideraron que algunas de las características que debe tener el futuro presidente son: honesto (25.1%),	CIOPS	Honesto Buen Políticos Electoral	Nayib Bukele Carlos Calleja Hugo Martínez	Más	—	<p>La fuente es oficial. Con respecto a los adjetivos, se encontraron dos positivos: “Honesto” y “Buen”, los cuales se refieren a características buenas que los</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>liderazgo (22.4%), capacidad para gobernar (21.1%), identificado con los problemas del pueblo (16.3%), buen comunicador (5.4%). En lo referente a la campaña electoral, los salvadoreños entrevistados dijeron que esperan una campaña con propuestas reales (27.8%), que no ofenda ni desprestigie a candidatos y partidos políticos (20.8%), que visiten más los</p>						<p>encuestados consideraron importantes a la hora de elegir un candidato. Y luego están “políticos”, y “electoral”, que son neutros porque no tienen o aportan información positiva o negativa. En el caso de los sustantivos se menciona por primera vez a Nayib Bukele, Carlos Calleja y Hugo Martínez, y destacan porque se refiere a que cual candidato es el que tiene mayor capacidad para resolver</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>municipios y comunidades (19.9%), que no recuerden el pasado conflictivo que vivió el país (15.1%) y que presenten las personas que integraran el equipo de gobierno (12.2%). al ser consultados sobre qué candidato presidencial tiene mayor capacidad para resolver los problemas del pueblo, el 44% de los consultados respondió que es Nayib Bukele, seguido por el</p>						<p>problemas. En el adverbio se encontró “más” que intensifica el anhelo de las personas porque los candidatos les visiten.</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
25.1% que indicó que es Carlos Calleja, y en tercer lugar, con 8.9% consideró que es Hugo Martínez.						
6- Un aspecto importante revelado por la encuesta del CIOPS es que el 36.4% de los consultados indicó que no conoce a los candidatos de la vicepresidencia. Del total de encuestados el 15.9% dijo conocer a Félix Ulloa, el 13.9%	CIOPS	Mejor Electoral Política	Félix Ulloa Carmen Aida Lazo Karina Sosa Roberto Ocampo	—	“...los encuestados consideraron que GANA hace la mejor campaña”	La fuente es oficial. Se encontraron los adjetivos. “mejor”, “electoral” y “política”, son neutros. Los sustantivos que destacan son los nombres de los candidatos a la vicepresidencia, donde se da a conocer el

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>dijo conocer a Carmen Aida Lazo, el 10.7% conoce a Karina Sosa y el 1.3% a Roberto Ocampo. De igual forma, el CIOPS consultó sobre la percepción de la mejor campaña electoral, al respecto, los encuestados consideraron que GANA hace la mejor campaña (33.9%), debido a que indicaron que la campaña política “toma en cuenta a todos los sectores”.</p>						<p>porcentaje que obtuvieron en la encuesta. En la frase, el medio decidió dejar esta información de último para restarle importancia, ya que le da protagonismo al partido GANA y a su candidato Nayib Bukele; protagonismo en el sentido de que los resultados hablan de que GANA hace mejor campaña.</p>

### **7.2.1 Análisis del vaciado: “Encuesta de la UTEC revela interés de jóvenes en proceso electoral”.**

Con base al vaciado se determinó que se hizo uso de fuentes oficiales, en este caso El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), siendo ésta la única fuente que Diario Co-Latino utilizó.

Con respecto al uso de adjetivos que se encontraron y analizaron en el vaciado, su mayoría fueron neutros como “*política*” y “*electoral*”, además se usaron algunos positivos. Por ejemplo, se utilizaron adjetivos positivos para describir las características que los encuestados sugirieron que son necesarias para ser candidato a la presidencia, “*honesto*”.

Entre los adjetivos positivos estuvo: “*mejor*” que benefició al partido GANA, sin embargo, no fue acorde a la línea editorial del medio y se dedujo que solo se ocupó por ser parte de las preguntas de la encuesta, es decir, el medio no pudo omitir esos resultados.

Con respecto a los sustantivos, los que más se repitieron estaban relacionados al interés de la juventud por las elecciones presidenciales y que el uso de las redes sociales en la campaña tuvo que ver en eso, como por ejemplo los sustantivos “*jóvenes*” e “*interés*”.

En cuanto a las frases, éstas se refirieron a que el interés de los jóvenes se debió al uso de redes sociales en la campaña electoral, y manejaron la idea de que si GANA iba arriba en las encuestas es porque fue el partido que hizo su campaña de esta forma, algo que se reflejó en las frases: “... *las redes sociales es uno de los medios más efectivos para realizar campaña electoral*” y “...*los encuestados consideraron que GANA hace la mejor campaña*”.

A simple vista no poseían carga editorial, sin embargo, que se haya enfatizado más en ese tema, en vez de la preferencia de las personas con respecto al candidato que puede resolver los problemas del pueblo, conlleva tendencia editorialista.

Medio: Diario Co-Latino						
Fecha: Viernes 14 de diciembre de 2018						
7.3 Titular: Encuesta UCA: 78.7% de salvadoreños con intención de votar						
Categoría de análisis: Tendencia Editorialista						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1. El Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP) de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” (UCA) presentó el resultado de su reciente sondeo de opinión pública, el que reveló que el 78.7% de los salvadoreños consultados manifestó que tiene intención de votar en las próximas elecciones presidenciales	El Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP)	Pública Presidenciales Mayor Presidencial	Candidato GANA	—	“...También revela que el mayor porcentaje de los encuestados están a favor del candidato presidencial de GANA.	La fuente es oficial: UI-DOP y UCA. Se encontraron los adjetivos: “mayor”, que es positivo, porque Nayib Bukele encabeza la preferencia en intención de voto. Además, se encuentran los adjetivos: “pública”, “presidenciales” y “presidencial”, que son adjetivos neutros. En los sustantivos destaca candidato y GANA porque

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
de febrero de 2019. También revela que el mayor porcentaje de los encuestados están a favor del candidato presidencial de GANA						el medio no indicó el nombre del candidato, quien es Nayib Bukele, solamente lo mencionó sin darle importancia. La frase indica que la mayoría de encuestados están a favor del candidato de GANA
2. A pesar que la mayoría de consultados indicó que tiene intención de ir a votar, el 38.8% de los encuestados dijo no tener ninguna confianza en el Tribunal Supremo Electoral (TSE). Solo el 5.8%	Omar Serrano, vicerrector de Proyección Social de la UCA.	Electoral Necesario	Candidato GANA Fraude TSE	—	“... Es necesario recalcar que el candidato de GANA ha lanzado últimamente una advertencia de estarse preparando un fraude, hasta interrumpieron en el TSE por dicho supuesto”.	La fuente es oficial. Hay dos adjetivos: “electoral” es neutro y “necesario” es negativo para Bukele porque se hace énfasis en la importancia de que las personas conozcan que Bukele

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>aseguró que tiene mucha confianza en el organismo rector del proceso electoral. Es necesario recalcar que el candidato de GANA ha lanzado últimamente una advertencia de “estarse preparando un fraude”, hasta interrumpieron en el TSE por dicho supuesto. “Cuando uno ve los números, uno puede pensar que hay una contradicción, 79 de cada 100 personas dicen que van a ir</p>						<p>no aceptaría la derrota, sino que diría que se cometió fraude. Los sustantivos que destacan: “Candidato” y “GANA”, hace mención al candidato que es favorito en las encuestas, Bukele, y quién hace énfasis que habrá “fraude” por parte del “TSE”. El medio de comunicación decidió omitir el nombre del candidato por GANA, Nayib Bukele, y dice indirectamente que por los señalamientos que hizo Nayib</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
a votar, pero 76 de cada 100 tienen poca o ninguna confianza en el proceso electoral y 84 de cada 100 que dicen que tienen poca o ninguna confianza en el TSE”, dijo Omar Serrano, vicerrector de Proyección Social de la UCA	—	—		—		Bukele sobre un fraude electoral, se generó dicha desconfianza en la población.
3- De igual forma, Serrano agregó que “al analizar las respuestas y cruzar variables descubrimos que la gente que dice que va a favorecer con el	Omar Serrano, vicerrector de Proyección Social de la UCA.	Dispersa Electoral Seguro	Nayib Bukele Fraude Gente	—	“... hay gente que dice que está seguro que ganará Nayib Bukele a menos que se haga un fraude”.	La fuente es oficial. Se encontraron los adjetivos: “dispersa”, que es positivo hacia Bukele porque asegura que tanto las personas que

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>voto a Nayib Bukele está dispersa, el grueso de los que dicen que tiene mucha confianza en el proceso electoral son los que prefieren a Nayib Bukele, pero el grueso de los que tienen mucha desconfianza también son los que están a favor de Bukele. Creemos que hay gente que dice que está seguro que ganará Nayib Bukele a menos que se haga un fraude”.</p>						<p>creen en el tribunal y los que no creen apoyan a Bukele, haciendo ver que el candidato tiene seguidores en distintos grupos de la población. En cuanto al adjetivo “electoral” es neutro y “seguro” es positivo para Bukele porque la gente está segura de que si él no gana es porque hubo fraude. Los sustantivos que destacan son Nayib Bukele, gente y fraude, utilizados para</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						decir que la gente piensa que si Nayib Bukele no gana es porque hubo fraude. Con respecto a la frase, se retomó para decir indirectamente que Bukele es alguien que no aceptaría una derrota, y la justificaría con fraude electoral; al mismo tiempo que lo presentan como alguien que tiene miedo de perder
4. En cuanto a las preferencias electorales, al ser consultado sobre por cual partido o coalición votaría usted para	Omar Serrano, vicerrector de Proyección Social de la UCA.	Electoral	—	—	—	La fuente es oficial. Se encontró un adjetivo: “electoral”, es neutro.

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>presidente, el 44.1% respondió que lo haría por GANA, integrada por ARENA, PCN, PDC y DS, y un 10.6% aseguró que votará por el FMLN.</p>						
<p>5- Los consultados indicaron que piensan votar por GANA para cambiar y darle oportunidad a otro (53.9%), por sus propuestas (13%), por el candidato (9.6%), por su trabajo porque han hecho obras (6.6%), entre otras motivaciones.</p>	<p>El Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP)</p>	<p>—</p>	<p>GANA Oportunidad Propuestas Candidato Trabajo Obras</p>	<p>—</p>	<p>“...piensan votar por GANA para cambiar y darle oportunidad a otro (53.9%),”</p>	<p>La fuente es oficial. El conjunto de sustantivos está relacionado a las razones del porqué las personas votarán por GANA. En cuanto a la frase, se destaca que la mayor motivación de las personas para votar por Nayib Bukele es darle la oportunidad a alguien nuevo</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>6. Asimismo, a las personas que afirmaron que irán a votar se les consultó si la opción de votar para presidente es definitiva o si piensa cambiar su voto, ante este cuestionamiento, el 81.4% indicó que su decisión es definitiva.</p>	<p>El Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP)</p>	<p>Definitiva</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>La fuente es oficial. El adjetivo “definitiva” es positiva, porque viendo los resultados de la encuesta, Bukele obtendría el gane, y al decir que la decisión de las personas o la respuesta que dieron es definitiva, lo beneficia a él.</p>

### **7.3.1 Análisis del vaciado: Encuesta UCA: “78.7% de salvadoreños con intención de votar”.**

Con base al vaciado de la nota se determinó que se hizo uso de fuentes oficiales, en este caso Omar Serrano, Vicerrector de Proyección Social de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas y El Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP), fueron las únicas fuentes que se utilizaron.

En cuanto a los adjetivos, la mayoría fueron neutros, por ejemplo “*electorales*”, que no benefició ni perjudicó a ningún partido ni candidato. Luego los adjetivos positivos, que iban encaminados a favor de Nayib Bukele, como por ejemplo: “*definitiva*”, utilizado para expresar que la decisión de las personas en cuanto a su voto era definitiva, lo cual benefició a Bukele quien encabezaba las encuestas.

Sin embargo, no se determinó que posean tendencia editorialista, dado que la tendencia editorial del medio es a favor del FMLN/Hugo Martínez. Esos datos se tomaron porque eran parte de la encuesta, y el medio no podía omitirlos, sin embargo no les dieron tanto protagonismo.

También se encontró un adjetivo negativo: “*necesario*”, es negativo hacia Nayib Bukele, ya que hizo énfasis en la necesidad de saber que Bukele no aceptaría la derrota y la justificaría con un fraude electoral, además dio a conocer que sus seguidores irrumpieron en las instalaciones del TSE.

Respecto a los sustantivos, se refirieron a Nayib Bukele como el “*candidato*” de “*GANA*”, lo cual respondió a la tendencia editorialista de Diario Co-Latino. Esto se hizo para opacar el nombre de Nayib y relacionarlo directamente con GANA, ya que el partido estaba mal visto ante la opinión pública.

Además, Diario Co-Latino hizo énfasis en relacionar a Nayib Bukele con el sustantivo “*fraude*”, y justamente cuando se tocó el tema del supuesto fraude electoral ya no se refirieron a Bukele como el “*candidato*” de “*GANA*”, sino que mencionaron su nombre.

Respecto a las frases, estuvieron cargadas de tendencia editorialista, todas buscaron dejar mal visto a Nayib Bukele.

Con ayuda de la frase: “... *Es necesario recalcar que el candidato de GANA ha lanzado últimamente una advertencia de estarse preparando un fraude, hasta interrumpieron en el TSE por dicho supuesto*”, se quiso dejar ver a Bukele como un candidato que no aceptaría una derrota, y alegaría un fraude electoral, además de que lo hicieron ver como alguien que insta a sus seguidores a causar disturbios o a alterar el orden público.

Y en la frase: “...*piensan votar por GANA para cambiar y darle oportunidad a otro*”, la connotación es que las personas votarían por Bukele por el posible rechazo hacia los otros partidos políticos, desestimando la popularidad de Bukele y reduciéndola a una venganza de la gente hacia los partidos tradicionales.

