

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



**LA MANIPULACIÓN IMPLEMENTADA A TRAVÉS DE LOS
MENSAJES PROMOCIONALES DIFUNDIDOS POR LA TELE
CORPORACIÓN SALVADOREÑA (TCS) EN EL DESARROLLO DE
LA TELETÓN 2012-2013**

PRESENTADO POR
CRUZ HERNÁNDEZ DANIS JOSÉ
VENTURA PORTILLO ERIKA BEATRIZ

CARNÉ
CH08014
VP08017

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN ELABORADO POR
ESTUDIANTES EGRESADOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO/A EN PERIODISMO**

LICENCIADO JOSÉ ROBERTO PÉREZ
DOCENTE DIRECTOR

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

21 DE AGOSTO DE 2013
CIUDAD UNIVERSITARIA SAN SALVADOR, EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

RECTOR

Msc. ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

VICERRECTORA ACADÉMICA

EN PROCESO DE ELECCIÓN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

SECRETARIA GENERAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

LIC. JOSÉ RAYMUNDO CALDERÓN MORÁN

DECANO

Msc. NORMA CECILIA BLANDÓN DE CASTRO

VICEDECANA

LIC. ALFONSO MEJÍA ROSALES

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LIC. ROBERTO ANTONIO MAZA EMÉSTICA

JEFE DE DEPARTAMENTO

Msc. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

JOSÉ ROBERTO PEREZ

DOCENTE DIRECTOR

INDICE

CONTENIDO

PÁGINA

Introducción.....vii

Capítulo I: Definición del Objeto de Estudio

1.1 Planteamiento del problema.....	10
1.2 Delimitación espacio-temporal.....	17
1.3 Tipo de investigación.....	18
1.4 Preguntas Guías.....	19
1.5 Justificación.....	20
1.5.1 Relevancia de la investigación.....	20
1.5.2 Valor teórico del estudio.....	23
1.5.3 Factibilidad para su desarrollo.....	25
1.5.4 Implicaciones prácticas de la investigación.....	26
1.6 Objetivos.....	27
1.6.1 Objetivo general.....	27
1.6.2 Objetivos específicos.....	27

Capítulo II: Consideraciones teórico-conceptuales

2.1 Antecedentes del objeto.....	28
2.2 Perspectiva o enfoque teórico.....	34
2.3 Sistema de conceptos.....	48

Capítulo III: Metodología

3.1	Carácter del trabajo.....	57
3.2	Definición de la muestra o corpus de análisis.....	59
3.3	Determinación y descripción de las técnicas de investigación.....	67
3.4	Procedimiento de la investigación.....	70

Capítulo IV: Análisis de resultados76

4.1	ETAPA I: Análisis de Contenido Cualitativo de los Spots y Capsulas difundidas en la Teletón 2012-2013 campaña.....	76
4.2	ETAPA II: Entrevista en profundidad a Asociaciones de la sociedad civil.....	84

Conclusiones..... 91

Recomendaciones..... 99

Documentos consultados..... 101

Anexos

Anexo 1.....104

Anexo 2.....149

Anexo 3.....153

Anexo 4.....193

Anexo 5.....204

Anexo 6.....205

AGRADECIMIENTOS

Quiero empezar agradeciendo a ese ser supremo por darme la oportunidad de llegar a culminar mi carrera y poder compartir este triunfo con mi familia y amigos.

A mis padres, Rosario Portillo y Reinaldo Ventura por sacrificarse para brindarme la oportunidad de seguir con mis estudios superiores, pero principalmente por apoyarme en el transcurso del camino de mi vida y por aconsejarme en los momentos indicados.

También quiero agradecer a mis hermanos por animarme y por no perder la fe en que algún día conseguiría llegar a alcanzar mi sueño.

Este trabajo de grado también está dedicado a mis amigas de la infancia, por creer en mí y a mis amigos de la Universidad de El Salvador, con quienes desde el primer día de clases hasta el día de hoy; hemos cosechado una linda amistad. Pero especialmente a mi amigo y compañero de tesis Danis Cruz, con quien emprendimos esta aventura y finalmente la concretamos; a pesar de las noches de desvelo compartidas y el cansancio producto de este trabajo.

Asimismo agradecer a nuestro asesor de tesis el licenciado Roberto Pérez, por creer en nosotros, motivarnos y ser paciente en las fechas de entrega y las correcciones del trabajo. También agradecer a las diferentes asociaciones que defienden los derechos de las personas con discapacidad, por su accesibilidad a la información solicitada para realizar la investigación.

Mi sincero agradecimiento a mis abuelas, tías, tíos y demás familiares, por el cariño y la ayuda en todo momento.

Finalmente, el éxito de llegar hasta acá se lo dedico a mi abuelo Juan de la Cruz Portillo, quien partió hace dos años, soñando verme convertida en una profesional.

ERIKA BEATRIZ VENTURA PORTILLO.

“La diferencia entre una persona de éxito y otra que no lo tiene, no es la falta de esfuerzos, ni de conocimientos, sino la falta de voluntad”

Al Ser supremo, al Cielo y el Universo, por permitirme dar un paso más para estar más cerca de mi realización de vida, gracias.

A mis padres Teresa y Fabián por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través de tiempo, pese a todas las carencias su fraterno amor siempre se vio en manifiesto, gracias por ser la droga que mantuvo viva mis ansias para alcanzar el éxito y lograr el futuro que soñaron para mí.

A Esmeralda, mi hermana, por formar parte de mi vida, y ser un apoyo incondicional, quien entre llantos, alegrías y tristeza, luchó para estar a mi lado, y comprender las necesidades que mi corazón experimentaba. Tus palabras siempre presentes en los momentos adecuados.

A mis amigos y compinches, que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que fueron además de compañeros de estudios, amigos incondicionales y con los cuales deseo seguir compartiendo mis triunfos y desaciertos. Los quiero amigos, gracias por permitirme conocer el significado de esa palabra materializada.

A Erika mi amiga y compañera de tesis, gracias por permitirme acompañarte en esta travesía desde el primer día de clases hasta el último día en esta licenciatura; amiga, todo ha valido la pena y hoy tenemos los resultados.

A mis maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis, especialmente al **Lic. Roberto Pérez** por su gran apoyo y motivación para la culminación de esta tesis.

A los ángeles guardianes que la vida me ha puesto en el camino para lograr mi realización de vida. Los amo

DANIS JOSÉ CRUZ HERNÁNDEZ

INTRODUCCIÓN

La Teletón es un evento benéfico televisado, que se realiza actualmente en diferentes partes del mundo con el fin de recaudar fondos para instituciones de caridad que atienden a personas con discapacidades físicas. Generalmente, el evento tiene una duración de varias horas, en el que se mezclan diversas presentaciones artísticas y de entretenimiento con el objetivo de incitar a las audiencias a que contribuyan a la causa. La organización, publicidad y marketing de dicha actividad se realiza con cuatro o cinco meses de antelación.

En El Salvador, la institución encargada de realizar este evento es la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) y FUNTER; sin embargo en los últimos años se ha puesto en duda la labor ejecutada por TCS al organizar la Teletón, debido a que para muchos la ayuda no siempre llega a las personas con discapacidades.

Millones de dólares se recaudan año con año para las arcas de TCS y FUNTER con el objetivo de llegar a una meta preestablecida, para ello se valen de estrategias de marketing y publicidad que de alguna manera hacen que las personas se vuelquen a los bancos o puntos de referencia para donar su dinero o consumir las marcas patrocinadoras del evento, olvidando que esa labor social ya está siendo realizada por entidades gubernamentales.

Por ello, resulta importante realizar un estudio para conocer este fenómeno y para eso se plantea la investigación: *La manipulación implementada a través de los mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el desarrollo de la Teletón 2012-2013.*

En el estudio de este fenómeno se analizarán los mensajes promocionales que difunde TCS en la campaña de promoción del evento principal; los cuales son importantes para comprobar que el discurso que se maneja logra aludir la parte irracional de las audiencias, volviéndose participes en la Teletón.