Medio: Diario Co-Latino						
Fecha: Jueves 17 de enero de 2019						
7.4 Titular: Si ARENA pierde las elecciones es por su pasado político”: encuesta UFG.						
Categoría de análisis: Tendencia Editorialista						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1. La última encuesta publicada por el Centro de Estudios Ciudadanos (CEC) de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) reveló que el 68.9% de la población consideró que si el partido ARENA pierde las elecciones será debido a su pasado político, mientras que el 19.1% lo atribuyó a la campaña sucia y el 9% a la falta de propuestas.	Centro de Estudios Ciudadanos (CEC)	Político Sucia	ARENA Pasado Campaña	—	“... la población consideró que si el partido ARENA pierde las elecciones será debido a su pasado político”.	La fuente es oficial. Se encontraron los adjetivos: “político”, que es neutro, y “sucia” es negativo ya que hace alusión a que el partido ARENA hace campaña sucia. Los sustantivos que más destacan se usan para hacer ver mal al partido ARENA asegurando que si pierde se debe a su pasado político. Con respecto a la frase se infiere que el

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>medio le dio protagonismo a esos datos reflejados por la encuesta, para poner en mala posición al partido frente a la opinión pública. Y precisamente se hace énfasis en que si ARENA pierde las elecciones presidenciales será por su pasado político;, básicamente el párrafo posee información negativa para el partido ARENA</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>2-Oscar Picardo, director del CEC manifestó que la población está molesta con su pasado y hay un desencanto ciudadano, al considerar que Carlos Calleja, el candidato presidencial de ARENA, no es diferente a los ex presidentes del instituto político al que representa.</p>	<p>Oscar Picardo, director del CEC.</p>	<p>Molesta Presidencial Diferente Político</p>	<p>Población Pasado Desencanto Carlos Calleja ARENA Ex Presidentes</p>	<p>—</p>	<p>“... Carlos Calleja, el candidato presidencial de ARENA, no es diferente a los ex presidentes”.</p>	<p>La fuente es oficial. Los adjetivos: “molesta” y “diferente”, son adjetivos negativos hacia Carlos Calleja y el partido ARENA ya que expresan el malestar de la población en cuanto se refiere al pasado político de ARENA, y que el candidato Callejas no es diferente a los candidatos anteriores del partido. Los adjetivos “presidencial”, y “político” son neutros.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>El conjunto de sustantivos se relaciona al “desencanto” ciudadano con ARENA ya que piensan que Calleja es igual a los ex presidentes que ha tenido el partido.</p> <p>En cuanto a la frase, indirectamente se está ligando a Calleja con los candidatos anteriores de ARENA, y que por ende él también va a tener las mismas fallas que ellos tuvieron cuando estuvieron en la presidencia.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>3. “Casi siete de cada diez personas le están diciendo al partido ARENA que si pierde las elecciones no es por el candidato, sino por su pasado político. No es que Nayib esté despuntando como un fenómeno atípico dentro del panorama electoral, es que la gente está molesta con el bipartidismo”, agregó Picardo.</p>	<p>Oscar Picardo, director del CEC.</p>	<p>Político Atípico Electoral Molesta</p>	<p>ARENA Elecciones Pasado Nayib Bukele Fenómeno Bipartidismo</p>	<p>—</p>	<p>“... No es que Nayib esté despuntando como un fenómeno atípico dentro del panorama electoral, es que la gente está molesta con el bipartidismo”.</p>	<p>La fuente es oficial. Los adjetivos: “atípico”, “político” y “electoral”, son neutros y por último “molesta”, que es negativo ya que se refiere a que la población rechaza el bipartidismo. El conjunto de sustantivos está relacionado a que si ARENA pierde las elecciones es por su pasado y que las personas se sienten molestas por el bipartidismo y esa es la razón de que</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
						<p>mencionen a Bukele, además, se destaca a Bukele para hacer ver que la razón de que la gente lo apoye no es por él, sino por la molestia hacia los otros partidos. Con respecto a la frase, mencionan a Bukele y le restan crédito a su popularidad y mencionan que si él va tan arriba en las encuestas no es porque él sea el mejor candidato sino porque los demás partidos ya tuvieron su oportunidad y no cumplieron las expectativas</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						de la gente, por lo que se encontró carga editorialista. Además, se hace hincapié en el bipartidismo que se refiere a izquierda y derecha, y como Bukele se presenta como “neutro”, a las personas les llama la atención un candidato nuevo.
4- Asimismo, indicó que a pocos días de los comicios el número de población decidida a votar es bastante alentadora ya que nueve de	Oscar Picardo, director del CEC  Centro de Estudios Ciudadanos (CEC).	Alentadora Histórico	—	Bastante	—	La fuente es oficial. Se encontraron dos adjetivos los cuales son: “alentadora” e “histórico”, que son neutros, pues no benefician ni

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>cada diez consultados afirmaron que irán a las urnas a ejercer el sufragio. De ser así, esto sería un dato histórico al superar la cantidad de votantes en elecciones anteriores.</p>						<p>perjudican a ningún candidato. En cuanto al adverbio “bastante” se usó para intensificar el hecho de que hay bastante población decidida a votar en las elecciones.</p>
<p>5.Según el director de CEC, los resultados del estudio revelaron que el partido ganador de las elecciones el próximo 3 de febrero será GANA con el 50.8%, aunque representa una reducción de 3%</p>	<p>Oscar Picardo, director del CEC.</p>	<p>Ganador</p>	<p>GANA Reducción</p>	<p>—</p>	<p>“... aunque presenta una reducción de 3.3% en comparación con las cifras en noviembre”.</p>	<p>La fuente es oficial. El adjetivo que se encontró es “ganador”, y se utilizó para referirse a que según los datos de la encuesta, el partido que se llevaría la victoria es GANA, el</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
en comparación con las cifras en noviembre de 2018, cuando fue el 54.1%.						<p>adjetivo es positivo hacia ese partido. En los sustantivos que destacan, afirman que ese partido está bajando en comparación a encuestas anteriores. Con respecto a la frase, el medio tomó datos de la fuente y hacen una comparación con resultados de encuestas de años anteriores, enfatizando que las preferencias por GANA han disminuido el porcentaje en un 3.3%, lo cual tiene tendencia editorialista.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>6. Además, el 18.8% dijo que el ganador sería ARENA, que también disminuyó 3.7% en la anterior encuesta del CEC. El único partido que mantiene su percepción es el FMLN con 6.4%, “no es que Calleja y Martínez sean malos candidatos, lo que la gente no les perdona es el comportamiento ético de sus partidos”, comentó.</p>	<p>Centro de Estudios Ciudadanos (CEC). Oscar Picardo, director del CEC.</p>	<p>Malos Ético</p>	<p>Único Percepción FMLN</p>	<p>—</p>	<p>“... El único partido que mantiene su percepción es el FMLN con 6.4%”.</p>	<p>La fuente es oficial. Se encontraron los adjetivos: “malos”, es positivo porque defiende a los candidatos Hugo Martínez y Carlos Calleja, y “ético”, es negativo hacia los partidos que ellos representan, se usaron para decir que Calleja y Martínez no es que sean malos candidatos, sino que las personas no perdonan los errores y comportamiento ético de sus partidos en administraciones pasadas.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>Los sustantivos que destacan fueron utilizados para decir que el FMLN es el único partido que mantiene su percepción en los resultados de la encuesta de CEC, lo cual beneficia a este partido y posee carga editorial. En relación a la frase, tiene tendencia editorialista debido a que en un primer momento el medio menciona también a ARENA y a GANA, y hacen énfasis en que han bajado en</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						porcentajes con respecto a la encuesta del año anterior. Sin embargo, ponen al partido FMLN como el único que ha mantenido su porcentaje.
7. En la encuesta la población evaluó el trabajo del Tribunal Supremo Electoral (TSE) que obtuvo una nota de 6.4, mientras que la Asamblea Legislativa no alcanzó la aprobación de los salvadoreños en sus primeros seis meses de labores, ya que	Centro de Estudios Ciudadanos (CEC).	—	TSE Asamblea Legislativa Aprobación Salvadoreños	—	—	La fuente es oficial. El conjunto de sustantivos está relacionados a la baja calificación que el TSE obtuvo, asimismo como la desaprobación de la gestión de la Asamblea Legislativa.

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
fue calificada con 5.6.						
8. De acuerdo a la encuesta del centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), el 72.6% de la población está muy segura de asistir a las urnas el próximo 3 de febrero y el 27.4% aún no está seguro de se definan en primera vuelta. El rector de la UTEC Nelson Zárate dijo que	Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS)	Decidido Político Segura	Población Urnas Sufragio	Muy	—	La fuente es oficial. Se encontraron los adjetivos: “decidido” y “segura”, que son positivos para Nayib Bukele quien encabeza las encuestas, ya que demuestra que la población está segura de votar en las elecciones y “político” es neutro. Los sustantivos señalados están relacionados al interés de la población de acudir a las urnas a ejercer el

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>7 de cada 10 entrevistados ya tienen decidido el partido político por el cual votará el día de los comicios, de estos, el 71.9% indicó que no cambiará su decisión de voto y el 20.1% si podrían cambiar su decisión al emitir el sufragio.</p>						<p>sufragio. Se encontró un adverbio: “muy” que intensifica aún más la seguridad que tienen las personas en su decisión de ir a votar.</p>

#### **7.4.1 Análisis del vaciado: “Si ARENA pierde las elecciones es por su pasado político”: encuesta UFG.**

Con base al vaciado de la nota se determinó que se hizo uso de tres fuentes, todas oficiales: Centro de Estudios Ciudadanos (CEC), Oscar Picardo (representante CEC) y el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS).

Por su parte, en los adjetivos predominaron los neutros, por ejemplo: “*político*” y “*electoral*”, seguido de los negativos como: “*sucia*” y “*molesta*”. Los adjetivos negativos se utilizaron para perjudicar al partido ARENA en su totalidad, y solamente en dos ocasiones se incluyó al FMLN; por su parte, los adjetivos positivos como “*ganador*” y “*segura*”, mayoritariamente beneficiaron a GANA/Nayib Bukele, y fueron el tipo de adjetivo menos usado.

Es importante recalcar, que los beneficios hacia Bukele dentro del uso de adjetivos positivos, fueron bastante sutiles. Esto debido a que eran adjetivos que no hablaban directamente en bien de Nayib Bukele o su partido, pero que indirectamente significaban algo bueno para ellos, como: “*decidido*” y “*segura*”, que se usaron para expresar la seguridad de las personas en la decisión de salir a votar, lo cual beneficia al candidato que encabeza las encuestas, que es Nayib Bukele.

En cuanto a los sustantivos, se relaciona a ARENA con el “desencanto” y con su “pasado” político, donde se engloba a los “ex presidentes” y responde a la tendencia editorialista del medio. También se relacionó al FMLN con el sustantivo “percepción”, cuyo significado fue que es el único partido que se mantiene igual según las encuestas.

Por otra parte, es importante recalcar el uso del sustantivo “bipartidismo”, pese a hacer referencia a ARENA y FMLN, da a entender que Nayib Bukele se volvió popular, debido al rechazo de la gente hacia los otros dos partidos.

Con respecto a los adverbios, solamente se encontraron dos: “*muy*” y “*bastante*”, los cuales cumplen la función de intensificar la intención de las personas de ir a votar y la seguridad de a quién le darían su voto.

En las frases destacan algunas como: “... *aunque presenta una reducción de 3.3% en comparación con las cifras en noviembre*”, que responde a la tendencia editorialista del medio ya que relacionan a GANA con la reducción en la intención de voto.

Y también la frase: “... *El único partido que mantiene su percepción es el FMLN con 6.4%*”, en donde benefician al FMLN porque enfatizan en que es el único partido que mantiene su percepción en los resultados de las encuestas, y por ende tiene carga editorialista.

## **7.5 El tratamiento periodístico pasivo–agresivo que Diario Co-Latino realiza a las encuestas electorales.**

De acuerdo al vaciado de las cuatro notas que conforman la muestra de Diario Co-Latino, se determinó que este medio realizó un tratamiento periodístico a las encuestas denominado, en esta investigación, como “Pasivo-agresivo”.

Esta denominación responde a que el medio sí incidió editorialmente en el tratamiento periodístico que hizo a las encuestas de opinión, pero no de una forma confrontativa, sino sutil. Y operativamente se entiende “pasivo-agresivo” como: el patrón de expresar indirectamente las ideas negativas hacia algo o alguien en lugar de referirse a ellas de forma directa.

Para determinar este patrón en el tratamiento periodístico se utilizaron subcategorías de análisis, como las fuentes, en las que se determinó que el medio solamente utilizó fuentes oficiales, las mismas que presentaron cada encuesta, por ejemplo el IU-DOP y CIOPS.

Diario Co-Latino hizo uso de fuentes oficiales únicamente, las cuales se caracterizan por no inclinarse por ningún candidato ni partido, sino ser neutrales; sin embargo, las ideas que retomaron de dichas fuentes, iban en su mayoría acordes a la tendencia editorialista, por lo que el medio se valió de las fuentes para expresar ideas conformes a su editorial.

En cuanto a los adjetivos, la mayoría fueron neutros, por ejemplo: “*político*” y “*electoral*”, no perjudicaban ni beneficiaban a ningún candidato ni partido político en contienda. Sin embargo, el medio también utilizó algunos adjetivos negativos, para perjudicar a ARENA /Carlos Calleja y a GANA/Nayib Bukele, como: “sucio” que expresa que la gente piensa que ARENA hace campaña sucia, y “necesario” usado para recalcar la hipótesis del fraude electoral que dijo Nayib Bukele.

Los adjetivos positivos fueron los más escasos, como: “segura” y “decidida” que se refirieron a que las personas estaban seguras de por quién votar en las elecciones, lo que benefició al candidato más popular de las encuestas, Nayib Bukele.

En cuanto a los sustantivos, resaltó que Diario Co-Latino llamaba el “candidato” de “GANA” a Nayib Bukele, al mismo tiempo que se le relacionó mucho con el partido, más de lo que se relacionó a los otros candidatos con sus respectivos partidos políticos. Esto conlleva tendencia editorialista, pues se usa para hacer ver que realmente Bukele es de derecha aunque su discurso sea distinto.

En ese sentido, los sustantivos se relacionaron con cada partido/candidato, para el caso, a Nayib Bukele se le relacionó con el “fraude” y con “bipartidismo”; a Carlos Calleja y a ARENA, con su “pasado” político y el “desencanto”; mientras que a Hugo Martínez y al FMLN se les relacionó con ser el único partido que mantuvo la “percepción” en las encuestas.

Respecto a las frases, fueron utilizadas para perjudicar a los contrincantes de Martínez, como en la frase: “... Carlos Calleja, el candidato presidencial de ARENA, no es diferente a los ex presidentes” y en la otra: “... No es que Nayib esté despuntando como un fenómeno atípico dentro del panorama electoral, es que la gente está molesta con el bipartidismo”. Pero también se usaron las frases para beneficiar al FMLN y a su candidato: “... *El único partido que mantiene su percepción es el FMLN con 6.4*”.

Es necesario mencionar que las frases que perjudicaron a los partidos y candidatos contrincantes, fueron retomadas de fuentes oficiales, no fue directamente el medio quien las expresó. Aunque siempre conllevan tendencia editorialista, pero de forma más discreta.

Por otro lado, los adverbios constituyeron una subcategoría poco utilizada para resaltar la tendencia editorialista del medio, y los pocos que se usaron carecieron de esta tendencia, así como el caso de “*mu*”, el cual hizo referencia a la seguridad de las personas sobre a quién darían su voto en el proceso electoral.

Otro aspecto importante de mencionar es el hecho de que Diario Co-Latino no le dio protagonismo a los datos de las encuestas que se referían a la intención de voto, estos datos fueron dejados en segundo plano, en comparación de otros, como los datos de las personas que creen que ARENA debe ser investigada por la FGR.

Es este patrón pasivo-agresivo en el que no dejó de mencionar la información que benefició a sus contrincantes, pero sí evitó destacarla, y en algunos casos contrastarla con una idea opuesta, como en el uso del sustantivo “bipartidismo”, donde expresa que las personas están cansadas de éste, dando a entender que esa es la razón de la popularidad de Nayib Bukele.

Medio: La Prensa Gráfica						
Fecha: Miércoles 24 de octubre de 2018						
7.6 Titular: Encuesta revela que Alianza Nuevo País supera en 2.8 a GANA						
Categoría de análisis: Tendencia Editorialista						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1. El Instituto de Cultura Política (ICP) presentó su estudio de “análisis de tendencias y potenciales electorales”, el cual proyecta que el próximo presidente de la república se definirá en segunda vuelta.	Instituto de Cultura Política (ICP).	Electorales	—	—	—	La fuente es oficial. El adjetivo “electorales” es neutro.
2. De acuerdo con los resultados, entre el candidato de la Alianza por un Nuevo País (ARENA, PCN, PDC Y DS), Carlos Calleja, y	Instituto de Cultura Política (ICP)	—	Resultados Candidatos ARENA PCN PDC DS Carlos Calleja GANA Nayib Bukele	—	“...solo hay una diferencia de 2.8 puntos porcentuales”.	La fuente es oficial. En cuanto a los sustantivos, solo mencionan a Calleja y Bukele y sus partidos por los que compiten,

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
el candidato de GANA, Nayib Bukele, solo hay una diferencia de 2.8 puntos porcentuales.						dejando a un lado a los otros candidatos y partidos competidores. La frase tiene carga editorialista porque con la palabra “solo” se busca minimizar la diferencia entre Carlos Calleja y Nayib Bukele.
3. En intención de voto por partido, la coalición obtiene 29.9%, GANA 27.1%, FMLN 15.3% y VAMOS 0.7%, Al preguntar “si la elección presidencial fuera hoy, ¿a cuál candidato apoyarían?”, el 33.3% dijo que a	Instituto de Cultura Política (ICP)	Presidencial	Coalición	—	“Destacan en estos resultados que aun 20.8% de la población no tiene una decisión tomada”	La fuente es oficial. El adjetivo “presidencial” es neutro. El sustantivo “coalición” ha sido utilizado para evitar nombrar a los partidos políticos que representa ya que están mal vistos ante la opinión pública.

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>Bukele; el 31.7% que a Calleja; el 13.6% dijo que al candidato del FMLN, Hugo Martínez; y 0.6% al candidato de VAMOS, Josué Alvarado. Destacan en estos resultados que aun 20.8% de la población no tiene una decisión tomada</p>						<p>La frase destacada, fue intencionalmente colocada debajo de la ventaja que posee el candidato Bukele, para aseverar que los resultados no son definitivos, pues un porcentaje significativo de la población aún no está segura de su voto.</p>
<p>4. “Si las elecciones fueran hoy quizá no habría ganador en primera vuelta , pero hay dos claros aspectos en este es que se está moviendo el</p>	<p>Representante del ICP, Oscar Godoy.</p>	<p>Ganador</p>	<p>Elecciones Vuelta Aspectos Estudio Escenario Representante</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>La fuente es oficial. El adjetivo “ganador” es neutro porque no beneficia ni perjudica a ningún candidato. El conjunto de sustantivos se relaciona a que</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
escenario”, comentó el representante del ICP, Oscar Godoy.						no habría ganador en la primera vuelta de las elecciones.
5. Agregó que el encanto por el candidato de GANA disminuyó precisamente cuando se unió a ese partido, pero que al mismo tiempo “se ve un leve crecimiento en el FMLN”. Esto es un patrón que detectaron en tres meses consecutivos.	Representante del ICP, Oscar Godoy.	Leve	Candidato de GANA Encanto FMLN Crecimiento	—	“... el encanto por el candidato de GANA disminuyó precisamente cuando se unió a ese partido”.	La fuente es oficial. El adjetivo “leve” es negativo hacia el FMLN, pues está minimizando su crecimiento. Los sustantivos destacan ya que se refieren a que la popularidad de este candidato (Bukele) disminuyó al unirse a GANA. Y también los sustantivos “FMLN” y

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						“crecimiento” son utilizados de forma negativa pues se minimiza que este partido creció. La frase hace énfasis en que a pesar de la popularidad que tiene Bukele, el hecho de haberse unido a GANA, le resta simpatía. Se enfatiza en poner en mal a Bukele
6.“Esto, obviamente, indica que el candidato Bukele tiene que trabajar bastante en su bandera para posicionarla para homologar el valor de la	Representante del ICP, Oscar Godoy	—	Bukele Valor Bandera Candidatura	Bastante	“... Bukele tiene que trabajar bastante en su bandera para posicionarla para homologar el valor de la bandera al valor de su candidatura”.	La fuente es oficial. Los sustantivos que más destacan se refieren a que Bukele debe trabajar para igualar el valor de su bandera al de su candidatura. La frase se refiere

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
bandera al valor de su candidatura”, agregó Godoy.						<p>a que GANA no tiene la misma aceptación que tiene Bukele, y siempre se quiere opacar la imagen de él al mencionar al partido GANA. El adverbio “bastante” enfatiza en que es difícil ganar la opinión pública a través de la bandera de GANA.</p>

### **7.6.1 Análisis del vaciado: “Encuesta revela que Alianza Nuevo País supera en 2.8 a GANA”.**

Con base al vaciado de la nota se determinó que solamente se utilizaron fuentes oficiales: El Instituto de Cultura Política (ICP) y el representante del ICP, Oscar Godoy. De igual forma, los adjetivos fueron casi en su totalidad neutros, como por ejemplo: “*presidencial*” y “*electoral*”, y solamente se encontró un adjetivo negativo: “*leve*”, usado contra el FMLN para minimizar el crecimiento que tuvo en las encuestas.

Los sustantivos más repetidos fueron: “*Carlos Calleja*”, “*Coalición*” (y sus partidos), “*Nayib Bukele*”, “*GANA*” y segunda “*Vuelta*”; utilizados para enfatizar en la posibilidad de una segunda vuelta es inminente, lo cual beneficiaría a Calleja y la coalición.

En cuanto a las frases, poseen bastante tendencia editorialista, pues pretendieron dejar mal posicionado a Bukele y a GANA: “... *el encanto por el candidato de GANA disminuyó precisamente cuando se unió a ese partido*”. Y también minimizaron la ventaja que GANA obtuvo en las encuestas sobre la coalición: “...*solo hay una diferencia de 2.8 puntos porcentuales*”.

Asimismo, se hizo énfasis en la idea de que pertenecer al partido GANA le resta votos a Nayib Bukele, quien necesita trabajar en posicionar mejor a la bandera que lo lleva compitiendo: “... *Bukele tiene que trabajar bastante en su bandera para posicionarla para homologar el valor de la bandera al valor de su candidatura*”.

En cuanto al uso de adverbios, fueron casi nulos. Solamente destaca “*bastante*” que hace referencia a la necesidad de Nayib Bukele de trabajar bastante por mejorar el valor de la bandera de GANA. Este adverbio sí posee tendencia editorialista, pues intensifica la idea de que el partido GANA está muy mal posicionado.

Medio: La Prensa Gráfica						
Fecha: Domingo 9 de diciembre de 2018						
7.7 Titular: Martínez visita mercado aún con fe en la victoria						
Categoría de análisis: Tendencia Editorialista						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1. Hugo Martínez visitó varios municipios de Usulután como parte de su campaña presidencial. Su primera parada fue el mercado de la cabecera, donde aseguró que, a pesar de ser el tercero en las encuestas con una amplia desventaja con respecto a sus competidores, aún tiene esperanzas de convertirse en el tercer presidente del FMLN.	Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN	Presidencial Amplia	Hugo Martínez Campaña Encuesta Desventaja Esperanza FMLN	—	<p>“... a pesar de ser el tercero en las encuestas con una amplia desventaja con respecto a sus competidores”.</p> <p>“... aún tiene esperanzas de convertirse en el tercer presidente del FMLN”.</p>	La fuente es oficial. El adjetivo “presidencial” es neutro y “amplia” es negativo para Hugo Martínez porque se refiere a la desventaja que tiene respecto a los otros candidatos. Los sustantivos mencionan a “Hugo Martínez”, que está en “campaña” para resaltar cómo va en las “encuestas”, y que él mantiene “esperanzas”. En cuanto a la

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>primera frase se infiere que es innecesaria y si el medio la puso fue para resaltar lo mal que le iba al partido FMLN, y así relacionarlo con la segunda frase , donde la palabra “aún” tiene una marcada carga editorialista, pues conlleva la ironía de que pese a los datos Martínez aún posee esperanzas de ganar. Además, se complementa con la frase anterior, siempre con el objetivo de dejar en mala</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
		—		—		posición al partido FMLN y al candidato Hugo Martínez.
2. “La verdadera encuesta de opinión en El Salvador tendrá lugar el próximo 3 de febrero”, dijo, a pesar de que la más reciente de LPG Datos muestra que solo 6.9% de los entrevistados respondió que votaría por Martínez o su partido.	Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN  LPG Datos	Verdadera Reciente	Encuesta LPG Martínez Partido	Más	“... a pesar de que la más reciente de LPG Datos muestra que solo 6.9% de los entrevistados respondió que votaría por Martínez o su partido”.	Las fuentes son: el candidato por el FMLN, Hugo Martínez, de izquierda, y por otro lado LPG datos, fuente de derecha. El adjetivo “verdadera” es positivo para Hugo Martínez pues no da importancia a los datos que no le benefician sino que espera los resultados de las elecciones. Y el adjetivo “reciente” es negativo para

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>Hugo Martínez porque contradice las declaraciones de él al mostrar los bajos números en las encuestas sobre su candidatura. Los sustantivos se refieren a que “Martínez” dijo que la “encuesta” verdadera se reflejaría en las elecciones a pesar de que los datos de “LPG” mostraban poco apoyo al “partido” FMLN. En cuanto a la frase, citan al candidato con palabras</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						esperanzadoras de ganar la elección, pero luego contradicen sus palabras utilizando una encuesta del mismo medio de comunicación. En cuanto al adverbio, se usa para intensificar al adjetivo reciente.
3. En ese estudio, el 28.9% dijo que apoyaría a Nayib Bukele, GANA o Nuevas Ideas; el 16.8% se inclinó por Carlos Calleja o ARENA.	LPG Datos	—	Nayib Bukele GANA Nuevas Ideas Carlos Calleja ARENA	—	—	La fuente de derecha, en este caso LPG datos. En los sustantivos se destacan Nayib Bukele, GANA, Nuevas Ideas, Carlos Calleja, ya que se mencionan para enfatizar los

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						datos de la encuesta sobre cada uno de ellos.
4. “Son responsables como técnicas de indagación, pero tienen márgenes de error, son fotos del momento, y han presentado crisis de predicción, por ejemplo con el Brexit y la situación en Colombia; donde triunfó el “No”, agregó el candidato, quien se hizo una cara conocida por su papel como ministro de Relaciones Exteriores en buena parte de	Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN	Responsable	Ministro Gobiernos Mauricio Funes Salvador Sánchez Cerén	—	“... quien se hizo una cara conocida por su papel como ministro de Relaciones Exteriores en buena parte de los gobiernos de Mauricio Funes y Salvador Sánchez Cerén”.	La fuente es de izquierda. El adjetivo “responsable” es neutro. En los sustantivos destaca que “Martínez” se hizo popular cuando fue “ministro” en los gobiernos de “Mauricio Funes” y “Salvador Sánchez Cerén”. En la frase, el medio quiso relacionar a Hugo Martínez con Mauricio Funes y Salvador Sánchez Cerén y que su

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
los gobiernos de Mauricio Funes y Salvador Sánchez Cerén						popularidad se debe a ellos, quienes cabe recalcar que poseían una mala imagen ante la opinión pública.
5. Según Martínez, para asegurar que no todo está perdido en su camino se basa en el apoyo que le han mostrado a él y a su compañera de fórmula, Karina Sosa, los pobladores de los diferentes lugares que han visitado en campaña electoral.	Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN	Perdido Electoral	Karina Sosa	—	“... para asegurar que no todo está perdido en su camino”.	La fuente es de izquierda. El adjetivo "perdido" es negativo para Martínez, ya que enfatiza en las pocas probabilidades que él tiene de ganar, y "electoral" es neutro. El sustantivo destacado es Karina Sosa, pues es la compañera de fórmula de Martínez, y él

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						<p>menciona que en los lugares donde llegan la gente les muestra apoyo a ambos. La frase posee tendencia editorialista porque está de más, ya que se vuelve a enfatizar en las pocas posibilidades que el partido tiene en la contienda electoral. Y su razón de ser no es sino para volver a dejar mal visto a Martínez con un toque de ironía</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>6. En su recorrido por los puestos del mercado de Usulután, Martínez habló de una de las propuestas que ha convertido en una de sus bases de campaña: los polos de desarrollo, y también se refirió a la propuesta de sus competidores de eliminar el impuesto Contribución Especial para la Seguridad Ciudadana y Convivencia (CESC), un tributo relacionado con el consumo.</p>	<p>Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN</p>	<p>Ciudadana</p>	<p>Martínez Competidores CESC</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>La fuente es de izquierda. El adjetivo “ciudadana” es neutro. Los sustantivos que resaltan son que “Martínez” mencionó la propuesta de sus “competidores” de eliminar el “CESC”.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>7. Hay que ser responsables, cuando uno hace una propuesta, dar alternativas. Con esta contribución especial hemos creado el programa Yo Cambio, hemos reducido el hacinamiento en las cárceles, hemos creado el programa de granjas escuelas, establecido una serie de programas de prevención”, comentó.</p>	<p>Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN</p>	<p>Responsable Especial</p>	<p>Contribución Programa Yo Cambio Hacinamiento Cárceles Granjas Escuelas</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>La fuente es de izquierda. El adjetivo “responsable” es negativo hacia los candidatos que han prometido quitar el impuesto CESC (Coalición y GANA), y el adjetivo “especial” es neutro. Los sustantivos hacen referencia a las cosas que han sido posibles gracias a la contribución especial, razones por las que no es bueno eliminar dicho impuesto.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>8. Al menos en lo que se refiere a Yo Cambio, sin embargo, buena parte de los recursos proviene de los familiares de los presos dentro del proceso, según datos de la Dirección General de Centros Penales. No hay presupuesto definido para este programa</p>	<p>Dirección General de Centros Penales</p>	<p>Buena</p>	<p>Recursos Familiares Presos Proceso Datos DGCP Presupuesto</p>	<p>—</p>	<p>“... sin embargo, buena parte de los recursos proviene de los familiares de los presos”.</p>	<p>Fuente es oficial, porque los datos fueron sacados de la DGCP. El adjetivo “buena” es negativo hacia Martínez, pues contradice las declaraciones dadas por él sobre el programa YO CAMBIO y el impuesto CESC. Los sustantivos se refieren precisamente a esta contradicción. Y la frase seleccionada posee tendencia editorialista porque se refiere a que los programas sociales que mencionó</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
.						Martínez podrían subsistir sin el impuesto, ya que la eliminación del mismo es una propuesta del candidato Carlos Calleja, apoyado por LPG.

### **7.7.1 Análisis del vaciado: “Martínez visita mercado aún con fe en la victoria”.**

Con base al vaciado se determinó que se hizo uso de tres fuentes: Hugo Martínez, candidato presidencial del partido FMLN, que es de izquierda; LPG Datos, que es de derecha, y Dirección General de Centros Penales, que es oficial. En la mayor parte del vaciado se identificó más la fuente Hugo Martínez, pero no para apoyarlo o hacerlo resaltar, sino para ridiculizarlo y contradecirlo.

En el uso de adjetivos se utilizaron mayormente neutros, como “*ciudadana*” y “*especial*”; sin embargo, se usaron varios negativos, entre los que más se destacan están “*perdido*” y “*buena*”, negativos para Martínez, usados para contradecir sus declaraciones con relación a su baja preferencia en las encuestas.

Con respecto al uso de los sustantivos, la mayoría se utilizaron para perjudicar a Martínez. Por ejemplo, “*Desventaja*” y “*esperanza*”, usados para enfatizar que el FMLN iba abajo en las encuestas.

Otros sustantivos con los que se relacionó a Hugo Martínez, son los ex presidentes Mauricio Funes y Salvador Sánchez Cerén, quienes no tenían buena imagen ante la opinión pública, y dañan el perfil de Hugo Martínez.

Por otra parte, en el vaciado no se encontró que la subcategoría adverbio tuviera relevancia en la tendencia editorialista., y solo se encontró uno: “*más*” que se usó para intensificar al adjetivo “*reciente*”, hablando de “*la más reciente encuesta*”.