En el primer capítulo de esta investigación se presenta la definición del objeto de estudio que comprende el planteamiento del problema donde se abordan los inicios de la temática de la manipulación implementada a través de los mensajes promocionales difundidos TCS en el desarrollo de la Teletón 2012-2013. Asimismo se habla de la delimitación espacio – temporal en la cual se explica el tiempo en que se realizó esta investigación. De igual forma se explica detalladamente el tipo de investigación que se llevó a cabo según sus características.

En el segundo capítulo se habla de la justificación del trabajo en donde se considera que es útil y necesaria este tipo de investigación debido a que este trabajo de grado muestra el nivel de manipulación y exclusión que TCS realiza sobre las audiencias y discapacitados, respectivamente, con la difusión de estos mensajes en el marco de la teletón.

En el tercer capítulo se determinan los objetivos generales y específicos que sirvieron de estandarte para concretar las conclusiones y recomendaciones de los hallazgos obtenidos.

En el capítulo cuarto se exponen detalladamente las consideraciones teórico – conceptuales en las cuales se abordan los antecedentes del objeto de estudio; en este caso se habla de cómo nace la iniciativa Teletón en América Latina y en El Salvador. De esta manera se manifiesta la perspectiva o paradigma teórico en donde determinamos qué teoría es la más adecuada para ser

aplicada al objeto de estudio. En este mismo apartado se realizó un sistema de conceptos que nos ayuda aclarar los términos publicitarios, y de otras disciplinas que se usan para la construcción del discurso de esta tesis.

En el quinto apartado se trata de la metodología que se empleó. Para ello en la definición de la muestra o corpus del análisis se analizó el mensaje de los diferentes spots y cápsulas informativas transmitidas por TCS en el marco de la Teletón. También en un segundo plano se realizaron entrevistas a representantes gubernamentales que trabajan en el área de discapacidad así como a líderes de organizaciones de la sociedad civil que lideran la reivindicación de los derechos de las personas con discapacidad para conocer su percepción ante el fenómeno estudiado.

En cuanto al procedimiento del trabajo de investigación se establecieron cinco fases importantes en las cuales se expone el proceso que se siguió durante los seis meses que duró la investigación.

CAPITULO I

DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación, desde sus inicios con la creación de la imprenta y su proliferación masiva, han sido las instituciones encargadas de informar, entretener y educar a las audiencias. Hoy en día el estar informado se considera algo muy importante, casi una necesidad básica ya que las personas que no tienen acceso a los medios de comunicación -TV, radio, diarios y revistas, Internet- quedan excluidas de la sociedad o ven notablemente disminuidas sus posibilidades de realización dentro de los grupos sociales.

Los medios de comunicación social (MCS), especialmente la televisión, son poderosos formadores de opinión, transmisores de ideas, valores y contravalores. Esta capacidad, sumada a su extraordinario alcance y a la gran velocidad con que realizan su labor, los transforma en herramientas capaces de conducir a pueblos enteros. Como bien lo dijo Victorino Zecheto “*quien es dueño de un medio de comunicación, tiene el poder de forjar la conciencia de muchas personas*”.¹

Históricamente, la televisión desde su invención ha sido uno de los instrumentos de comunicación más efectivos para la propagación de la publicidad y la implementación de

¹ Victorino Zecchetto, Comunicación y actitud crítica, Buenos Aires, PAULINAS, 1986, Pág. 28.

estrategias complejas de mercadotecnia y difusión de contenidos con altas cargas ideológicas contribuyendo de esta manera al fortalecimiento del sistema capitalista, a la manipulación de las audiencias y a reafirmar las diferencias de clases sociales.

La televisión es el medio más extendido en todos los niveles sociales y la principal fuente de información y entretenimiento para los sectores más pobres. El uso de la televisión se universaliza por el nivel de difusión en los hogares y por el tiempo de consumo diario: “La presencia de la pantalla doméstica contrasta con la ausencia o el abandono de otras prácticas y consumos culturales”.²

Es evidente la influencia y el poder que ejercen los medios de comunicación; poder conferido por el sistema capitalista para transmitir ideas y sugerir acciones. En esto consiste la manipulación de los medios de comunicación: es una influencia indirecta, sutil, que pretende transformar al hombre sin atacar directamente su voluntad o su libertad. La manipulación es una influencia que actúa por ocultamiento, mostrando una realidad superficial disfrazando la causa o motivo real del mensaje.

La televisión y las mediaciones estratégicas, son un elemento esencial para la manipulación. “La interacción TV-audiencia no debe de tomarse como un solo conjunto de acciones, sino como una práctica comunicativa en la cual se dan mediaciones específicas de mediación y de la cual se generan resultados particulares... las prácticas comunicativas en las que insertan la interacción

² Guillermo Zunkel, Consumo Cultural en América Latina, Santafé de Bogotá, CONVENIO ANDRÉS BELLO, 1999, Pág. 204.

con la TV y sus mensajes se desarrolla a lo largo de los escenarios, lo que se traduce en estrategias televisivas”.³

Lo anterior se convirtió en un objeto de estudio del paradigma de investigación a utilizar en esta investigación, que son los estudios culturales. Los Estudios Culturales son un campo de investigación de la Escuela de Birmingham la cual aspira a comprender y explicar la articulación entre clase social y práctica cultural con una mirada que trasciende lo socioeconómico, siendo estos de carácter interdisciplinario que explora las formas de producción o creación de significados y de difusión de los mismos en las sociedades actuales. Desde esta perspectiva, la creación de significado y de los discursos reguladores de las prácticas significantes de la sociedad revelan el papel representado por el poder en la regulación de las actividades cotidianas de las formaciones sociales⁴.

En tal virtud, la televisión integra dentro de su programación variedad de contenidos para poder difundir la publicidad a las audiencias; sin embargo, existen variantes para la realización de dicha difusión que obedecen a diferentes criterios de marketing.

Una de las “ventajas” que el sistema capitalista puede vislumbrar en la Televisión es que ver televisión no requiere un esfuerzo mental especial, a diferencia de la lectura, por ejemplo. No implica esfuerzo por aprender, ni habilidad para adquirir: no exige inteligencia. Las personas se sientan frente al televisor, no como lectores se ponen frente a un libro —lo que requeriría un esfuerzo—, sino como espectadores, con una actitud totalmente pasiva. Las imágenes se ofrecen

³ G. Zunkel, *op. cit.*, Pág. 86.

⁴Fecé Gómez, *El circuito de la cultura. Comunicación y cultura popular*, Barcelona, UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUÑA, 2000, Pág. 45.

sin que el telespectador haga ningún esfuerzo, no requieren capacidad reflexiva o analítica alguna.

Basados en lo anterior, los productores televisivos, la gran empresa y el gran capital influyen poderosamente sobre los espectadores, configurando su personalidad. Predispone, condiciona, y genera actitudes, conductas, acciones, formas de pensar, gustos, costumbres y modas. En este sentido, aparecen nuevos formatos televisivos que permiten la manipulación directa de las audiencias, que van desde los reality shows, talk shows, noticiarios amarillistas, revistas matutinas y finalmente producciones masivas como las telemaratones que pretenden obtener cuantiosas cantidades monetarias escudándose en una causa social.

Esta utilización manipulativa de la capacidad de generar emociones de la televisión ha venido siendo utilizada por algunas ONG en sus campañas televisivas para recaudar fondos, ya sea a través de anuncios en los populares “telemaratones”, en los que se suman otros elementos más o menos manipulatorios como las identificaciones con famosos... las campañas de estas ONG utilizan imágenes impactantes de los afectados, normalmente niños, con el fin de “sensibilizar” al espectador sobre la necesidad de dar dinero⁵.

Las telemaratones o Teletón es un evento benéfico televisado, generalmente de varias horas de duración, en el que se intercalan diversas presentaciones artísticas y de entretenimiento que se realiza actualmente en diferentes partes del mundo con el fin de recaudar fondos para instituciones de caridad.

Los primeros teletones de América se realizaron en Chile en 1978, siendo la principal la organizada por el chileno Mario Kreutzberger (Don Francisco), quien realizó la primera versión

⁵ Sagrario Rubido y otros, Medios de comunicación y manipulación, Madrid, UNED, 2001, Pág. 68.

latinoamericana de Teletón imitando el proyecto de Jerry Lewis en los Estados Unidos llamada "MDA Labor Day Telethon". Luego de la experiencia chilena, la idea se exportó al resto del continente en los años siguientes, celebrándose en diversos países hasta la fecha. Las teletones latinoamericanas están asociadas actualmente en la Organización Internacional de Teletones (ORITEL) que cuenta con trece miembros: Colombia, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela, Alemania, Australia, España, Francia y el Reino Unido, entre otros.