En cuanto a las frases, en su mayoría poseían tendencia editorialista, por ejemplo: “*... a pesar de que la más reciente de LPG Datos muestra que solo 6.9% de los entrevistados respondió que votaría por Martínez o su partido*”. Aquí se hizo una contradicción a las declaraciones

de Martínez que decían que la verdadera encuesta se demostraría el día de las elecciones. Claramente se trató de contrastar sus declaraciones y crear ironía, ya que según los datos no tenía muchas posibilidades de ganar.

Otra frase que posee mucha carga editorialista es “*aún tiene esperanzas de convertirse en el tercer presidente del FMLN*”, donde hacen una valoración subjetiva repleta de ironía, donde se entendió que pese a no tener posibilidades, aún pensaba que iba a ganar. Dentro del vaciado, se evidenció que cada declaración que hizo Martínez el medio la contradujo con otros datos, de fuentes como LPG y de la Dirección General de Centros Penales.

Medio: La Prensa Gráfica						
Fecha: Miércoles 19 de diciembre de 2018						
7.8 Titular: “Por datos, Bukele ganaría, pero la realidad es otra”						
Categoría de análisis: Tendencia Editorialista						
Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
1. El analista político Salvador Samayoa aseguró que los números del candidato a la presidencia por GANA, Nayib Bukele, no dan para una victoria en las elecciones del próximo 3 de febrero, y por el contrario dijo que el aspirante por la Alianza por un Nuevo País, Carlos Calleja, realiza un trabajo territorial superior	Salvador Samayoa, Analista Político	Político Superior Territorial	Nayib Bukele Victoria Carlos Calleja Números Trabajo	—	“... los números del candidato a la presidencia por GANA, Nayib Bukele, no dan para una victoria”.  “...Carlos Calleja, realiza un trabajo territorial superior”.	La fuente es de derecha, apoyando a Carlos Calleja. El adjetivo “político” es neutro y el adjetivo “superior” y “territorial” son positivos para Carlos Calleja. Los sustantivos que destacan se refieren a que los números de Nayib Bukele no son suficientes para obtener una victoria, y que Carlos Calleja, realiza un trabajo territorial superior.

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						Las dos frases van acorde a la línea editorial del medio, buscan beneficiar al candidato Carlos Calleja y opacar la ventaja de Nayib Bukele.
2.En el último punto, las palabras de Samayoa se unen a las expresadas por el también analista Rafael Castellanos, quien considera que el trabajo de territorio que ha hecho la fórmula de la alianza, que representa a	<p>Salvador Samayoa, Analista Político</p> <p>Rafael Castellanos, Analista.</p>	—	<p>ARENA PCN PDC</p> <p>Democracia Salvadoreña Trabajo</p>	—	“... el trabajo de territorio que ha hecho la fórmula de la alianza, que representa a los partidos ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña, supera el hecho por otras candidaturas”.	<p>Las dos fuentes son de derecha y apoyan a Calos Calleja.</p> <p>Los sustantivos son usados para destacar el trabajo que los partidos que conforman la Alianza, ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña hacen en el territorio.</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
los partidos ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña, supera el hecho por otras candidaturas.						La frase del analista, coloca a Carlos Calleja como la mejor opción para las elecciones y enfatiza que supera a las otras candidaturas, con una tendencia editorialista clara.
3- “Calleja es el mejor candidato, el debate en la UES solo ratifica lo que se ha evidenciado en el territorio, contacto real con la gente, su carisma y honestidad”, escribió Castellanos.	Rafael Castellanos, Analista	Mejor Real	Contacto Gente Carisma Honestidad	—	—	La fuente es de derecha. Los adjetivos “Mejor” y “Real” son positivos para Calleja. Los sustantivos son usados para nombrar características que según la fuente, Calleja posee, y todas esas

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						características son buenas que le dan buena imagen.
4. Por su parte, Samayoa, quien brindó una entrevista ayer al espacio televisivo “Frente a frente”, manifestó, además que los números que han presentado las encuestas “no cuadran” con el padrón electoral ni con el análisis de voto que hoy en día se realiza”.	Salvador Samayoa, Analista Político	Televisivo Electoral	Espacio Encuestas Padrón		“... los números que han presentado las encuestas “no cuadran” con el padrón electoral ni con el análisis de voto que hoy en día se realiza”.	La fuente es de derecha. Los adjetivos son neutros. Los sustantivos destacan porque se refieren a que la fuente dijo en un “espacio” televisivo que las “encuestas” no cuadran con la realidad, debido al “padrón” electoral. La frase contiene carga editorial pues desacredita los datos que dan como ganador a Bukele.

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
5. Recientes encuestas de diversas universidades presentan con ventaja al candidato de GANA. Sin embargo, según Samayoa “por los datos que leo Bukele ganaría, pero la realidad es otra (...) Bukele no es de izquierda es una estafa”, aseguró	Salvador Samayoa, Analista Político	—	Bukele Izquierda Estafa	—	“(…) Bukele no es de izquierda es una estafa”	La fuente es de derecha. Los sustantivos destacan porque se refieren a que “Bukele” no es de “izquierda” y que es una “estafa”. Además, hablan de forma desfavorable de Nayib Bukele, al denominarlo estafa. Es un ataque directo contra Bukele.
6. A criterio de Samayoa el triunfalismo que hoy día se desborda desde la candidatura de GANA tiene un objetivo claro “desmoralizar a	Salvador Samayoa, Analista Político	Claro	Triunfalismo Adversario	—	—	Fuente es de derecha. El adjetivo es neutro. El sustantivo “triunfalismo” es utilizado como la actitud exagerada de seguridad y

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
los adversarios”.						<p>superioridad, en lugar de utilizar un sustantivo como la “ventaja” de Bukele sobre los otros candidatos. Por esa razón posee tendencia editorialista ya que parafraseando a Samayoa y utilizando sus declaraciones, se quiere hacer ver que la victoria de Bukele no es real, solo un rumor que se transmite para que los demás candidatos se den por vencidos.</p>

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>7- “Dar la impresión que la victoria de Bukele es inevitable tiene un propósito, en este caso de desmoralizar a sus adversarios, y como Walter Araujo conoce bien a los areneros, por eso su posición”, aseguró.</p>	<p>Salvador Samayoa, Analista Político</p>	<p>Inevitable</p>	<p>Victoria Bukele Propósito Adversarios</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>La fuente es de derecha. El adjetivo “inevitable” es positivo para Bukele, pero se contrasta con la afirmación inmediata de que es solo una táctica para desmotivar a los contrincantes y no es real. Los sustantivos se refieren a que hacer ver la “victoria” de “Bukele” como inevitable tiene como “propósito” hacer que sus “adversarios” se rindan.</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
8- Sobre la ideología de Bukele, Samayoa cree que es difícil conocerla, así como también es difícil vaticinar su relación con la Asamblea Legislativa, en caso que el candidato ganara la presidencia.	Salvador Samayoa, Analista Político	Difícil	Ideología Bukele Asamblea	—	—	La fuente es de derecha. El adjetivo “difícil” es negativo hacia Bukele, pues deja en duda su ideología. Los sustantivos destacan porque se refieren a la opinión de Samayoa con respecto a la “ideología” de “Bukele”, y que su relación con la “Asamblea” sería incierta de resultar electo.

### **7.8.1 Análisis del vaciado: “Por datos, Bukele ganaría, pero la realidad es otra”.**

Con base al vaciado de la nota se hizo uso únicamente de dos fuentes y ambas fueron de derecha: los analistas políticos Salvador Samayoa, y Rafael Castellanos.

En cuanto a los adjetivos, destacaron los positivos, ya que fueron los más utilizados y se usaron para beneficiar a Carlos Calleja y a la coalición de partidos que llevaron su candidatura, como por ejemplo: “*mejor*”, que afirma que su candidatura es mejor que las demás.

El único adjetivo positivo que no benefició a Calleja fue “*inevitable*”, se usó para referirse a la victoria de Nayib Bukele; sin embargo, junto a las demás subcategorías utilizaron esa afirmación a favor de la línea editorial del medio, al decir que esa idea solo tenía como objetivo desmoralizar a los demás candidatos y no es que fuera real.

Respecto a los sustantivos, destacan algunos muy cargados de tendencia editorialista, como es el caso de “*estafa*”, utilizado para referirse directamente a Nayib Bukele para perjudicarlo; diferente a los sustantivos “*Honestidad*”, “*Carisma*” y “*Trabajo*”, usados para referirse directamente a Carlos Calleja y beneficiarlo. También destaca el sustantivo “*triunfalismo*”, usado para desacreditar la posibilidad de ganar de Nayib Bukele.

En el caso de las frases, son todas utilizadas en contra de Nayib Bukele, como por ejemplo: “*... los números del candidato a la presidencia por GANA, Nayib Bukele, no dan para una victoria*” y “*...Carlos Calleja, realiza un trabajo territorial superior*”.

Éstas buscaron bombardear ideas como: que Nayib Bukele no ganaría las elecciones; que las encuestas se equivocan; que el triunfalismo de Bukele es solo una táctica para desmoralizar

a sus oponentes; y que de ganar Bukele el futuro es incierto ya que no tiene una ideología definida y su relación con la Asamblea Legislativa es muy mala.

El uso de la subcategoría adverbios fue nulo respecto a la tendencia editorialista. Además, se determinó que los elementos vaciados responden más que todo a opiniones personales de ambas fuentes y no hubo información objetiva sobre las encuestas.

**Medio: La Prensa Gráfica**

**Fecha: 10 de Octubre de 2018**

**7.9 Titular: Población reprueba gestión de presidente Sánchez Cerén**

**Categoría de análisis: Tendencia Editorialista**

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>1. Los ciudadanos salvadoreños calificaron con un 4.5 el trabajo realizado por el presidente Salvador Sánchez Cerén, según los resultados de la última encuesta elaborada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC).</p>	<p>Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC).</p>	<p>Salvadoreños</p>	<p>Presidente Salvador Sánchez Cerén Trabajo</p>	<p>—</p>	<p>“Los ciudadanos salvadoreños calificaron con un 4.5 el trabajo realizado por el presidente Salvador Sánchez Cerén.”</p>	<p>La fuente es oficial. El adjetivo “salvadoreños” es neutro. Los sustantivos están relacionados a la encuesta donde el “presidente” Salvador “Sánchez Cerén” obtuvo una baja calificación respecto a su “trabajo”. Con respecto a la frase, contiene carga editorialista pues enfatiza en la baja calificación del presidente</p>

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						Y deja en segundo plano los resultados de la encuesta en relación a la elección presidencial.
2. Esta nota significa un aumento de 0.5 en relación con la obtenida en el estudio que se presentó el 27 de septiembre de 2017, cuando Sánchez Cerén fue evaluado con un 4.0 por los connacionales.	CIOPS UTEC	—	Nota Aumento Estudio Sánchez Cerén	—	—	La fuente es oficial. Los sustantivos que destacan se relacionan al “aumento” en la “nota” que obtuvo “Sánchez Cerén” en un “estudio” anterior, Afirmando que no solo fue baja, sino que ha tenido otras más bajas.
3. Según los datos del sondeo, el 73% de los	CIOPS UTEC	—	Encuestados Presidente	Apenas	—	La fuente es oficial. Los sustantivos se refieren a que

Sub categorías	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
Noticias						
encuestados se encuentra en desacuerdo con la forma de gobernar del presidente y apenas el 21.6% está de acuerdo. El 5.4% restante no respondió a la interrogante						los encuestados estaban en desacuerdo con la forma de gobernar del Presidente. El uso del adverbio “apenas”, resalta que fueron muy pocos los que estuvieron de acuerdo con la forma de gobernar del presidente. Este adverbio se usó para minimizarlo y por eso tiene tendencia editorialista.
4. El CIOPS de la Universidad Tecnológica desarrolló su encuesta entre el 5 y 7 de octubre pasados, con	CIOPS UTEC	Válidas Nacional	—	—	—	La fuente es oficial. El adjetivo “válidas” es neutro, al igual que “nacional”.

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
una muestra de 2,133 boletas válidas distribuidas en los 14 departamentos del país y un margen de error del +-2.14% muestra nacional.						
5. Sobre la pregunta ¿quién ha dirigido el rumbo del país en el último período presidencial?, los encuestados dieron apenas un 8.2 % de respuestas a favor de Sánchez Cerén, mientras que el 39.4 % dijo que la cúpula del FMLN dirigió el	CIOPS UTEC	Presidencial	Sánchez Cerén Cúpula del FMLN País Decisiones Gobierno	Apenas	“ los encuestados dieron apenas un 8.2 % de respuestas a favor de Sánchez Cerén”	La fuente es oficial. El adjetivo “presidencial” es neutro. Los sustantivos que destacan se refiere a que la mayoría de personas opina que las decisiones del país durante el gobierno de Sánchez Cerén, las tomó la

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
país. Por su parte, el 27.8% de las respuestas sostuvo que ambas partes toman las decisiones en el gobierno.						Cúpula del FMLN; este último sustantivo marca una clara tendencia desde el inicio; sin embargo fue el CIOPS quien determinó así la pregunta. Pero aun así existe tendencia editorial debido al uso del adverbio “apenas”, que enfatiza en que pocos piensan que el país lo gobernó el presidente y no su partido. En la frase se enfatiza nuevamente el uso que se le dio al adverbio

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
						“apenas”, queriendo decir que solo un 8.2% estaban a favor de Cerén, minimizando el apoyo que tiene.
6. Entre tanto, de cara a las elecciones presidenciales del próximo 3 de febrero, la encuesta refleja que el partido GANA es considerado como el que posee mayor posibilidad de ganar, con un 56.2 %, mientras que el 54.6 % considera que el candidato Nayib Bukele es el mejor candidato	CIOPS UTEC	Presidenciales Mejor Mayor	Elecciones GANA Candidato Nayib Bukele Presidencia		“...GANA es considerado como el que posee mayor posibilidad de ganar, con un 56.2 %, mientras que el 54.6 % considera que el candidato Nayib Bukele es el mejor candidato para la presidencia.”	La fuente es oficial. El adjetivo “presidenciales” es neutro, y “mejor” y “mayor” son positivos ya que se usan para indicar que Bukele es el mejor candidato de acuerdo a la encuesta. Los sustantivos que destacan expresan que Bukele es el que posee posibilidades de ganar las

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
para la presidencia.						elecciones para la presidencia y que GANA sería el partido ganador En la frase, esta información se puso casi al final, esto de forma intencional, pues también el nombrar primero al partido GANA en lugar de a Bukele conlleva tendencia editorialista.
7. Por su parte, la Alianza por un Nuevo País aparece en el segundo puesto de las posibilidades de ganar la	CIOPS UTEC	—	Alianza Elección Banderas Partidos Coalición	—	“...aunque en este caso, a la hora de presentar las opciones para la intención de voto, la UTEC	La fuente es oficial. Los sustantivos que destacaron se refieren a que en la elección las banderas de la Alianza

Sub categorías Noticias	FUENTES	ADJETIVOS	SUSTANTIVOS	ADVERBIOS	FRASES	INFERENCIAS
<p>elección con un 22.3 %, aunque en este caso, a la hora de presentar las opciones para la intención de voto, la UTEC incluyó las banderas de los cuatro partidos en un mismo bloque como coalición, a pesar de que en la elección dichos institutos participarán cada uno con bandera separada.</p>					<p>incluyó las banderas de los cuatro partidos en un mismo bloque como coalición, a pesar de que en la elección dichos institutos participarán cada uno con bandera separada”.</p>	<p>aparecerán separadas y en la encuesta no se tomó así, por eso la Coalición está en segundo lugar. La frase justifica que la Alianza va en segundo lugar y que puede variar ya que en la encuesta se tomaron las banderas como un solo bloque, pero en la elección van a aparecer separadas. Justificando así el segundo puesto que se llevó la coalición en la encuesta.</p>

### **7.9.1 Análisis del vaciado: “Población reprueba gestión de presidente Sánchez Cerén”.**

Con base al vaciado de la nota se determinó que se hizo uso de únicamente una fuente: Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC).

En relación a los adjetivos, la mayoría fueron neutros, por ejemplo *“presidenciales”*, pero hubo presencia de otros como *“mayor”* que es positivo, fue usado para decir que Nayib Bukele era el candidato con mayor posibilidad de ganar las elecciones. Aunque esto no va acorde con la línea editorial del medio.

En cuanto a los sustantivos se destacan: *“Sánchez Cerén”* y *“Cúpula del FMLN”*, usados para decir que la gente pensaba que las decisiones del país las tomaba la cúpula del partido de gobierno y no el presidente. LPG enfatizó en la desaprobación de las personas en cuanto a la gestión del gobierno de Cerén, y en ese sentido se mencionaron datos desfavorables de las encuestas, esto para perjudicar al FMLN y su candidato.

Por otra parte, el uso de la subcategoría adverbios fue escaso, solamente se usó *“apenas”* dos veces, para minimizar al 21.6% que estaba de acuerdo con la gestión de Cerén. También para disminuir al 8.2% de las personas encuestadas que dieron una respuesta positiva hacia el entonces presidente de la república.

El uso del adverbio *“apenas”* fue para hacer ver que el FMLN no tenía tanto apoyo de cara a las elecciones presidenciales, y para decir que no tenían posibilidades de ganar. No se profundizó mucho en Nayib Bukele, sino en el FMLN de forma negativa.

En cuanto a las frases, sobresale “...*aunque en este caso, a la hora de presentar las opciones para la intención de voto, la UTEC incluyó las banderas de los cuatro partidos en un mismo bloque como coalición, a pesar de que en la elección dichos institutos participarán cada uno con bandera separada*”, utilizada para justificar la frase: “...*GANA es considerado como el que posee mayor posibilidad de ganar, con un 56.2 %, mientras que el 54.6 % considera que el candidato Nayib Bukele es el mejor candidato para la presidencia*”. Esto para justificar con una frase, la idea de la otra donde se habló bien de Bukele y contrastarla.

### **7.10 El tratamiento periodístico de la Prensa Gráfica es un reflejo de la manipulación editorialista.**

De acuerdo al vaciado de las cuatro notas que conforman la muestra de La Prensa Gráfica, se determinó que el medio realizó un tratamiento periodístico muy cargado de tendencia editorialista a las encuestas electorales.

Además, el medio no hizo ni un esfuerzo por esconder su tendencia, sino por el contrario, la expresó directamente a través del uso de elementos como las subcategorías de análisis, usadas en la investigación para determinar precisamente esa tendencia editorialista dentro del tratamiento periodístico.

Para el caso, las fuentes más utilizadas por LPG fueron las fuentes de derecha, como Salvador Samayoa, y Rafael Castellanos; seguidas por las fuentes neutrales como el CIOPS y solo una fuente de izquierda: el candidato por el FMLN, Hugo Martínez, donde es necesario aclarar que se usó para contradecirlo y mofarse de sus declaraciones con un toque de ironía; así como sucede en las frases: “... *para asegurar que no todo está perdido en su camino*” y “*aún tiene esperanzas...*”.

En cuanto a las fuentes más usadas: las de derecha, su uso fue cuantioso por parte del medio, dado que la nota “Por datos Bukele ganaría pero la realidad es otra”, se basó por completo en las opiniones de dos analistas políticos afines a Carlos Calleja: Salvador Samayoa, y Rafael Castellanos.

Respecto a los sustantivos, resaltan algunos bastante fuertes como es el caso de “*estafa*” utilizado para referirse sin tapujos a Nayib Bukele, y “*cúpula*” para dejar mal visto al partido de gobierno. Y por otra parte, se benefició a Calleja con los sustantivos “*honestidad*”,

“*carisma*” y “*trabajo*” que se usaron para decir directamente que son características que él posee.

Referente a los adjetivos, estuvieron bastante equilibrados, pues usaron tanto neutros, como: “responsable” y “*presidencial*” que no tuvieron carga editorialista; así como positivos; por ejemplo: “*mejor*”, dirigido hacia Calleja; y otros negativos como “*difícil*” para perjudicar a Nayib Bukele, pues se refirió que es difícil definir su ideología y por eso su relación con la Asamblea Legislativa sería incierta.

Es importante aclarar que los adjetivos positivos fueron dirigidos a Carlos Calleja y a la Alianza por Un Nuevo País, y los negativos a sus contrincantes.

Sobre los adverbios, estos fueron la subcategoría menos utilizada, pero eso no impidió que tuvieran tendencia editorialista, como es el caso de “*apenas*”, utilizado dos veces para minimizar al porcentaje de personas que apoyó al presidente Sánchez Cerén; y “*bastante*” usado contra el partido GANA, al decir que Bukele necesita trabajar bastante en el valor de bandera de ese partido.

En cuanto a las frases, su uso fue bastante directo y con una marcada tendencia editorialista, como por ejemplo “*(...) Bukele no es de izquierda es una estafa*”, utilizada de manera clara contra el candidato Nayib Bukele. Y también hubo otras en contra del candidato Hugo Martínez: “*... para asegurar que no todo está perdido en su camino*”. Y frases favorecedoras para el candidato Carlos Calleja “*... Carlos Calleja, realiza un trabajo territorial superior*”.

En general se determinó que La Prensa Gráfica fue muy directa y tajante en cuando a su tendencia editorialista, pues no intentó maquillar las ideas claras que pretende expresar, todas acordes a su línea editorial. Beneficia sin censura a su candidato Carlos Calleja y no perdió

oportunidad para menoscabar la imagen de Nayib Bukele, Hugo Martínez y los partidos que estos representan.

## CONCLUSIONES

- ❖ Los resultados del vaciado y análisis determinaron que LPG y Diario Co-Latino hacen uso de su tendencia editorialista en el tratamiento periodístico de las encuestas en tiempo de campaña electoral. LPG benefició al candidato por la Alianza por Un Nuevo País, Carlos Calleja; mientras que Diario Co-Latino benefició al candidato del FMLN, Hugo Martínez.
- ❖ LPG fortaleció el discurso de su línea editorial al hacer uso fuentes de derecha que con sus argumentos proyectaron una buena imagen de los partidos políticos que conformaron la Alianza por Un Nuevo País y su candidato Carlos Calleja.
- ❖ En Diario Co-Latino predominó el uso de fuentes oficiales, de las cuales retomó información que iba acorde a su tendencia editorialista, encaminada a dañar la imagen de la Alianza por Un Nuevo País y su candidato.
- ❖ LPG a través de los adjetivos marcó tendencia editorialista, al referirse de manera negativa a los candidatos Hugo Martínez, Nayib Bukele y sus respectivos partidos políticos; y de manera positiva a Carlos Calleja y a la coalición.
- ❖ Diario Co-Latino utilizó en su mayoría adjetivos neutros, y solo usó adjetivos negativos para referirse a los candidatos Carlos Calleja, Nayib Bukele y sus respectivos partidos políticos.
- ❖ LPG fue bastante directa con el uso de sustantivos. Utilizó sustantivos bastante fuertes y negativos, con una intención clara para atacar a Nayib Bukele y Hugo Martínez, así como también utilizó sustantivos positivos para relacionarlos con Carlos Calleja. Fue una categoría de análisis bastante llena de tendencia editorialista.
- ❖ Diario Co-Latino utilizó sutilmente los sustantivos para relacionar a los partidos y candidatos contendientes de Hugo Martínez con algo específico acorde a su línea editorial. Ejemplo: A Bukele con el sustantivo fraude. A ARENA con la corrupción.

- ❖ LPG utilizó frases directas y con una gran carga editorial. Que expresaban directamente el desdén por Bukele, Martínez y sus partidos; así como frases que alabaran al candidato Carlos Calleja y a los partidos de la Alianza por Un Nuevo País.
- ❖ La subcategoría Frases fue la menos sutil de Diario Co-Latino, pues expresó ideas bien marcadas sobre los candidatos y los partidos políticos, acordes a la tendencia editorialista del medio. Principalmente con significados negativos para Bukele, Calleja y sus partidos políticos.
- ❖ LPG hizo un tratamiento informativo bastante tendencioso de las encuestas, y utilizó las notas para dar opiniones subjetivas acordes a su línea editorial.
- ❖ Diario Co-Latino presenta un tratamiento periodístico subjetivo a las encuestas de opinión, pero manifestándolo de forma sutil y limitándose al género informativo.

## **RECOMENDACIONES**

### **A los medios de comunicación (LPG y Diario Co-Latino).**

- ❖ Tener equilibrio en el uso de fuentes para las publicaciones, para evitar el sesgo y realizar un trabajo ético para los lectores, ya que los medios de comunicación son generadores de opinión en las personas.
- ❖ Evitar el uso de adjetivos peyorativos en las notas que interfieren en la verdadera labor de informar a la audiencia.
- ❖ Abordar el tratamiento periodístico de las informaciones con imparcialidad y veracidad, sin atacar a adversarios o imponer su ideología entre la población, más bien, generar criterio propio en cada persona.
- ❖ Abordar la pluralidad política con profesionalismo, permitiendo a las audiencias formarse un concepto real de las opciones partidarias a elegir.
- ❖ Separar los intereses económicos y políticos en el tratamiento periodístico de las noticias, para que la información llegue al público lo más cristalina posible.

### **A periodistas.**

- ❖ Aprovechar al máximo los espacios en materia de ética periodística que les conceda el medio de comunicación para realizar tratamientos periodísticos que permitan a la audiencia conocer la información sin sesgo ideológico.
- ❖ Tratar de apearse lo mayormente posible a la imparcialidad y no caer en el sesgo ideológico del medio de comunicación, y así informar con veracidad.

### **Al Departamento de Periodismo**

- ❖ Actualizar el pensum de la Licenciatura en Periodismo ya que los tiempos cambian y los profesionales que se forman deben adaptarse a la realidad actual del país.
- ❖ Apoyar más los fortalecimientos en la ética periodística y el tratamiento informativo que los estudiantes de periodismo dan en sus actividades evaluadas.
- ❖ Establecer vínculos de amistad con las empresas periodísticas para así lograr una relación armoniosa que promueva la realización de prácticas profesionales a los estudiantes del Departamento de Periodismo.

### **A la sociedad salvadoreña:**

- ❖ Construir un criterio propio al momento de consumir noticias de medios de comunicación para no asumir como verídico todo lo que los medios publiquen.
- ❖ Contrastar informaciones de diferentes medios de comunicación para finalmente sacar conclusiones propias.
- ❖ Consumir diferentes medios informativos para tener una perspectiva más amplia de la coyuntura y no encajonarse en un determinado sesgo informativo.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

- ALARCOS, E. (1994), “Gramática de la lengua española”, Madrid: Real Academia Española, Espasa-Calpe.
- ASENSI, Jesús González, NIEVES Minguez y MOGOLLÓN, González, (1991). “Gramática española”, México: Santillana.
- BAENA PAZ, Guillermina (1990), “*Géneros periodísticos informativos*”, Pax México, México D. F.
- BERELSON, B. (1952). Content Analysis in Communication Research, Free Press, GBARDIN, Laurence, “Análisis de contenido”, Akal. 1996 2ª e .
- DE FONTCUBERTA, Mar, “La noticia. Pistas para percibir el mundo”, Paidós, Buenos Aires, 1993.
- FERNÁNDEZ, Sonsoles (1983), “Didáctica de la gramática”, Madrid, Narcea, pág. 137.
- Gans, H. (1979). Deciding what’s news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time New York: Vintage
- GARCÍA FERRANDO, Manuel; ALVIRA, Francisco; ALONSO, Luis Enrique y ESCOBAR, Modesto (comps.), (2016), “El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación”, Reis. Revista Española de Investigaciones SociológicasGARCÍA ESCRIBANO, Juan José, (2017) Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política.

- GONZALES MORALES, Alfredo, “Paradigmas de investigación en las Ciencias Sociales”, pág. 1.
- Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2013
- Khun, T. (1986): La estructura de las revoluciones científicas, Fondo de Cultura Económica, México.
- KEMMIS, S. & MCTAGGART, R. (1988). “Cómo planificar la investigación-acción”, Barcelona: Laertes.
- LAWSON, Chappell H. (2002): “Building the fourth estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico”, Berkeley / Los Angeles, University of California Press.
- LEÓN, José Antonio. (2003), “Conocimiento y Discurso. Claves para inferir y comprender”, Madrid: Pirámide.
- LÓPEZ, M. (1995), “*Cómo se fabrican las noticias*”, Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI, Paidós, Barcelona, 2004
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José (1992) “Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo”.
- MARTÍNEZ JIMÉNEZ, José Antonio; MUÑOZ MARQUINA, Francisco; SARRIÓN MORA, Miguel Ángel (2011). «Clases de palabra (I). El sustantivo y el adjetivo.». *Lengua Castellana y Literatura* (Akal edición). Madrid: Akal Sociedad Anónima. p. 20
- MERINO, C. (1995): Metodología cualitativa de la investigación psicosocial, UNAM-CISE, España

- McCOMBS, Maxwell (2004), “Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento”, Inglaterra, Polity Press. Cambridge.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, (1995), La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social, Paidós. Barcelona, 1995.
- PARODI, Giovanni. (2005), “Comprensión de textos escritos”, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- RICOY LORENZO, Carmen (2006) “Contribución sobre los paradigmas de investigación”, Santa María, RS, Brasil, pág 16, núm. 154, abril-junio, 2016, pp. 165-169 Centro de Investigaciones Sociológicas Madrid, España.
- RUIZ, Olabuénaga, J.I. (1996): Metodología de la investigación cualitativa, Bilbao: Universidad de Deusto.
- STAKE, Robert. E. (2005) “Investigación con estudio de casos”, Madrid, Morata.

## TESIS

- ACOSTA, Mirian Marcela y PEÑA MENJÍVAR, Blanca Iris, (2016), tesina denominada: “Análisis de tratamiento periodístico del tema hídrico durante el año 2015 en medios digitales, impresos, radiofónicos y televisivos en El Salvador, de febrero a agosto de 2016”, departamento de periodismo, de la Universidad de El Salvador.
- BALCAZAR NAVA, Patricia, GONZALEZ ARRATIA, Norma I. , GURROLA PEÑA, Gloria M. , MOYSEN CHIMAL, Alejandra, (2015). “Investigación Cualitativa”, Universidad Autónoma del Estado de México
- CHÉVEZ REYNOSA, Nelly Arely, (2010), tesina denominada: “Estrategias de la comunicación y marketing político implementadas en las campañas electorales presidenciales”, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA.

## REVISTAS

- MIRANDA DUKE, Alicia Elena, ALVARENGA, Érika Mélida, (2012), “Medios y Campaña Electoral en 2012, uso de monitoreo de prensa escrita”, FUNDAUNGO, primera edición, septiembre de 2012, 47 pag. <https://www.fundaungo.org.sv/products/medios-y-campana-electoral-2012-monitoreo-de-la-prensa-escrita/121>.