La peculiaridad de la estrategia de la Teletón es su modus operandi. Visto desde los estudios culturales latinoamericanos, la manipulación no se realiza de forma directa como lo planteaba el imperialismo cultural. En ese sentido la Teletón ha adaptado el éxito de un programa transmitido en un país determinado y lo aplican a otra nación adaptando el mensaje al estrato social que les interesa manipular. Para que el mensaje tenga el impacto deseado las personas pueden realizar decodificaciones negociadas u oposicionales. En éstas lecturas influyen gran cantidad de variables que los productores de los spots deben tener en cuenta para que el material producido pueda aludir a los factores específicos que le permitan obtener una acción determinada en las audiencias.

Dentro del marketing y mercadotecnia se contemplan diferentes normativas morales, que la Teletón no ha cumplido, ya que “los responsables de tomar las decisiones deben evaluar la moralidad de una conducta con base a las consecuencias que esta puede traer...se pueden ver

afectado el bienestar económico o moral de las personas que integran los canales de intercambio sino se siguen las normativas establecidas”⁶.

Las telemaratones en El Salvador tiene su génesis el año 1982, cuando se creó el evento Teletón El Salvador con el lema "*Juntos, todo es posible*". El éxito fue tal que el evento se ha repetido con excelentes resultados, creándose la Fundación Teletón Pro Rehabilitación FUNTER. Desde 2003, como consecuencia de los daños que causaron los terremotos de El Salvador de 2001, se inició una nueva etapa en la historia de la Teletón salvadoreña, donde la empresa de televisión Telecorporación Salvadoreña adopta la totalidad de los derechos para la realización del evento, enmarcado en la labor social que brinda a través de la *Fundación TCS*.

Para recaudar los fondos necesarios se realiza una campaña de publicidad continua que se remonta a dos meses antes del evento principal que es un espectáculo con artistas nacionales e internacionales transmitido en directo durante 48 horas continuas por Telecorporación Salvadoreña TCS, que tiene cuatro canales a nivel nacional, y por más de 125 estaciones de radio pertenecientes a la Asociación Salvadoreña de Radiodifusores(ASDER).

La campaña previa a la Teletón y los materiales transmitidos durante el evento principal, pretenden anunciar la captación de fondos que asocian de manera simplista las donaciones a la solución de los problemas. La campaña se compone de una serie de spots que operan a través de la manipulación de emociones del espectador por medio del poder de la imagen con el fin de obtener una respuesta rápida que se traduzca en una donación.

⁶ Lou Pelton, Canales de Marketing: un enfoque de administración de relaciones, México DF, MC GRAW HILL, Pág. 258.

Ante este hecho es importante el estudio de las estrategias de manipulación implementadas por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) a través de los mensajes promocionales difundidos en el desarrollo de la Teletón, para determinar las estrategias de marketing y comunicación y los criterios establecidos para la implementación de las mismas, ya que año con año las empresas involucradas en el tema se lucran de una causa social aumentando sus estados de cuenta por encima de cualquier recato o norma moral, predominan los intereses comerciales antes que la dignidad de las personas con discapacidades, quienes son los supuestos beneficiados con todo el evento Teletón.

Para tal efecto es necesaria la implementación de un estudio cualitativo, los cuales tiene por objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno y buscan un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Por ello es necesario estudiar ¿cuál es la forma de manipulación que desarrolla la Tele Corporación Salvadoreña en los mensajes promocionales de la Teletón?, para poder determinar las estrategias y de esta manera poder dejar en manifiesto todo el plan mediático oculto que lleva este evento, o como se conoce en marketing, la estrategia oculta que según autores, “a medida que los medios se convierten en miles de nichos, las estrategias de marketing ocultas se convierten en las más eficientes para la obtención de ganancias en masa”⁷.

⁷ Roberto Mendoza, Casos de éxito en marketing, México DF, MC GRAW HILL, 2007, Pág. 151.

1.2 DELIMITACIÓN ESPACIO TEMPORAL

El estudio se realizó con los spots, cápsulas informativas difundidas por la Tele Corporación Salvadoreña en el marco de la Teletón 2012 – 2013 entre los meses de febrero a julio de 2013.

La campaña Teletón 2013 tuvo una duración que comprendió los meses de noviembre 2012 a inicios del mes de febrero 2013.

La investigación se enfocó en realizar un análisis de contenido de los spots y cápsulas transmitidas en el proceso de la Teletón salvadoreña para conocer el contenido de los mensajes difundidos por TCS dentro de las estrategias de Marketing y Comunicación implementadas para tener un impacto en las audiencias.

1.3- TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por su finalidad: es *Aplicada* porque busca el mejoramiento de la sociedad además la investigación retomará diferentes estudios e investigaciones referentes al fenómeno del Teletón y la manipulación para describir la estrategia de comunicación y marketing implementado por TCS para la difusión de los mensajes.

Por su temporalidad: es *Sincrónica* debido a que se tomará un periodo de tiempo continuo, cuando se realice la producción de la Teletón.

Por su profundidad: es *Exploratoria-Descriptiva*. Es exploratoria ya que es un primer acercamiento al fenómeno y descriptiva en cuanto se establecerán las características del fenómeno.

Por su alcance: es de carácter *microsocial* puesto que solamente se limita a una parte de la realidad social que es el desarrollo de la Teletón 2012-2013.

1.4- PREGUNTAS GUIAS

¿Qué características contienen los mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) durante el desarrollo de la Teletón 2012-2013 que permiten la manipulación de las audiencias?

¿Cuál es la estrategia de marketing y comunicación implementada por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) a través de los mensajes promocionales difundidos en el desarrollo de la Teletón 2012-2013?

1.5- JUSTIFICACIÓN

1.5.1 Relevancia de la Investigación

Con la llegada del fin de año es frecuente percibir en los diferentes medios de comunicación del país, principalmente en la Tele Corporación Salvadoreña (TCS), una intensa campaña en pro de la Teletón, la cual es apoyada también por la empresa privada y que tiene por objetivo hacer que la gente contribuya económicamente para solventar las necesidades de rehabilitación, salud e inclusión de “los discapacitados de El Salvador”

Los mensajes promocionales difundidos por TCS en el desarrollo de la Teletón, aluden a la intersubjetividad –según Alfred Schütz intersubjetividad es cuando el sujeto puede percibir la realidad poniéndose en el lugar del otro, y esto es lo que permite al sentido común reconocer a otros como análogos al yo - de las personas para hacer que los receptores se vuelquen a dos acciones: donar cantidades de dinero, comprar artículos promocionales o consumir productos patrocinadores de la campaña.

En este sentido, gracias a las alianzas establecida por la fundación TCS y las radios afiliadas, solamente los salvadoreños que tiene servicio de televisión por paga, satelital o cable podrían estar a salvo de los efectos que la estrategia publicitaria provoca, puesto que la cantidad de canales y frecuencias en el espectro que anuncian la Teletón abarcan la gran mayoría de los medios.

Solamente para el año de 1982, Teletón El Salvador logró recaudar un total de ¢1'551,620 (\$177, 328.00) y para el año 2013, existe una diferencia abismal de \$1'805,106 dólares recaudados. Lo relevante de ese dato es conocer cuáles son los elementos que contiene el mensaje para tener el impacto de crecer monetariamente con las donaciones, y qué clase de manipulación realizan.

Por ello, resulta importante estudiar este fenómeno para determinar cómo efectúan la manipulación a través de los mensajes promocionales que difunden dentro de la campaña de promoción del evento principal; mensajes que llegan a impactar la intersubjetividad de las audiencias, llevándolos a sentirse responsables de una actividad, haciéndoles pensar que sus donaciones son destinadas para proyectos de rehabilitación para todos los discapacitados de El Salvador y no sólo para aquellos que se ven beneficiados por los diferentes requisitos que la fundación establece para incluir o no a un discapacitado.

La labor de promoción, organización y logística esta liderado por la empresa privada en El Salvador, y al mismo tiempo, la Teletón es una organización de la empresa privada que utiliza el imaginario de la discapacidad en El Salvador para presentarse como la voz de las personas con discapacidad y de esa forma minimizar los esfuerzos del gobierno salvadoreño para garantizar el bienestar de los ciudadanos discapacitados.

Este hecho representa en muchos casos, gran molestia para las personas y organizaciones locales, regionales y nacionales que defienden los derechos de las personas con discapacidad, ya que FUNTER maneja un discurso totalitario de los discapacitados, sin embargo no se tiene un impacto real en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad que profesan en sus más de 20 horas de transmisión continua por la televisión nacional, desvirtuando así el trabajo de todos los movimientos asociativos de personas con discapacidad de este país que luchan día a día por la promoción de los derechos para que los discapacitados puedan ser parte activa de la sociedad.

A partir de los resultados que arrojó la investigación, se pudieron conocer las estrategias de Marketing y Comunicación implementado por parte de TCS en la construcción del mensaje,

además del contenido implícito y explícito difundido en los mensajes promocionales, que afectan a las audiencias, entidades gubernamentales del área de discapacitados y la imagen mediática de la discapacidad.

1.5.2 Valor Teórico del Estudio

Por costumbre, las investigaciones acerca del fenómeno de la manipulación mediática han sido enfocados desde la perspectiva de la industria cultural, o desde la perspectiva positivistas con el uso de la teoría de la agenda setting y de usos y gratificaciones, permitiéndoles conocer la lógicas de producción de mensajes y su influencia en los públicos, vislumbrándoles como entes pasivos de este proceso de persuasión.

En el caso específico, la idea que la manipulación se debe de ver desde la perspectiva marxista clásica, en el que el impacto del contenido ideológico del mensaje es inevitable, ha reducido la producción de investigaciones que estudien la manipulación contemplando a las audiencias—en el caso de la televisión específicamente- como entes pensantes, que de acuerdo a sus contexto tenga la capacidad de rechazar o aceptar una acción sugerida en un mensaje.

En virtud de lo anterior, esta investigación se aunará a los estudios culturales los cuales son un campo de investigación de carácter interdisciplinario que explora las formas de producción o creación de significados y de difusión de los mismos en las sociedades actuales. Desde esta perspectiva, la creación de significado y de los discursos reguladores de las prácticas significantes de la sociedad revela el papel representado por el poder en la regulación de las actividades cotidianas de las formaciones sociales⁸

Al mismo tiempo, formaran parte del conglomerado de estudios elaborados a través del análisis de contenido, la cual es una técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto.

⁸ Josep Fecé, El circuit de la cultura. Comunicació i cultura popular, Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2000.

Ante ello, en el caso de la Teletón como un producto mediático que genera mensajes que aluden al irracionalismo de las personas no ha sido vislumbrado como un potencial objeto de estudio en el ámbito de las comunicaciones, lo que hace que este trabajo tenga un carácter novedoso.

Uno de los valores agregados es que los resultados serán de utilidad para los estudiantes de carreras como Periodismo, Comunicación Social, Relaciones Públicas, Mercadeo y otras.

De esta manera servirá de insumos para los estudiantes de la Universidad de El Salvador que cursen materias como: Ética Periodística, Relaciones Públicas, Introducción a la Publicidad, Producción de Noticieros para Televisión, Tecnología de los Medios Audiovisuales I y II.

1.5.3 Factibilidad para su Desarrollo

El desarrollo de esta investigación fue viable desde la perspectiva humana y material. En términos humanos existen dos investigadores que realizaron el estudio, así como un docente asesor que supervisó y orientó el trabajo investigativo en sus diferentes etapas.

También, fue posible en la medida que se trabajó únicamente con los spots televisivos y no se tomó en cuenta las cuñas radiales publicitarias y anuncios impresos. Aunado a ello, todos los materiales promocionales y cápsulas transmitidas por TCS, posteriormente fueron alojados en el canal oficial de YouTube por la fundación FUNTER, lo que permitió el acceso a los materiales.

Asimismo el acceso a los documentos oficiales fue facilitado por las autoridades gubernamentales a través del Consejo Nacional de Atención Integral para la Persona con Discapacidad (CONAIPD), lo que ayudó para contrastar lo normado por las convenciones internacionales para el tratamiento de la imagen de las personas con discapacidad, uso inclusivo del lenguaje , inclusión y otras variables. Además, la realización del estudio fue factible en cuanto al recurso tiempo, ya que se contó con seis meses para ejecutarlo y presentar resultados finales.

En el tema de los recursos técnicos, la obtención del material fue viable puesto que los investigadores, pusieron a disposición el uso de computadoras, grabadoras, cámaras y otros instrumentos técnicos para la recolección de la información y su posterior análisis.

En este sentido, la duración del fenómeno es otro elemento favorable ya que la Teletón desde los últimos años siempre se realiza en fechas fijas, por lo que puede marcarse un inicio y final del muestreo a estudiar para tener resultados precisos.

1.5.4 Implicaciones Prácticas

La realización de esta investigación permitirá a las audiencias ver el fenómeno de una forma crítica y racional llevándoles a ser más activos en estos procesos de consumo y a conocer el show mediático del teletón construido por TCS, en el que se juega con los valores humanos de las personas con discapacidad para conseguir un fin de lucro económico.

La investigación tendrá como funcionalidad colaborar con las instituciones que velan por los derechos de las personas discapacitadas a evaluar este show televisivo y conocer el tratamiento mediático que se le da a la imagen y dignidad de las personas “beneficiadas” con esta iniciativa para conocer si se apega a su política pública, y pueda servir de insumos para la futura elaboración de una política de comunicaciones y tratamiento de la imagen en materia de discapacitados, aún inexistente en el país.

De igual manera los resultados serán de utilidad para aclarar la situación de la discapacidad y el orden de responsabilidades. El Estado, como deber inherente debe de luchar por la igualdad de derechos y oportunidades para todos los ciudadanos, por lo que la empresa privada puede colaborar a esta labor, pero no tomar el estandarte para obtener ganancias económicas.

En ese sentido la investigación servirá de insumos para futuras investigaciones y para que la población en general pueda darse cuenta que este tipo de iniciativas son responsabilidad del Estado, y por consecuente el ciudadano a través de sus impuesto ya contribuye para la implementación de programas de inclusión y desarrollo para este sector de la sociedad y que la lucha debe de estar encaminada a fortalecer el sistema nacional de discapacitados, para que de esta forma sea el pueblo salvadoreño el beneficiado y no la empresa privada a través de sus diferentes marcas.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

-Determinar las particularidades presentes en los mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el desarrollo de la Teletón 2012-2013 que sirven para construir estrategias de manipulación y marketing.

1.6.2 Objetivos Específicos

-Identificar las características audiovisuales del mensaje transmitido por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) a través de las cápsulas y spots difundidos en el desarrollo de la Teletón 2012-2013.

Identificar las características de contenido del mensaje transmitido por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) a través de las cápsulas y spots difundidos en el desarrollo de la Teletón 2012-2013.

-Analizar los estereotipos sugeridos por los mensajes transmitidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) a través de las cápsulas y spots difundidos en el desarrollo de la Teletón 2012-2013.

CAPITULO II

CONSIDERACIONES TEÓRICO-CONCEPTUALES

2.1 Antecedentes del objeto de estudio.

Teletón o telemaratón es un evento benéfico televisado, generalmente de varias horas de duración, en el que se intercalan diversas presentaciones artísticas y de entretenimiento que se realiza actualmente en diferentes partes del mundo con el fin de recaudar fondos para instituciones de caridad y para tal efecto se planean estrategias comunicacionales, mercadeo y marketing para persuadir y manipular a las audiencias a “donar”.

La primera teletón fue realizada por el actor Jerry Lewis en el año 1966, a beneficio de la Asociación de la Distrofia Muscular (MDA), el Día del Trabajo, por lo que Jerry Lewis es considerado el padre de la teletón. Fue transmitido por un canal de televisión de Nueva York y recaudó más de \$1 millón de dólares.