## FUENTES EN LÍNEA

- DEMONTE, Violeta (1991), “Detrás de la palabra. Estudios de gramática del español”. Madrid: Alianza Editorial  
[https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar.pd/files/9\\_Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20\(Albertini%20-Ruiz\).pdf](https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar.pd/files/9_Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20(Albertini%20-Ruiz).pdf)
- <http://es.scribd.com/doc/51258800/Paradigmas-de-investigacion-en-las-ciencias-sociales>
- MALDONADO, Gerardo y TORCAL, Mariano, (2014) “Efectos de la exposición a los medios de comunicación y la discusión en las actitudes hacia la política”, Revista Latinoamericana de Opinión Pública, [https://www.researchgate.net/publication/340073041\\_Efectos\\_de\\_la\\_exposicion\\_a\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion\\_y\\_la\\_discusion\\_en\\_las\\_actitudes\\_hacia\\_la\\_politica](https://www.researchgate.net/publication/340073041_Efectos_de_la_exposicion_a_los_medios_de_comunicacion_y_la_discusion_en_las_actitudes_hacia_la_politica)
- PÉREZ PORTO, Julián; y GARDEY, Ana; (2016) (texto completo: Definición de: Definición de campaña electoral (<https://definicion.de/campana-electoral/>)).
- SHEARER, Elisa (2018) “*Las redes sociales superan a los periódicos impresos en los EE. UU. Como fuente de noticias*”.
- TAMAYO LEÓN, René (2006) “Taller por una cobertura periodística más profesional. Notas de un reportero” (texto completo: <https://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110502-taller-por-una-cobertura-periodistica-m-s-profesional.-notas-de-un-reportero.php>)).

- UNIVERSIDAD, Alcalá, Madrid (Texto completo:  
<http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/index.html#:~:text=Se%20denominan%20fuentes%20de%20informaci%C3%B3n,parte%20del%20proceso%20de%20investigaci%C3%B3n>).

## ANEXOS

- La Prensa Gráfica 10 de octubre de 2018 (Pág. 19)

### “Población reprueba gestión del Presidente Sánchez Cerén”

laprensagrafica.com Miércoles 10 de octubre de 2018

Nación : @LPGPolitica 19

# Población reprueba gestión de presidente Sánchez Cerén

El 73% de los encuestados dijo estar en desacuerdo con la forma de gobernar del mandatario.

Gabriel Campos Madrid  
politica@laprensagrafica.com

Los ciudadanos salvadoreños calificaron con un 4.5 el trabajo realizado por el presidente Salvador Sánchez Cerén, según los resultados de la última encuesta elaborada por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC).

Esta nota significa un aumento de 0.5 en relación con la obtenida en el estudio que se presentó el 27 de septiembre de 2017, cuando Sánchez Cerén fue evaluado con un 4.0 por los conacionales.

Según los datos del sondeo, el 73% de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la forma de gobernar del presidente y apenas el 21.6% está de acuerdo. El 5.4% restante no respondió a la interrogante.

El CIOPS de la Universidad Tecnológica desarrolló su encuesta entre el 5 y el 7 de octubre pasados, con una muestra de 2,133 boletas válidas distribuidas en los 14 departamentos del país y un margen de error del  $\pm 2.14\%$  muestra nacional.

Sobre la pregunta ¿quién ha dirigido el rumbo del país en el último período presidencial?, los encuestados dieron apenas un 8.2% de respuestas a favor de Sánchez Cerén, mientras que el 39.4% dijo que la cúpula del FMLN dirigió el país. Por su parte, el 27.8% de las respuestas sostuvo que ambas partes toman las decisiones en el gobierno.



Resultados. El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña de la Universidad Tecnológica presentó ayer los resultados de su encuesta realizada entre el 5 y 7 de octubre pasados.

Entre tanto, de cara a las elecciones presidenciales del próximo 3 de febrero, la encuesta refleja que el partido GANA es considerado como el que posee mayor posibilidad de ganar, con un 56.2%, mientras que el 54.6% considera que el candidato Nayib Bukele es el mejor candidato para la presidencia.

Por su parte, la Alianza por un Nuevo País aparece en el segundo puesto de las posibilidades de ganar la elección con un 22.3%, aunque en este caso, a la hora de presentar las opciones para la intención de voto, la UTEC incluyó las banderas de los cuatro partidos en un mismo bloque como coalición, a pesar de que en la elección dichos institutos participarán cada uno con bandera separada.



## Ortiz encabezaría misión para conferencia en EUA

Ocho funcionarios forman la delegación para la conferencia sobre prosperidad y seguridad.

Gabriel Campos Madrid  
politica@laprensagrafica.com

Jura; el ministro de Justicia y Seguridad Pública, Mauricio Landaverde; el ministro de Hacienda, Nelson Fuentes; la ministra de Economía, Luz Estrella Rodríguez; el ministro de Obras Públicas, Eliud Ayala; la viceministra para Salvadoreños en el Exterior, Liduvina Magarín; el secretario ejecutivo del Consejo Nacional de Energía, Luis Reyes; y el secretario ejecutivo del Consejo Nacional para el Desarrollo Sostenible, Sergio Bran.

“En la conferencia vamos a ver temas de la prosperidad y

El vicepresidente de la república, Óscar Ortiz, encabezaría la misión oficial que representará a El Salvador en la II Conferencia sobre Prosperidad y Seguridad en Centroamérica, que se realizará el 11 y 12 de octubre en Washington D. C., Estados Unidos.

La comitiva que acompaña a Ortiz está conformada además por la embajadora de El Salvador en Estados Unidos, Claudia Can-



Reunión. El vicepresidente Óscar Ortiz estará en Conferencia sobre Prosperidad y Seguridad en C. A.

seguridad. Haremos revisión de cuánto hemos ido avanzando en los compromisos asumidos en la Conferencia de Miami en 2017”, afirmó el vicepresidente, quien recordó que el año pasado se tocó la generación de empleos.

“En el tema de energía es en donde más recursos hemos comprometido, en el campo de inversión pública y privada”.

ÓSCAR ORTIZ,  
VICEPRESIDENTE DE EL SALVADOR

DIPUTADOS DE ARENA

## Piden llamar a autoridades de ISDEMU

Los diputados del grupo parlamentario de ARENA, acompañados de sindicalistas de USTTISDEMU, pidieron ayer que las autoridades a cargo del ISDEMU acudan a la comisión de trabajo de la Asamblea Legislativa para que expliquen supuestas demandas de violaciones a los derechos laborales y despidos de personal. Los sindicalistas demandan igualdad salarial, quitar la discriminación sindical, eliminar la violencia laboral, respetar la libertad sindical y la conformación de una comisión de servicio civil. Debido a que la titular de la institución y ex primera dama, Vanda Pignato, se encuentra bajo arresto domiciliario, aseguran que tienen conocimiento que ese cargo lo ha asumido la directora ejecutiva Yanira Argueta, el cual dicen que sería una función ilegal, de acuerdo con los artículos 9 y 10 de la Ley de ISDEMU.

Beatriz Benítez  
politica@laprensagrafica.com

ASAMBLEA

## Revisan registro de pandillas

La comisión de seguridad de la Asamblea Legislativa revisó ayer el proyecto de ley especial del registro nacional de agrupaciones ilícitas y organizaciones terroristas, sus miembros y colaboradores, que contiene 24 artículos. Cada diputado llevará el proyecto a consultas con sus fracciones, y la próxima semana se continuará con la discusión. Para el FMLN, el registro únicamente debe de incluir a maras y pandillas; sin embargo, el PCN dijo que ellos consideran que los delincuentes son las agrupaciones ilícitas, y las maras y pandillas están dentro.

Beatriz Benítez  
politica@laprensagrafica.com

- La Prensa Gráfica 24 de octubre de 2018 (Pág. 16)

## “Encuesta revela que Alianza por un Nuevo País supera en 2.8 a GANA”

16 **Nación** : @LPGPolitica

Miércoles 24 de octubre de 2018 laprensagrafica.com



“Si las cosas se mantienen como están ahora, podríamos estar hablando de una primera vuelta muy reñida, y la apuesta de los partidos es ganar en primera, por eso es que estamos viendo la carga comunicacional... Estamos, con estos datos, ante un virtual empate técnico”.

ÓSCAR GODOY, REPRESENTANTE DE ICP

“En un plazo de 10 días o antes podría haber elección de magistrados”:  
**Parker**

**Diputados dicen que han existido avances, tras 100 días sin Sala de lo Constitucional.**

**Gabriel Campos Madrid**  
politica@laprensagrafica.com

Los diputados de diversas fracciones legislativas aseguraron que existen avances que hacen prever que la elección de los cuatro magistrados a la Sala de lo Constitucional, así como el que deberá llegar a la Sala de lo Civil (y los respectivos suplentes) de la Corte Suprema de Justicia (CSJ) podrían ser escogidos en un plazo no mayor al viernes de la próxima semana.

Así lo dejaron ver los legisladores Rodolfo Parker (PDC), Carlos Reyes (ARENA) y Jorge Schafik Hándal (FMLN), quienes coincidieron en expresar que las reuniones que han sostenido los partidos han permitido encontrar coincidencias en cuanto a postulantes para la CSJ.

Ayer se cumplieron 100 días de retraso en la elección de magistrados, algo que los legisladores aseguraron supone una deuda con la población. Sin embargo, a pesar de esto, el presidente de la comisión política, Norman Quijano, no realizó convocatoria de trabajo de dicha comisión en esta semana.

Parker señaló que en los últimos días los listados de candidatos a magistrados han sufrido algunos cambios a los que en un inicio manejaron las fracciones. “No puedo dar nombres, pero sí ha habido algunos cambios”, expresó el pedecista, quien agregó que en las conversaciones se ha respetado el “marco de la idoneidad de los candidatos”.

Ante esto, Hándal desmintió que haya existido modificaciones sustanciales en los candidatos, dado que eso significaría comenzar una discusión de cero, algo que no conviene, porque echaría a perder los avances conseguidos hasta el momento.

“Si él dice que ha habido nuevos nombres que los diga. Nosotros estamos manteniendo conversaciones sobre los mismos que se han venido mencionando a lo largo de todo este tiempo”, comentó Hándal.

Por su parte, Reyes descartó que exista la posibilidad de que se pudiera realizar una elección conjunta de magistrados de la Corte Suprema de Justicia y fiscal general de la república. Este último debe estar electo antes del 5 de enero del próximo año.

“No es que estemos en un punto muerto. Hay conversaciones respetando el marco de la idoneidad de los candidatos”.

**RODOLFO PARKER,**  
DIPUTADO DEL PDC



Diferente. La encuesta del ICP se hizo con un enfoque politológico, no mercadológico, según explicaron. Proyecta segunda vuelta electoral.

# Encuesta revela que Alianza Nuevo País supera en 2.8 a GANA

Sondeo del Instituto de Cultura Política (ICP) prevé que no habrá ganador en primera vuelta.

**Melissa Pacheco**  
politica@laprensagrafica.com

**E**l Instituto de Cultura Política (ICP) presentó su estudio de “análisis de tendencias y potenciales electorales”, el cual proyecta que el próximo presidente de la república se definirá en segunda vuelta.

De acuerdo con los resultados, entre el candidato de la Alianza por un Nuevo País (ARENA, PCN, PDC y DS), Carlos Calleja, y el candidato de GANA, Nayib Bukele, solo hay una diferencia de 2.8 puntos porcentuales.

En intención de voto por partido, la coalición obtiene 29.9%, GANA 27.1%, FMLN 15.3% y VAMOS 0.7%. Al preguntar “si la elección presidencial fuera hoy, ¿a cuál candidato apoyarían?”, el 33.3% dijo que a Bukele; el 31.7% que a Calleja; el 13.6% dijo que al candidato del FMLN, Hugo Martínez; y 0.6% al candidato de VAMOS, José Alvarado. Destacan en

**FICHA TÉCNICA**  
ALCANCE: TODO EL PAÍS  
TÉCNICA: ENTREVISTA PERSONA A PERSONA  
TAMAÑO: 1,400 BOLETAS  
PERÍODO: 24-30 DE SEPTIEMBRE DE 2018  
MARGEN DE ERROR: 2.7 %  
NIVEL DE CONFIANZA: 95 %

estos resultados que aún 20.8% de la población no tiene una decisión tomada.

“Si las elecciones fueran hoy, quizá no habría ganador en primera vuelta, pero hay dos claros

aspectos en este estudio y es que se está moviendo el escenario”, comentó el representante del ICP, Óscar Godoy.

Agregó que el encanto por el candidato de GANA disminuyó precisamente cuando se unió a ese partido, pero que al mismo tiempo “se ve un leve crecimiento en el FMLN”. Esto es un patrón que detectaron en tres meses consecutivos.

“Esto, obviamente, indica que el candidato Bukele tiene que trabajar bastante en su bandera para posicionarla para homologar el valor de la bandera al valor de su candidatura”, agregó Godoy.

- La Prensa Gráfica 9 de diciembre de 2018 (Pág. 11)

## “Martínez visita mercado aún con fe en la victoria”

laprensagrafica.com Domingo 9 de diciembre de 2018

Nación : @LPGPolitica

**3 FEBRERO**  
TU ELIGES

**11**



**Medidas polémicas.** Hugo Martínez afirmó que, en un eventual gobierno bajo su mando, eliminará las medidas extraordinarias "que no sean viables".

# MARTÍNEZ VISITA MERCADO AÚN CON FE EN LA VICTORIA

**FMLN** HUGO MARTÍNEZ, CANDIDATO DEL PARTIDO OFICIALISTA, DIJO QUE LAS ENCUESTAS TIENEN MÁRGENES DE ERROR.

**Moisés Alvarado**  
politica@laprensagrafica.com

**H**ugo Martínez visitó varios municipios de Usulután como parte de su campaña presidencial. Su primera parada fue el mercado de la cabecera, donde aseguró que, a pesar de ser el tercero en las encuestas con una amplia desventaja con respecto a sus competidores, aún tiene esperanzas de convertirse en el tercer presidente del FMLN.

"La verdadera encuesta de opinión en El Salvador tendrá lugar el próximo 3 de febrero", dijo, a pesar de que la más reciente de LPG Datos muestra que solo 6.9 % de los entrevistados respondió que votaría por Martínez o su partido.

En ese estudio, el 28.9 % dijo que apoyaría a Nayib Bukele, GANA o Nuevas Ideas; el 16.8 % se inclinó por Carlos Calleja o ARENA.

"Son respetables como técnicas de indagación, pero tienen márgenes de error, son fotos del momento, y han presentado crisis de predicción, por ejemplo con el Brexit y la situación en Colombia, donde triunfó el 'No'", agregó el candidato, quien se hizo una cara conocida por su papel como ministro de Relaciones Exteriores en buena parte de los gobiernos de Mauricio Funes y Salvador Sánchez Ceren.

Según Martínez, para asegurar que no todo está perdido en su camino se basa en el apoyo que le han mostrado a él y a su compañera de fórmula, Karina Sosa, los pobladores de los diferentes lugares que han visitado en campaña electoral.

**Vamos**

## Candidato de VAMOS se reúne con jóvenes de Chalatenango

Compartió con los asistentes las propuestas de su plan de gobierno.

**Miguel Marroquín**  
politica@laprensagrafica.com

Josué Alvarado, candidato a la presidencia por VAMOS, junto con el secretario nacional de la Juventud del ese partido político, Isaac Ortega, se reunieron con jóvenes del departamento de Chalatenango, donde plantearon sus puntos de vista, necesidades y expectativas, explica un comunicado enviado por su equipo de prensa.

"Cada día estamos más convencidos de que apoyar a los jóvenes es fundamental para nuestro país, por eso debemos escucharlos y que ellos deben hacerse escuchar. Queremos que se sientan valorados, importantes para nosotros, porque ustedes son el pilar de El Salvador", dijo Alvarado.