Con los años creció sostenidamente y en los 70 ya participaban 65 estaciones en todo Estados Unidos. Hoy en día, la maratón televisiva de recaudación de fondos dura 21,5 horas y reúne a 200 estaciones de “MDA Love Network”. Se ha transformado en una tradición en el Día del Trabajo para 60 millones de televidentes estadounidenses.⁹

La primera versión latinoamericana de Teletón se realizó entre el 8 y 9 de diciembre de 1978 en Chile. Don Francisco, imitando el proyecto de Jerry Lewis en los Estados Unidos llamada "MDA Labor Day Telethon", importó la idea a su país apadrinando a la Sociedad Pro-Ayuda al Niño Lisiado. A pesar de la tensa situación política del país producto de la dictadura militar existente y

⁹ *Teletón*. (n.d.). Consulta del 20 de abril, 2013, de [http:// http://es.wikipedia.org/wiki/Telet%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Telet%C3%B3n)

la cercanía de un posible conflicto armado con la Argentina, Don Francisco agrupó a todos los canales de televisión del país para transmitir durante 27 horas consecutivas el evento que buscaba reunir 1 millón de dólares, equivalentes a casi 34 millones de pesos de la época. La primera Teletón reunió \$84.361.838, superando holgadamente la meta.

La versión salvadoreña de la Teletón es promovida desde 1982 por la Tele Corporación Salvadoreña y su aparente finalidad, según sus directores editoriales lo manifiestan es promover la rehabilitación física de discapacitados y fomentar una cultura de integración y de participación. Teletón El Salvador cuenta con el apoyo de la Organización Internacional de Teletones (ORITEL), una organización promotora de ayuda voluntaria que realiza eventos teletón en más de doce países.¹⁰

En 1982 se creó el evento Teletón El Salvador con el eslogan “*Juntos, todo es posible*” se pretendía alcanzar el objetivo de ₡1 ' 000,000 de colones; posteriormente los slogan de campaña han ido cambiando con el paso de los años, al igual que las metas monetarias establecidas para la recaudación. El éxito fue tal que el evento se ha repetido con excelentes resultados, creándose la Fundación Teletón Pro Rehabilitación FUNTER con su primer centro de rehabilitación en San Salvador.

Desde 2003, como consecuencia de los daños que causaron los terremotos de El Salvador de 2001, se inició una nueva etapa en la historia de la Teletón salvadoreña, donde la empresa de televisión Telecorporación Salvadoreña adopta la totalidad de los derechos para la realización de evento, enmarcado en la labor social que brinda a través de la *Fundación TCS*, con una campaña

¹⁰ Teletón El Salvador (n.d.). Consulta del 20 de abril, 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Telet%C3%B3n_El_Salvador

más amplia, después de varios años sin realizarse y se estableció una meta de 1 millón de dólares americanos (moneda que adoptó El Salvador desde enero del 2001).

En el mes de agosto del 2009 finalizó la construcción de un tercer centro de rehabilitación FUNTER en la ciudad de Sonsonate ubicada en el Departamento de Sonsonate, en el occidente del país, construido con los fondos recaudados en la 16° Teletón realizada el 1 y 2 de febrero del 2008, y la 17° Teletón 2009 que se realizó el 6 y 7 de febrero, y logró rebasar la meta después de 29 horas ininterrumpidas de transmisión, recaudando un total de \$1 millón 703 mil 101 dólares.

Para la vigésima edición del Teletón 2012 se realizó el 3 y 4 de Febrero, y el total de fondos recaudados fueron de \$1 millón 803 mil 927 dólares.

Para recaudar los fondos necesarios se realiza un espectáculo con artistas nacionales e internacionales transmitido en directo durante 48 horas continuas por Telecorporación Salvadoreña TCS, que tiene cuatro canales a nivel nacional, y por más de 125 estaciones de radio pertenecientes a la Asociación Salvadoreña de Radiodifusores(ASDER).

Sin embargo, la transmisión ininterrumpida de la Teletón es el punto final de la estrategia de publicidad de todo el aparataje estructural del evento puesto que meses antes se inicia una campaña publicitaria presentada a través de cápsulas informativas, cuñas radiales, espacios en telerevistas de la empresa TCS, y otros medios de comunicación que se suman a este evento, acuñando año con año un eslogan que dirige el sentido de todos los mensajes de la campaña.

Desde el año 1982, fecha de inicio, hasta 1987 el eslogan fue la frase “juntos todo es posible”, y a partir de ello año con año estos varían muchas veces dependiendo de lo que Teletón México

plantea, o de la forma en que desean involucrar a las audiencias y la forma de incluirles en la problemáticas para casi obligarlos a la movilización y consumo del producto mediático.

Otro aspecto importante a destacar, es que año con año toman la figura de las personas discapacitadas, victimizando su situación y mostrándoles en los contextos más deplorables con el afán de acuñar nuevamente el eslogan, incluyendo al televidente o radioescucha como la respuesta a esa situación.

Se han destacado durante las diferentes ediciones figuras símbolos, imágenes de niños en procesos de superación de discapacidades físicas con un especial enfoque al sufrimiento de las familias de los infantes.

Ante lo anterior, también es importante destacar que año con año, los comerciales y cuñas publicitarias se intensifican y el contenido varia cada vez más con ediciones tendenciosas que aluden a la parte irracional de las personas desembocando en la movilización de las personas a donar, colaborar o ser voceros del fenómeno de la teletón en el que “el cambio” para las personas discapacitadas está en manos del ciudadano, omitiendo información como que con esta actividad todos los donantes (empresarios y la misma empresa TCS) por concepto de donativos exonera su declaración de impuestos, viéndose altamente beneficiados, como la omisión de este deber del Estado, o la exclusión para el ingreso a los beneficios de FUNTER.

Para el caso, el slogan de la campaña Teletón 2013, que inició en noviembre 2012, y finalizó en Febrero 2013 fue “Mueve tu Corazón”, recaudando una cantidad de \$1 millón 805 mil 106 dólares, produciendo un aproximado de 51 cápsulas y spots.

Para efectos comparativos, se detalla una cronología de slogans de campaña, fondos recaudados y metas:

Fechas, eslóganes y cifras

Año	Fecha	Eslogan	Meta	Logro
1982	10 y 11 de diciembre	Juntos, todo es posible	¢1'000,000	¢1'551,620
1983	Noviembre	Juntos, todo es posible	¢1'551,620 +1	¢1'847,571
1984	Noviembre	Juntos, todo es posible	¢1'847,571 +1	¢1'869,910
1985	Noviembre	Juntos, todo es posible	¢1'869,910 +1	¢2'414,606
1987	Noviembre	Juntos, todo es posible	¢2'414,606 +1	¢2'666,807
1990	Diciembre	Porque Soy Tu Amigo, Cuenta Conmigo	¢2'666,807 +1	¢2'852,718
1993	Mayo	Lo Importante Está en El Corazón	¢2'852,718 +1	¢4'060,708
1995	Abril	Acerquemos El Corazón	¢4'060,708 +1	¢4'186,810
1996	Diciembre	Juntos, todo es posible	¢4'186,810 +1	¢4'305,087

1998	Marzo	Juntos, todo es posible	¢4'305,087 +1	¢6'300,000
2003	31 de enero y 1 de febrero	Vamos a Dar	\$1'000,000 +1	\$1'235,550
2004	30 y 31 de enero	Te estamos Esperando	\$1'235,550 +1	\$1'405,276
2005	30 y 29 de enero	Un paso más	\$1'405,276 +1	\$1'503,279
2006	27 y 28 de enero	Lo hacemos todos	\$1'503,279 +1	\$1'510,131
2007	2 y 3 de febrero	Unidos por el amor	\$1'510,131 +1	\$1'655,079
2008	1 y 2 de febrero	Ayudar es amar	\$1'655,079 +1	\$1'668,525
2009	6 y 7 de febrero	La Teletón eres tú	\$1'668,525 +1	\$1'703,101
2010	5 y 6 de febrero	La Teletón la haces tú	\$1'703,101 +1	\$1,706,726
2011	4 y 5 de febrero	No hay imposibles	\$1'706,726 +1	\$1'802,796
2012	3 y 4 de febrero	Todos somos Teletón	\$1'802,796 +1	\$1'803,927
2013	1 y 2 de febrero	Mueve tu corazón	\$1'803,927 +1	\$1'805,106

2.2 Perspectiva o Paradigma Teórico.

En 1964 se funda en Birmingham (Reino Unido) el *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS), que inicia una nueva forma de aproximarse al estudio de la comunicación de masas. Su interés se centra, sobre todo en analizar una forma específica del proceso social, correspondiente a la atribución de sentido a la realidad, al desarrollo de una cultura, de prácticas sociales compartidas, de un área común de significados. Mauro Wolf señala que, para los Cultural Studies (en adelante Estudios Culturales) la Cultura no es una práctica, ni es simplemente la descripción de la suma de hábitos y costumbres de una sociedad, pasa a través de todas las prácticas sociales y es la suma de sus interacciones.

El objetivo de los Estudios Culturales es definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado. En el concepto de cultura cabe tanto los significados y los valores que surgen y se difunden entre las clases y los grupos sociales, como las prácticas efectivamente realizadas a través de las que se expresan valores y significados y en las que están contenidas. Los medios de comunicación de masas desarrollan una función primordial al actuar como elementos de esas relaciones¹¹.

Los Estudios Culturales abordan las relaciones generales entre el orden social de una sociedad y su cultura, reconociendo el papel central de los medios de comunicación de masas en la distribución y diseminación de significados sociales y subrayando la necesidad de situarlos en el

¹¹ Mauro Wolf, La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Barcelona, Paidós, 1987, Pág.121.

contexto de la cultura, entendida como totalidad y estos varían y toman un carácter diferente dependiendo de la región y solo tienen en común haberse colocado en una posición epistemológica distinta, mejor sería decir contraria, al proyecto primitivo del *Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS)*¹²

Los Estudios Culturales en América Latina se han desarrollado de la mano de Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini.

La propuesta de Martín Barbero es colocar el debate sobre la investigación en comunicación en un plano internacional, eminentemente cultural que, atravesado por los procesos económicos, sociales y políticos, otorgue nuevas posibilidades para la investigación. Por ello, comienza a investigar las mediaciones, concepto con el que se refiere a las formas, condiciones y espacios desde los que los medios de comunicación son producidos y consumidos; y que consisten en un proceso por el cual el discurso narrativo de los medios se adapta a la tradición narrativa popular del mito y del melodrama y en el que las audiencias aprenden a resistir a la hegemonía cultural y a reconocer su identidad cultural colectiva en el discurso de los medios.

Martín-Barbero construye una estructura integrada por factores muy diversos de la producción de los contenidos culturales y sugiere tres enfoques de la *mediación* que permitan al investigador observar y atrapar en acción las diversas vertientes de la producción cultural de contenidos:

- 1) La vida cotidiana familiar y la interacción entre el estilo coloquial íntimo de la televisión y la inmediatez de la rutina diaria y el círculo familiar.
- 2) La conexión de los ritmos temporales. El ritmo temporal de la televisión no se ajusta necesariamente al ritmo temporal de las audiencias.

¹² Marjorie Ferguson, y Peter Golding, Economía Política y Estudios Culturales, Barcelona, Bosch, 1998, Pág.17.

- 3) Géneros de los medios. La repetición continuada de géneros como las telenovelas es el vínculo mediador entre la televisión manipuladora de masas, comercial y competitiva y la experiencia satisfactoria del reconocimiento de la identidad cultural o de interpretaciones críticas de lo emitido¹³.

De acuerdo con Williams y Carey, los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masas pueden proporcionar evidencias sobre la sociedad en la que se ubican. Entonces, estudiando obras particulares, canciones, bailes y danzas, se pueden extrapolar los resultados al análisis de la sociedad¹⁴.

Los mensajes de los medios son considerados, en consecuencia, como textos, y el proceso de análisis consiste en *recuperar los yacimientos de significado social que contienen*. Dicho de otro modo se trata de extrapolar los resultados del análisis textual hacia las relaciones sociales involucradas en su producción y en su uso. Se precisa, por lo tanto, un análisis directo y detallado de los contextos sociales de producción, de recepción, de sus relaciones con las instituciones y con los procesos centrales de la sociedad clasistas.

A diferencia de los estudios semiológicos clásicos del mensaje, que suponen una cierta clausura en la estructura interna del mensaje, el interés de este tipo de análisis es para David Morley el examen de los códigos explícitos e implícitos del mensaje y de las condiciones básicas que hacen posible la construcción de sentidos por la audiencia.

Fiel a los presupuestos del modelo Encoding-decoding de Stuart Hall, Morley considera el mensaje como una polisemia estructurada. Si bien los programas son estructurados con un sentido dominante propio del código hegemónico, es imposible lograr una clausura total; siempre

¹³ Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, CONVENIO ANDRÉS BELLO, 1998, pág. 28

¹⁴ William Rabkin, *The Long Revolution*, Londres, London, Penguin Books, 1965, Pág. 46.

existe la posibilidad de una lectura diferente, a partir del empleo de otros códigos por parte de las audiencias.

Los enfoques culturalistas siguen considerando que los mensajes de los medios favorecen a los intereses de la clase hegemónica y proponen significados preferentes o dominantes, para el enfoque de los estudios culturales, la recepción de los mensajes se realiza en contextos sociales y culturales determinados y puede llevar a una lectura de asimilación, negociación o de oposición y rechazo.

Es por ello que la investigación pone en práctica este paradigma, haciendo uso del análisis de contenido de los mensajes difundidos en la campaña publicitaria de la Teletón, para conocer los mensajes que hacen posible una manipulación en los receptores de televisión que consumen el mensaje tomando en cuenta también la reproducción de formatos televisivos o fórmulas de marketing que es el vínculo mediador entre la televisión manipuladora de masas, comercial y competitiva y la experiencia satisfactoria del reconocimiento de la identidad cultural o de interpretaciones críticas de lo emitido.

En este sentido, como lo afirma Néstor García Canclini, “el consumo cultura aparece, así, como un lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que se desea, el lugar que se tocará de cada sector, el papel del poder público como garante de que el interés público real no sea desaparecido. Conocer lo que ocurre en los estudios culturales es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre nosotros, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social del destino”¹⁵.

El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital. Ante ello entenderemos como *Manipulación*: Consumo de bienes, servicios, e ideas por parte de la clase dominante de una sociedad. Esta última inculca en los trabajadores, a través de la

¹⁵Néstor Canclini,(coord.). *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional de la Cultura y el Arte, 1990.

publicidad y otros medios, necesidades artificiales que los lleva a consumir y a reforzar así la expansión del capital.¹⁶

La dimensión social de la manipulación se examina en términos de abuso de poder por las élites simbólicas que tienen acceso preferencial al discurso público y manipulan grupos de personas a favor de sus propios intereses y en contra del interés de las víctimas.

Es importante recalcar que para alcanzar una profundidad en la investigación se retomarán los análisis cualitativos.

Los estudios de la Comunicación de masas se dividen en: los del enfoque empirista-positivista y los del enfoque crítico que es al que corresponde el análisis de contenido como técnica, en ese sentido los teóricos del enfoque crítico se encargan de estudiar y analizar las características de las sociedades actuales y cuestionan las desigualdades económicas, educacionales, de control y poder en los diferentes sistemas contemporáneos. Además discuten el papel de los medios de comunicación en la conservación del sistema dominante.

Por ello, para la realización de la investigación sobre “La Manipulación implementada a través de los mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el desarrollo de la Teletón 2012-2013”, se ha decidido hacer uso del enfoque crítico y sus técnicas de investigación cualitativas, ya que se pretende estudiar cómo TCS a través de la difusión de los mensajes en el transcurso de la Teletón manipula a las audiencias.