El candidato manifestó que, a su juicio, no se ha tenido una voluntad de resolver los problemas de la población.

Según el comunicado, Alvarado comentó: "La clase política no ha tenido la voluntad de resolverle los problemas a la gente, por eso estamos ahogados con tantos problemas, nosotros con el apoyo de la juventud y de todos los salvadoreños vamos a frenar eso".



FOTO DE LA PRENSA CORTESÍA

V

"Cada día estamos más convencidos de que apoyar a los jóvenes es fundamental para nuestro país, por eso debemos escucharlos. Queremos que se sientan valorados, importantes".

**JOSUÉ ALVARADO,**  
CANDIDATO DE VAMOS

**Con jóvenes.** El candidato presidencial de VAMOS, Josué Alvarado, se reunió los jóvenes de Chalatenango con quienes se comprometió a llevar desarrollo local.



FOTO DE LA PRENSA CORTESÍA

**CLICK LPG**

**GANA**

## Candidato promete crear una secretaría de valores

El candidato presidencial de GANA, Nayib Bukele, estuvo reunido con pastores y feligreses de diversas iglesias y les prometió que si gana la elección creará una secretaría de valores. Al final del evento no quiso hablar de ningún otro tema.

- La Prensa Gráfica 19 de diciembre de 2018 (Pág. 18)

## “Por datos, Bukele ganaría, pero la realidad es otra”

# “POR DATOS, BUKELE GANARÍA, PERO LA REALIDAD ES OTRA”

**GANNA** EL ANALISTA SALVADOR SAMAYOA CONSIDERA QUE EL TRABAJO TERRITORIAL DE CALLEJA SUPERA AL CANDIDATO DE GANA.

Gabriel Campos Madrid  
politica@laprensagrafica.com

**E**l analista político Salvador Samayoa aseguró que los números del candidato a la presidencia por GANA, Nayib Bukele, no dan para una victoria en las elecciones del próximo 3 de febrero, y por el contrario dijo que el aspirante por la Alianza por un Nuevo País, Carlos Calleja, realiza un trabajo territorial superior.

En el último punto, las palabras de Samayoa se unen a las expresadas por el también analista Rafael Castellanos, quien considera que el trabajo de territorio que ha hecho la fórmula de la alianza, que representa a los partidos ARENA, PCN, PDC y Democracia Salvadoreña, supera el hecho por otras candidaturas.

“Calleja es el mejor candidato, el debate en la UES solo ratifica lo que se ha evidenciado en el territorio, contacto real con la gente, su carisma y honestidad”, escribió Castellanos.

Por su parte, Samayoa, quien brindó una entrevista ayer al espacio televisivo “Frente a frente”, manifestó, además que los números que han presentado las encuestas “no cuadran” con el padrón electoral ni con el análisis devoto que hoy en día se realiza.

### DATOS

Recientes encuestas de diversas universidades presentan con ventaja al candidato de GANA. Sin embargo, según Samayoa “por los datos que leo Bukele ganaría, pero la realidad es otra (...) Bukele no es de izquierda es una estafa”, aseguró.

A criterio de Samayoa el triunfalismo que hoy día se desborda desde la candidatura de GANA tiene un objetivo claro “desmoralizar a los adversarios”.



FOTO DE LA PRENSA ARCHIVO

### IMPROCEDENTE

La Sala de lo Constitucional declaró improcedente la demanda presentada contra la inscripción del candidato de GANA, Nayib Bukele, para aspirar a la presidencia de la república. En la demanda se argumentó que la inscripción violó los artículos 72, 85 y 151 de la Constitución.

**Objetivo.** Salvador Samayoa concedió ayer una entrevista al espacio “Frente a frente”. Aseguró que la euforia tras la candidatura de GANA tiene un objetivo específico.

“Dar la impresión que la victoria de Bukele es inevitable tiene un propósito, en este caso de desmoralizar a sus adversarios, y como Wálter Araujo conoce bien a los areneros, por eso su posición”, aseguró.

Sobre la ideología de Bukele, Samayoa cree que es difícil conocerla, así como también es difícil vaticinar su relación con la Asamblea Legislativa, en caso que el candidato ganara la presidencia.

**V** “Dar la impresión que la victoria de Nayib Bukele (en las elecciones presidenciales) es inevitable tiene un propósito, en este caso de desmoralizar a sus adversarios, y como Wálter Araujo conoce bien a los areneros, por eso su posición”.  
**SALVADOR SAMAYOA,**  
ANALISTA POLÍTICO

“Calleja es el mejor candidato, el debate en la Universidad de El Salvador solo ratifica lo que se ha evidenciado en el territorio, contacto real con la gente, su carisma y honestidad”.  
**RAFAEL CASTELLANOS,**  
ANALISTA POLÍTICO

### Entrega de DUI

## El 68.4% de los DUI que subsidia el Gobierno ya se entregó, informó el RNP

Alrededor de 47,000 documentos más completará la entrega.

Melissa Pacheco/Gabriel Campos  
politica@laprensagrafica.com

El Registro Nacional de las Personas Naturales (RNP) informó que hasta ayer al mediodía se había subsidiado la entrega de 104,311 documentos únicos de Identidad (DUI), es decir, el 68.4% de los documentos financiados con los \$15 millones que la Asamblea Legislativa destinó para ello.

97,978 de los documentos que se habían subsidiado eran renovaciones y los restantes 6,333,

reposiciones.

A la hora en que se informó de las entregas hechas se dijo que aún había espacio para que 47,973 personas obtuvieran el documento sin pagar por él.

El registro afirmó la semana pasada que con la totalidad del dinero se podía costear la entrega de 152,284 documentos y que esto no era suficiente para todo el universo de personas a las que se les vence el DUI entre diciembre y el 3 de febrero, día de la elección presidencial.

**\$1.5**

**MILLONES**  
APROBÓ LA ASAMBLEA LEGISLATIVA PARA SUBSIDIAR LA ENTREGA DE 152,284 DUI, DE ESTOS YA SE ENTREGARON 104,311. FALTAN ALREDEDOR DE 47,000 DOCUMENTOS.



FOTO DE LA PRENSA ANGEL GÓMEZ

El total de documentos que vencen asciende a 908,000.

La presidenta del RNP, Margarita Velado, dijo que es competencia de la Asamblea aprobar otro decreto para seguir subsidiando la entrega en enero, pues el que se aprobó tiene vigencia hasta el 31 de diciembre.

**Masiva.** La concurrencia de personas que buscan obtener el DUI subsidiado ha sido masiva en la mayoría de dieciséis de los paises

“Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA”

4 Miércoles 10 de octubre de 2018

Nacionales

Por caso Saca

# Salvadoreños consideran que Fiscalía investigue a ARENA

Oscar López  
@OscarColatino

El Centro de Investigación de la Opinión Pública (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTE) presentó el resultado de una encuesta de opinión realizada los días 5, 6 y 7 de octubre, en la que se midió la percepción de la población sobre aspectos de la realidad nacional.

Uno de los resultados de la encuesta es que el 86.1% de los consultados consideró que es necesario que la Fiscalía General de la República (FGR) investigue al partido ARENA por el caso de corrupción del ex presidente Elias Antonio Saca.

“Hicimos investigaciones y hay gente que votó por ARENA en las elecciones presidenciales que están pidiendo que se haga la investigación, 86%, lo que investigó y presentó la Fiscalía es que ARENA recibió más de \$7 millones y que hay 25 ex funcionarios de gobierno que trabajaron con el ex presidente Elias



La Universidad Tecnológica de El Salvador a través del Centro de Investigación de la Opinión Pública (CIOPS) realizó la sexagésima octava encuesta de opinión, cuyo objetivo era medir la percepción sobre las preferencias electorales para las próximas elecciones de febrero de 2019. En la foto, de izquierda a derecha, Nelson Zárate, rector, Francisco Zepeda, director del CIOPS. FOTO DIARIO CO LATINO/ALEX HENRIQUEZ.

Antonio Saca que recibieron sobresueldos, la gente pide que se haga una investigación, que no sea cerrado el caso con la condena del ex presidente Elias Antonio Saca”, dijo Nelson Zárate, rector de la UTEC.

Asimismo, el 58.9% de los

consultados en la encuesta afirmaron que la FGR está favoreciendo a algún partido político con los casos que está investigando, de ellos, el 65.5% externó que se beneficia principalmente al grupo de partidos políticos integrados por: ARENA, PCN,

PDC y Democracia Salvadoreña.

De igual forma, se consultó a la población sobre el retraso en la elección de los magistrados de la Corte Suprema de Justicia (CSJ), al respecto, el 62.4% indicó que esto se debe a intereses partidarios, de este porcentaje, el 56.8%

indicó que al postergar la elección se benefician los partidos políticos: ARENA, PCN, PDC, Democracia Salvadoreña.

“Tenemos más de 80 días que no tenemos magistrados en la Corte Suprema de Justicia, observen que el 62.4% de los encuestados dijo que sí, que no hemos tenido elección de magistrado porque hay intereses de cuotas en los diferentes partidos políticos sobre cómo quieren integrar la Sala de lo Constitucional y las otras Salas en la Corte Suprema de Justicia”, afirmó Zárate.

**Bukele, de GANA, lidera intención de voto**

En cuanto a la coyuntura política, el 49.7% de los encuestados indicó que es Nayib Bukele el candidato presidencial que conoce, seguido de Carlos Calleja y de Hugo Martínez. El candidato de GANA también obtiene una evaluación positiva al consultar sobre ¿Quién es el mejor candidato a la Presidencia?, ya que el 54.6% indicó que es Bukele.

## Próxima semana presentan avances del Plan de la Alianza para la Prosperidad

Yaneth Estrada  
@yanethestrada

Una comitiva encabezada por el vicepresidente de la República Oscar Ortiz viajará la próxima semana a Washington D.C., Estados Unidos, para discutir avances en la implementación del Plan de la Alianza para la Prosperidad del Triángulo Norte.

Al encuentro se ha confirmado la asistencia del vicepresidente de Estados Unidos Mike Pence, el secretario de Estado Michael Pompeo, la secretaria de Seguridad Nacional Kirstjen Nielsen y el ministro de Relaciones Exteriores de México Luis Videgaray.

En este sentido, Ortiz enfatizó que desde el inicio de la implementación del plan, El Salvador ha destinado más de \$2,770 millones para el desarrollo de los ejes. Además, en los tres años de ejecución el país ha puesto especial énfasis

en la dinamización del sector productivo.

Añadió que esta alianza es beneficiosa para todos y significa una enorme oportunidad para los países del Triángulo Norte (El Salvador, Honduras y Guatemala) de avanzar bajo una visión compartida sobre los grandes desafíos en materia de seguridad, dinamización del sector productivo, mejora de las oportunidades de empleo y el clima de inversión de la región.

### Pasos importantes

Entre algunos avances destacan el cumplimiento de los compromisos asumidos en el primer acuerdo sobre la Ley de Responsabilidad Fiscal, reforma al sistema de pensiones y modernización del sistema tributario, el establecimiento de una mesa de negociación para lograr un segundo acuerdo. La mejora del clima de negocios y oportunidades económicas a través del

Organismo de Mejora Regulatoria (OMR), la puesta en marcha de la integración económica y aduanera a través de la Unión Aduanera del Triángulo Norte, mejoramiento de la plataforma energética y elevar los niveles de transparencia en la función pública.

En el tema de seguridad, el ministro de Seguridad Mauricio Ramírez Landaverde informó que existe una clara y sostenida tendencia a la baja en los homicidios en un 60% con respecto al año 2017, y se ha golpeado fuertemente las estructuras del crimen organizado. Además de desarrollar programas de reinserción, nacionales interceptados en la ruta hacia Estados Unidos, baja de extorsiones y grandes decomisos de droga. La comitiva que acompaña al vicepresidente está conformada por la embajadora de El Salvador en los Estados Unidos de América Claudia Ivette Canjura, el ministro de Jus-

ticia y Seguridad Pública Mauricio Landaverde, el ministro de Hacienda Nelson Fuentes, la ministra de Economía Luz Estrella Rodríguez, el ministro de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano Eliud Ayala, la vice-

ministra para Salvadoreños en el Exterior Liduvina Magarín, el secretario ejecutivo del Consejo Nacional de Energía Luis Reyes y el secretario ejecutivo ad honorem del Consejo Nacional para el Desarrollo Sostenible Sergio Bran.



Oscar Ortiz, vicepresidente de la República, derecha, y el ministro de Seguridad Mauricio Ramírez Landaverde. FOTO DIARIO CO LATINO/VICEPRESIDENCIA.

## “Encuesta de la UTEC revela interés de jóvenes en proceso electoral”

# Encuesta de la UTEC revela interés de jóvenes en proceso electoral

Oscar López  
@OscarCoLatino

El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), presentó los resultados del reciente sondeo de opinión realizado el 30 de noviembre, 1 y 2 de diciembre, con el objetivo de conocer la percepción de la población sobre asuntos políticos.

Nelson Zárate, rector de la UTEC, indicó que el sondeo de opinión reflejó que anteriormente los jóvenes no mostraban interés en los procesos electorales, situación que cambió, ya que la encuesta reveló no solo el interés de los jóvenes, sino también que están más interesados en un determinado candidato o partido político.

“La encuesta dice que mucho interés, casi el 31 %, si lo comparamos con encuestas que hicimos en años anteriores, la respuesta de “nada” que ahora tiene 12.1 % an-

tes rondaba el 40 %. La gente que contestó que tiene poco interés, que es un poca más de la mitad de los encuestados, nosotros lo analizamos desde un punto de vista optimista, como una oportunidad de que los jóvenes que tienen poco interés, todavía en los meses que quedan de campaña podrían inducirlos a que asistan a las elecciones”, declaró Zárate.

El incremento del interés de los jóvenes pueda originarse debido a que un 30 % de los encuestados indicó que las redes sociales es uno de los medios más efectivos para realizar campaña electoral. “Parece que la forma de acceso a la información, por la inmediatez, por la variedad por las características que se quieren mencionar, parece que en un determinado momento van a llegar a estar en un primer lugar, porque con el margen de error podemos decir que está empatado con la televisión”, dijo Zárate.

Los entrevistados consideraron que algunas de las características que debe tener el futuro presi-



Nelson Zárate, rector de la UTEC, y Francisco Zepeda, director ejecutivo de CIOPS. Foto: Diario Co Latino/Oscar López.

dente son: honesto (25.1 %), liderazgo (22.4 %), capacidad para gobernar (21.1 %), identificado con los problemas del pueblo (16.3 %), buen comunicador (7.7 %) y concentrador (5.4 %). En lo referente a la campaña electoral, los salvadoreños entrevistados dijeron que es-

personas que integrarán el equipo de gobierno (12.2 %). Al ser consultados sobre qué candidato presidencial tiene mejor capacidad para resolver los problemas del pueblo, el 44 % de los consultados respondió que es Nayib Bukele, seguido por el 25.1 % que indicó que es Carlos Calleja, y en tercer lugar, con 8.9 %, consideró que es Hugo Martínez.

Un aspecto importante revelado por la encuesta del CIOPS es que el 36.4 % de los consultados indicó que no conoce a los candidatos a la vicepresidencia. Del total de encuestados el 15.9 % dijo conocer a Félix Ulloa, el 13.9 % dijo conocer a Carmen Aída Lazo, el 10.7 % conoce a Karina Sosa y el 1.3 % a Roberto Ocampos. De igual forma, el CIOPS consultó sobre la percepción de la mejor campaña electoral, al respecto, los encuestados consideraron que GANA hace la mejor campaña (39.9 %), debido a que indican el pasado conflictivo que vivió el país (15.1 %) y que presenten las

peran una campaña con propuestas reales (27.8 %), que no ofenda ni desprestigie a candidatos y partidos políticos (20.8 %), que visiten más los municipios y comunidades (19.9 %), que no recuerden el pasado conflictivo que vivió el país (15.1 %) y que presenten las

## China es una “potencia amiga” que respeta la autodeterminación: Sigfrido Reyes

Mima Jiménez  
@DiarioCoLatino

El presidente del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA) Sigfrido Reyes asegura que la apertura de relaciones diplomáticas con la República Popular China no traerá un desbalance comercial entre ambas naciones, como lo aseveran algunos opositores a la decisión, sino más bien, reducirá las diferencias que ya existían. Además, la nación asiática es una “potencia amiga” que respeta el principio de no intervención, afirmó.

“Yo creo que hay que verlo totalmente al revés. Ya hay un desbalance sin que hubiesen relaciones diplomáticas: el año pasado China nos vendió más de \$1,400 millones, nosotros le vendimos \$46 millones, ya hay un desbalance sin relaciones diplomáticas, las relaciones diplomáticas dan la oportunidad de reducir ese desbalance”, afirmó.

“China tiene una actitud de fa-

vorecer a El Salvador en el sentido de abrirle las puertas, esperamos que podamos iniciar pronto conversaciones para un acuerdo comercial... lo importante es que nos quitemos ya esas telarañas de los ojos, que algunos todavía nos quieren mantener con esa venda, China no es una amenaza, es una gran oportunidad, por supuesto que tenemos que elevar nuestros niveles de competitividad, de calidad, de servicio”, señaló Reyes en entrevista con Canal 12.

Tras la apertura de relaciones diplomáticas, “China se muestra abierta a recibir más productos salvadoreños, a comprar más productos salvadoreños. China no necesita relaciones diplomáticas para venderle a El Salvador, lo ha hecho y lo sigue haciendo y empresarios salvadoreños van a China a comprar cualquier cosa”, dijo Reyes.

La oportunidad que se abre, afirma el presidente de PROESA, es que con la apertura de relaciones China dice “quiero apoyar a El Salvador, quiero abrir mi mercado,

voy a mandar empresas para allá para que compren, los voy a invitar acá para que vengan a exhibir sus productos, que nos digan qué producen”.

Reyes se refirió a la República Popular China como una “potencia amiga” que respeta el principio de no intervención en los asuntos internos de los demás países. “No es una potencia que viene a decir: cámbiame esta ley, no es una potencia que viene a decir: elíjame a este funcionario, quíteme a este, póngame al otro, a pesar de ser una potencia del calibre que es”, dijo el presidente de Proesa.

Aunque no dio nombres, Reyes dijo que “es obvio” que hay otros países que sí presionan para que se nombre o se quite a funcionarios, en aparente referencia al Gobierno de Estados Unidos que a través de diplomáticos de su embajada en el país, o directamente, sugiere a los partidos la elección de ciertas personas.

El funcionario también lamentó las críticas de los Estados Unidos por la apertura de relaciones



Sigfrido Reyes, presidente del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA). Foto: Diario Co Latino/Archivo.

diplomáticas entre El Salvador y China. “Yo creo que nadie tiene derecho de impedirle a nuestro país aprovechar las oportunidades que nos brinda la economía global, con los socios que el país considere que le pueden aportar”, sostuvo.

Reyes dijo que “ya pasaron

esos tiempos de la historia” cuando se le decía e imponía a El Salvador con quién podía relacionarse y con quién no. “Eso ya pasó, somos un país soberano, independiente, es cierto que somos un país pequeño con limitaciones, pero no se nos puede tratar de esa manera”, recalzó.

“Encuesta UCA: 78.7% de salvadoreños con intención de votar”

2 Viernes 14 de diciembre de 2018

Yanuario Gómez  
@DiarioCoLatino

Hugo Martínez, candidato presidencial del FMLN, junto a Karina Sosa, su compañera de fórmula, acudió a la Asamblea Legislativa para presentar un anteproyecto de ley y así legalizar terrenos de salvadoreños que por diversas razones no pudieron hacerlo.

El presidencial explicó que esta normativa nació de varios pedidos que personas con este problema le hicieron llegar durante su recorrido por todo el país recogiendo insumos para su plan de gobierno.

“Durante los diferentes recorridos que nosotros realizamos por más de 250 municipios del país, en cada una de esas visitas, casi siempre había un lotihabitante que nos manifestaba tener muchos años luchando por resolver el problema de la propiedad de sus lotes”, dijo el candidato presidencial.

Martínez sostuvo que muchos de los salvadoreños que se beneficiarán con esta normativa tienen muchos años de haber pagado totalmente sus propiedades y no las han podido legalizar, ante esto consideró que es responsabilidad del Gobierno eliminar esta incertidumbre en que se encuentran las familias.

El candidato a la primera magistratura del país destacó que para ejecutar acciones en favor de este

# Nacionales

## Hugo Martínez presenta anteproyecto de ley para legalizar lotes



La fórmula presidencial del FMLN, Hugo Martínez y Karina Sosa, acudieron a la Asamblea Legislativa con el fin de presentar un anteproyecto de ley para legalizar terrenos en favor de personas que por diferentes razones no pudieron hacerlo. FOTO DIARIO CO LATINO/HUGO MARTINEZ/SV.

Hugo Martínez y Karina Sosa, que a su juicio es una respuesta esperada desde hace muchos años por los lotihabitantes.

“Esperamos muchos años por esto que era necesario, ya que tenemos muchos años de estar peleando por que se legalice la tierra que pagamos desde hace tiempo, somos miles de salvadoreños los que estamos en esa situación”, explicó Paz. Don Fidel tiene treinta años de haber cancelado todas las cuotas necesarias para ser dueño del lote donde vive pero por circunstancias de la vida no ha podido legalizarlo.

En otros temas, el candidato presidencial por el partido de izquierda restó importancia a los resultados arrojados por las últimas elecciones reveladas, en las que aparece en el tercer lugar de las preferencias electorales y sostuvo que estos ciudadanos ubicaban en igual situación a Salvador Sánchez Cerén, actual presidente del país.

“Karina y yo estamos confiados en que vamos a ser el presidente y la vicepresidenta de la República a partir del primero de junio de 2019, gracias al voto de los salvadoreños y salvadoreñas”, mencionó Martínez.

El candidato presidencial solicitó al grupo parlamentario del FMLN enfocarse todos sus buenos oficios para procurar una pronta aprobación de la iniciativa de ley para darles a los lotihabitantes como regalo de fin de año la seguridad jurídica de sus propiedades.

### Encuesta UCA: 78.7 % de salvadoreños con intención de votar

Oscar López  
@OscarLopez

El Instituto Universitario de Opinión Pública (IU-DOP) de la Universidad Centroamericana “José Simón Cañas” (UCA) presentó el resultado de su reciente sondeo de opinión pública, el que reveló que el 78.7 % de los salvadoreños consultados manifestó que tiene intención de votar en las próximas elecciones presidenciales de febrero de 2019. También revela que el mayor porcentaje de los encuestados están a favor del candidato presidencial de GANA.

A pesar que la mayoría de consultados indicó que tiene intención de ir a votar, el 38.8 % de los encuestados dijo no tener ninguna confianza en el Tribunal Supremo Electoral (TSE). Solo el 5.8 % aseguró que tiene mucha confianza en el organismo rector del proceso electoral. Es necesario recalcar que el candidato de GANA ha lanzado últimamente una advertencia de “estarse preparando un fraude”, hasta irrumpieron en el TSE por dicho supuesto. “Cuando uno ve los números, uno puede pensar que hay una contradicción, 79 de cada 100 personas dicen que van a ir a votar, pero 76 de cada 100 tienen poca o ninguna confianza en el proceso electoral y 84 de cada 100 que dicen que tienen poca o ninguna confianza en el TSE”, dijo Omar Serrano, vicerrector de Proyección Social de la UCA.

De igual forma, Serrano agregó que “al analizar las respuestas y cruzar variables descubrimos que la gente que dice que va a favorecer con el voto a Nayib Bukele está dispersa, el grueso de los que dicen que tiene mucha confianza en el proceso electoral son los que prefieren a Nayib Bukele, pero el grueso de los que tienen mucha desconfianza también son los que están a favor de Bukele. Creemos que hay gente que dice que está seguro que ganará Nayib Bukele a menos que se haga algún fraude”.

En cuanto a las preferencias electorales, al ser consultado sobre por cuál partido o coalición votaría usted para presidente, el 44.1 % respondió que lo haría por GANA, el 19.7 % por la coalición integrada por ARENA, PCN, PDC y DS, y un 10.6 % aseguró que votará por el FMLN.

Los consultados indicaron que piensan votar por GANA para cambiar y darle oportunidad a otro (53.9 %), por sus propuestas (13 %), por el candidato (9.6 %), por su trabajo o porque han hecho obras (6.6 %), entre otras motivaciones.

Asimismo, a las personas que afirmaron que irán a votar se les consultó si la opción de votar para presidente es definitiva o si piensa cambiar su voto, ante este cuestionamiento, el 81.4 % indicó que su decisión es definitiva.



Autoridades del IU-DOP presenta resultados de la última encuesta de opinión pública. FOTO DIARIO CO LATINO/JUAN CARLOS VILLARINCO.

- Diario Co-Latino 17 de enero de 2019 (Pág. 9)

## “Si ARENA pierde las elecciones es por su pasado político”: encuesta UFG”

Diario Co Latino

Nacionales

Jueves 17 de enero de 2019 9

# Carlos Iturgaiz es nombrado jefe de misión de la MOE-UE en El Salvador

Por Gloria Silvia Orellana @SilviaColatino

Carlos Iturgaiz, diputado del Parlamento Europeo, con sede en Bruselas, Bélgica, fue nombrado jefe de misión de la MOE-UE, para verificar las elecciones presidenciales en El Salvador, para este próximo 3 de febrero, en cumplimiento a la invitación que le hiciera el gobierno salvadoreño.

Con esta asignación, Iturgaiz, representará a la Unión Europea, y su compromiso de aportar sus conocimientos, en apoyo de un proceso de elecciones confiables, transparentes e inclusivas en el país.

Anteriormente, la Unión Europea (UE) ha venido acompañando diversos comicios, desplegando misiones de observación en la capital y el interior del país. Como las elecciones de 2009, y la más reciente, en las elecciones legislativa y municipales de 2018.

Federica Mogherini, Alta Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad y vicepresidenta de la Comisión Europea, nombró a Carlos Iturgaiz, quien es miembro del Parlamento Europeo, como el Jefe de Observadores de la Misión de Observación Electoral de la UE en El Salvador.

Asimismo, se informó que el Jefe Observador, Carlos Iturgaiz, visitará a El Salvador, el próximo 21 de enero del presente año, para sostener las primeras reuniones con los principales actores del proceso electoral presidencial.

“La UE fue invitada a observar las elecciones en El Salvador, luego de la exitosa experiencia de 2018. Esto ilustra la calidad de las relaciones entre la UE y El Salvador. La Misión de Observación Electoral de la UE, bajo el liderazgo del Jefe de Observador, Carlos Iturgaiz, hará una importante contribución a este proceso electoral. También esperamos continuar trabajando con El Salvador en la implementación de las recomendaciones de la misión de observación”, declaró la alta comisionada Federica Mogherini.

Mientras, Carlos Iturgaiz manifestó: “me siento honrado de dirigir nuevamente la Misión de Observación Electoral de la UE en El Salvador. Estas elecciones son muy importantes ya que sus resultados determinarán quién será el nuevo jefe de Estado y Gobierno de El Salvador durante los próximos cinco años. Esperamos contribuir nuevamente a un proceso electoral creíble, transparente e inclusivo a través de nuestra evaluación imparcial y objetiva”.

El equipo central de la Misión de Observación Electoral, que componen nueve analistas, llegó el pasado 26 de diciembre de 2018, grupo que permanecerá en el país hasta finalizado el proceso electoral y preparará el informe final completo de sus análisis de campo. Así como los 28 observadores de largo plazo, que se desplegaron el pasado 2 de enero del presente año.

Para el 27 de enero próximo se esperan los 28 observadores de corto plazo de la MOE-UE, quienes también esperan cooperar con otras misiones internacionales y nacionales de observación.

Carlos Iturgaiz, diputado del Parlamento Europeo, fue nombrado jefe de misión de la MOE-UE, para verificar las elecciones presidenciales en el país. FOTO DIARIO CO LATINO/CORTESIA.

## “Si ARENA pierde las elecciones es por su pasado político”: encuesta UFG”

Alma Vilches @AlmaColatino

La última encuesta publicada por el Centro de Estudios Ciudadanos (CEC) de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) reveló que el 68.9 % de la población consideró que si el partido ARENA pierde las próximas elecciones será debido a su pasado político, mientras que el 19.1 % lo atribuyó a la campaña sucia y el 9 % a la falta de propuestas.

Oscar Picardo, director del CEC, manifestó que la población está molesta con su pasado y hay un desencanto ciudadano, al considerar que Carlos Calleja, el candidato presidencial de ARENA, no es diferente a los expresidentes del instituto político al que representa.

“Casi siete de cada diez personas le están diciendo al partido ARENA que si pierde las elecciones no es por el candidato, sino por su pasado político.

No es que Nayib esté despuntado como un fenómeno atípico dentro del panorama electoral, es que la gente está molesta con el bipartidismo”, agregó Picardo.

Asimismo, indicó que a pocos días de los comicios el número de población decidida a votar es bastante alentador, ya que nueve de cada diez consultados afirmaron que irán a las urnas a ejercer el sufragio. De ser así, esto sería un dato histórico al superar la cantidad de votantes en elecciones anteriores.

Según el director del CEC, los resultados del estudio revelaron que el partido ganador de las elecciones el próximo 3 de febrero será GANA con el 50.8 %, aunque presenta una reducción de 3.3 % en comparación con las cifras en noviembre de 2018, cuando fue del 54.1 %.

Además, el 18.8 % dijo que el ganador sería ARENA, que

también disminuyó 3.7 % en la anterior encuesta del CEC. El único partido que mantiene su percepción es el FMLN con 6.4 %, “no es que Calleja y Martínez sean malos candidatos, lo que la gente no le perdona es el comportamiento ético de sus partidos”, comentó.

En la encuesta la población evaluó el trabajo del Tribunal Supremo Electoral (TSE) que obtuvo una nota de 6.4, mientras que la Asamblea Legislativa no alcanzó la aprobación de los salvadoreños en sus primeros seis meses de labores, ya que fue calificada con 5.6.

### Encuesta UTEC

De acuerdo a la encuesta del Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), el 72.6 % de la población está muy segura de asistir a las urnas el próximo 3 de febre-



El rector de la Universidad Tecnológica y director general del Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), junto al director general Francisco Zepeda, presentan los resultados de la LXX encuesta de opinión pública donde se da a conocer la opinión de los salvadoreños en aspectos políticos de la realidad nacional y preferencias electorales. FOTO DIARIO CO LATINO/WENDY URBINA.

ro y el 27.4 % aún no está seguro de emitir el sufragio, por lo cual es muy probable que las elecciones se definan en primera vuelta. El rector de la UTEC Nelson Zárate dijo que 7 de cada 10 entrevistados ya tiene

decidido el partido político por el cual votará el día de los comicios, de estos, el 71.9 % indicó que no cambiará su decisión de voto y el 20.1 % sí podrían cambiar su decisión al emitir el sufragio.