Manipulación que es aplicada muchas veces a través de herramientas y técnicas de publicidad, marketing y otras utilidades de la comunicación para la colocación de marcas y productos y de esa manera persuadir a las audiencias al consumo, y poder relacionarlas con el análisis de contenido de los mensajes. Evidencias como las estrategias de Halar y empujar que explica que

¹⁶ José Lozano, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, En Google Books consultado el 11 de abril de 2013

existen varios objetivos promocionales objetivos de las situaciones, y que una estrategia directamente de halar describe una comunicación persuasiva enfocada en el involucramiento del consumidor a una situación en concreto.¹⁷

Aunado a ello, Philip Krap Kotler autor del libro, Fundamentos de la Mercadotecnia define que existen diferentes formas de lograr un objetivo a través del marketing, publicidad y estrategias:

Algunas estrategias para la realización de una publicidad efectiva son:

- **Asociación psicoemotiva al consumidor Por medio de:**
 - Estética: imágenes, música, personas, elementos del lenguaje audiovisual etc.
 - Humor: Pretende asociar un producto a una idea o circunstancia divertida, transmitir sensación positiva acerca del producto y así asociarlo más fácilmente.
 - Sentimientos o evocación: No hace referencia directa al producto, sino la sensación que te produce, en vez de convencerte lo que intenta es seducirte. Amor materno, enamoramiento, etc. Por ejemplo "¿Te gusta conducir"?
- **Dramatización:** es la forma más antigua de la publicidad, representa un episodio de la vida real, la persona tiene que percibir que es una dramatización, si no es un 'testimonio'.
- **Testimonio:** si no se percibe que es una 'dramatización' entonces es un testimonio. Por ejemplo de unas figuras o personas famosas o reconocidas de forma positiva, o de personajes de asociación proactiva.
- **Demostración o argumentación:** mensajes que influyen una demostración del producto. Normalmente proporcionan una respuesta a un problema real. Este estilo se basa en las características del producto y su eficacia (mítico de las 'cremas de mujeres'). Por ejemplo pruebas, tests, ensayos.

¹⁷ Lou Pelton, op.cit., Pág. 119.

- **Descripción:** presenta de una manera objetiva un producto, sus partes o su composición. Muy usado en los anuncios de coches.
- **Exposición:** ni 'argumentación' ni ' descripción'. Redactado o presentado como una lista de oferta. Usado por ejemplo en anuncios de supermercados con sus ofertas alimenticias, o en objetos en venta con días de descuento.
- **Impacto:** es algo impactante, juegos de palabras o rimas. Sólo busca impactar al futuro comprador y así captar su atención.
- **Noticia:** lo que hace es emular a un anuncio.
- **Oportunidad:** el mensaje debería aprovechar el momento, coyuntura o situación del tiempo de referencia.
- **Frecuencia:** el consumidor comienza a retener un mensaje cuando este es repetitivo.
- **Sinceridad:** el fraude produce frustración en el consumidor. Lo hace sentir mal y conduce a sentimientos depresivos, que incluso pueden llevar al suicidio. Con respecto a esto existen muchos casos, así que se debe ser cuidadoso, y honesto, lo que produce mejores resultados
- **Propuesta Única de Venta. (USP) (UNIQUE SELLING PROPOSITION)**
 - Todo anuncio debe hacer una proposición concreta al consumidor.
 - La proposición debe distinguirse de la competencia (ventaja competitiva, elemento diferenciador o posicionamiento); esta es la condición más importante del USP.
 - Debe ser tan atractiva que influya sobre la totalidad del mercado meta del producto.

- Actualmente la proposición de venta es de carácter emocional cambiando su denominación a (ESP)
- **Imagen de marca.**
 - Recurso a un símbolo para asociarlo sistemáticamente al producto o a la marca.
 - Como consecuencia se producirá un reconocimiento automático del símbolo (color, eslogan, elemento simbólico, etc.) por parte del consumidor.
 - Se trata de la primera gran estrategia que concede prioridad a la imagen.
 - Se encuentra en pleno auge durante los años 70-80.
- **Subliminal**
 - Produce un efecto indemostrable y arriesgado.
 - Es la estrategia más efectiva si llega hasta el final.
 - En principio (años 60) es utilizada para cualquier tipo de producto.
 - Posteriormente lo subliminal es explotado para productos como el tabaco, el alcohol, la lencería, etc.
 - Se puede detectar con elementos objetivos como la composición del anuncio. Ésta trabaja con la relación entre primer plano y segundo plano como metáfora de la parte consciente e inconsciente del individuo
- **Posicionamiento, ubicación o llamada:** incita a los oyentes a que participen en una campaña publicitaria determinada. Selecciona un segmento del público para convertirlo en el centro de la campaña. De esta manera realiza una interpelación directa a ese tipo de consumidor y todo gira en torno a la relación con un consumidor. El segundo paso de selección consiste en la selección de facetas de la subjetividad de los consumidores (trabajo cualitativo). La selección del público va a ser interpelada pero el resto también

puede serlo. Todos pueden ser movilizados por la campaña ya que esta estrategia combina lo particular con lo general.

- **El centro del mensaje es el público.** el consumidor es tratado como diferente ya que esta estrategia necesita distinguir. Esta estrategia es utilizada para productos genéricos (no específicos) ya que compiten en un mercado saturado.
- **Enigma o suspense:** te dan una incógnita, que con el tiempo se te va desvelando, hasta que en un momento dado te dan la solución. Produce un deseo, resolver el significado de algo (provoca una expectativa). Nace en los años 70.

En ese sentido, se entenderá por estrategia a “lo que se quiere decir” a la audiencia; ésta implica que tanto la campaña como el mensaje deberán ser tolerantes, consistentes y sólidos porque persiguen objetivos que se relacionan con los gustos, valores, intereses, expectativas y todo aquello que implica la primacía y el juicio de la audiencia, en el diseño de un cromó publicitario se exige un vocabulario adecuado, excelente redacción de textos, óptima selección de colores, imágenes apropiadas y evidentemente, un medio de difusión conveniente.

Al hacer un anuncio publicitario no solamente se debe mencionar los beneficios y características de un producto o servicio, éste debe generar interés en el auditorio y hacer memorables los anuncios, por lo que el trabajo del equipo creativo es un desafío o un reto para cada situación de marketing distinta y cada campaña o anuncio requiere un enfoque creativo distinto. No existe una fórmula mágica para crear publicidad efectiva, ante un mismo problema se solucionarían de tantas maneras distintas en cada diferente situación.

Al desarrollar una estrategia creativa los artífices del mensaje se vale de los elementos del lenguaje audiovisual que son: El sonido, los efectos especiales, la música, el silencio, los ángulos, tipo de encuadre, tono de voz, personajes, el ambiente, y los textos.

Está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación, resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas.. Ahora bien hay que ser crítico frente a la alienación que genera un consumo masivo, disperso e irreflexivo de imágenes.

Cuando se crea un mensaje audiovisual se siguen unas normas sintácticas que, además, podrán influir poderosamente en el significado final del mensaje.

Elementos como los planos y los ángulos pueden agregar una carga de significación grande en los mensajes.

En el caso de los planos, estos hacen referencia a la proximidad de la cámara a la realidad cuando se realiza una fotografía o se registra una toma. Los principales planos que se utilizan, de los más lejanos a los más próximos, son:

- Planos descriptivos (describen el lugar donde se realiza la acción):

según el diccionario de cine Akal, se entiende por **plano de detalle** Cualquier plano que muestra un objeto muy pequeño o una parte muy pequeña de un objeto o de una persona. Este plano se considera más cercano y minucioso que el primer plano.¹⁸

Así mismo, el autor explica que el uso de **planos generales** muestran al sujeto desde cierta distancia. Se ve a los personajes en su totalidad, y también cierta cantidad de espacio por encima y por debajo de ellos. El plano también abarca parte del entorno que los rodea. Un plano general largo o de conjunto está tomado a gran distancia del sujeto y, generalmente, abarca una amplia vista del lugar. Tanto los planos generales como los planos generales largos se usan

¹⁸ Ira Konigsberg, Diccionario Técnico Akal de Cine, Madrid, Ediciones Akal, S. A., 2004. Pág. 28

frecuentemente como «planos de situación» para comenzar una secuencia. El plano general también concluye una secuencia. Un plano de este tipo nos da más información sobre un personaje y su entorno que el primer plano o el plano medio. Desarrolla relaciones entre personajes y nos ofrece una visión objetiva de una situación. Los planos generales, en combinación con primeros planos y planos medios, pueden, o bien aumentar nuestra conciencia de la situación dramática e intensificar por ello nuestras emociones, o bien distanciarnos controlar nuestra implicación. Cuál de estos efectos se consiga lo determina la forma en la que los planos se relacionan entre sí y qué está ocurriendo exactamente en la pantalla.

En ese sentido el autor también agrega que los ángulos son formas de agregar grandes significaciones a los mensajes audiovisuales; por ejemplo el **ángulo normal** es un ángulo de visión que se aproxima a lo que el ojo vería, tomado con lo que se considera un «objetivo normal»; por ejemplo, un objetivo con una distancia; así mismo el **ángulo contrapicado** es un ángulo rodado desde debajo de la altura de los ojos, con la cámara mirando hacia arriba al sujeto. Este tipo de planos hacen que el sujeto tenga una apariencia grande, dominante y hasta amenazadora. El fondo queda considerablemente reducido mientras el personaje queda dramáticamente colocado contra el cielo o el techo.

Al mismo tiempo, las figuras parecen moverse más aceleradamente y la violencia física parece más peligrosa para los personajes y más intimidatoria para el espectador. En los planos de dos, un ángulo contrapicado puede hacer que las relaciones entre los personajes parezcan más apremiantes, poderosas o amenazadoras. Los ángulos contrapicados se emplean frecuentemente en *Ciudadano Kane* (*Citizen Kane*, 1941) para sugerir la importancia e, incluso, el carácter legendario del personaje principal, casi hasta el punto de que la acción parece tener lugar sobre una plataforma elevada.

Según Manuel Carlos Fernández en su libro *Influencias del Montaje en el Lenguaje Audiovisual* establece que una de las etapas de la producción es la elaboración del guión técnico, ya que una vez escrito el guión literario de la película o programa, el realizador ha de llevar a cabo el guión técnico en el que se anotaran todos aquellos datos requeridos en el momento de la grabación con previa meditación para obtener los objetivos trazados.

En tal virtud, para efectos del estudio se tomarán en cuenta como elementos importantes o categorías de análisis en el campo de la publicidad y marketing a: **Estética Audiovisual (Asociación psicoemotiva)**, **sentimientos y emociones**, **Imagen de Marca**, y por el lado del Consumo Cultural, se tomará la categoría de: **Manipulación**, todos estudiados a través del guión reelaborado como producto del análisis de las producciones seleccionadas.

Posteriormente se definieron las categorías, subcategoría y los indicadores de cada subcategoría:

1. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado
		Contra Picado
		Subjetivo
	Plano	Detalle
		Primer Plano
	Fondo Musical	Música Incidental
	Locación	Estudio
		Funter
		Casa
	Personaje	Familiar

		“Famoso”
		Discapacitado

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinesica
		Verbal
	Alegría	Kinésica
		Verbal

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón
		Funter
		TCS
		Patrocinador-Colaborador
	Mención	Teletón
		Funter
		TCS
		Patrocinador-Colaborador

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR
Manipulación	Donativo	Palabra Donar
		Palabra Apoyar
		Únete
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador
		Todos los discapacitados
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza
		Funter como única opción
		Discapacitados Física como único universo

2.3 Sistema de Conceptos

A

Audiencia: conjunto de personas que reciben información de un medio de comunicación de masas.

Análisis: es la distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos que componen el fenómeno.

Análisis Cualitativo: es aquel que refiere a los aspectos de calidad, valor o ponderación de un objeto, individuo, entidad o estado.

Análisis de Contenido: Es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y validas que pueden aplicarse a su contexto.

C

Campaña Publicitaria: es una serie de mensajes publicitarios que comparten una misma idea y tema (Para esa idea se crean varios comerciales). Las campañas de publicidad aparecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.

Canal de Televisión: como medio de comunicación de masas de imágenes animadas por difusión en las sociedades tecnológicas la televisión es a este respecto un determinante social básico del entorno cotidiano.

Cápsula: se refiere a segmentos pagados entre 1 y 5 minutos con temas unitarios que no pertenecen al programa pero que se insertan en él. Los casos más comunes se dan durante los segmentos comerciales de los Noticieros estelares, que hacen parecer que forman parte de él.

Cobertura: conjunto de medios técnicos y humanos que hacen posible una información de una extensión territorial que abarcan diversos servicios, especialmente los de telecomunicaciones.

CONAIPD: Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad

Comunicación: es el proceso de transmitir mensajes y compartir significados por medio de símbolos con un receptor o auditorium.

Comunicación Social: es la comunicación integral del individuo con su entorno social, es el eco y opinión pública de los sectores dirigidos de una estructura social.

Consumo cultural: conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico, prevalece sobre los valores de uso y de cambio a donde al menos estos dos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.

D

Discapacidad: es aquella condición bajo la cual ciertas personas presentan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, y en igualdad de condiciones con las demás

Donativo: cantidad de dinero o conjunto de medicinas, alimentos, ropas u otros objetos que se da voluntariamente a una persona o grupo para ayudar a cubrir sus necesidades.

E

Enfoque Cualitativo: es el que utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación

Estrategia: arte de coordinar todo tipo de acciones para la conducción de un proyecto o propósito.

Entrevista: es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

Eslogan: lema publicitario. Se entiende como frase identificativa en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda), y como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho. También se puede decir que es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras para formar confianza.

Estudios culturales: son un campo de investigación de carácter interdisciplinario que explora las formas de producción o creación de significados y de difusión de los mismos en las sociedades actuales. Desde esta perspectiva, la creación de significado y de los discursos reguladores de las prácticas significantes de la sociedad revela el papel representado por el poder en la regulación de las actividades cotidianas de las formaciones sociales

F

Fenómeno: toda manifestación que se hace presente a la consciencia de un sujeto y aparece como objeto de su percepción.

Formato: conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio.

Fundación: Principio e inicio de una cosa, documento en que consta las cláusulas de una institución de mayorazgo. Etc.

I

Investigación Descriptiva: tiene como objetivo central la medición precisa de una variable o más dependientes, en una población definida o en una muestra de población. Es una serie de variables y estructuras que comprenden y caracterizan el objeto de estudio, analizando los factores que comprenden e intervienen en dicho fenómeno.

Interacción social: es el fenómeno básico mediante el cual se establece la posterior influencia social que recibe todo individuo

K

Kinésica: la **kinésica** o **corporal** estudia el significado expresivo, apelativo o comunicativo de los movimientos corporales y de los gestos aprendidos o somatogénicos, no orales, de percepción visual, auditiva o táctil, solos o en relación con la estructura lingüística y paralingüística y con la situación comunicativa. También es conocida con el nombre de *comportamiento kinésico* o *lenguaje corporal*.

M

Manipulación: es el fin o resultado deseado de un proceso que emplea trucos específicos ya sean semánticos, técnicos, psicológicos o de comportamiento para engañar, mal informar, influir, persuadir, o controlar un objeto, que puede ser concreto (una persona, estado o

acción) o abstracto (pensamiento o percepciones), normalmente con el objeto de ganar la ventaja.

Mass Media: significa por lo general medios de comunicación de masas por lo mismo que este término es cada vez más utilizado va adquiriendo cada día una significación menos rigurosa.

Medio: es el instrumento, herramienta o vehículo que facilita el logro o aplicación de un objetivo.

Mensaje: es el soporte físico o psicofísico de la transmisión, se presenta pues como una secuencia de elementos tomados de un repertorio de signos del emisor.

Método: entendiéndose como un procedimiento para alcanzar un determinado fin.

Metodología: es la ciencia del método o conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Medios de Comunicación: institución encargada de velar por la transmisión y difusión de mensajes con objetividad, claridad y veracidad.

Mediación: es una forma de resolver conflictos entre dos o más personas, con la ayuda de una tercera persona imparcial, el mediador.

Modelo: esquema teórico, generalmente de una realidad compleja, que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento.

Música incidental o de Fondo: es un recurso de acentuación ambiental y exige un estilo libre y espontáneo, lo más alejado posible de la expresión métrica o ortodoxa; es una música “off” que no está presente en el encuadre

P

Paradigma: en la ciencia un paradigma es un conjunto de realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica”. También se entiende por paradigma a un cuerpo de teoría reconocida como válida, basado en resultados alcanzados por la ciencia en el pasado, que durante determinado periodo define implícitamente cuáles son los problemas y los métodos legítimos a emplear en un campo de investigación determinado.

Producción: toda creación audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades, a saber: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se refiere, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo.

Publicidad: una técnica de persuasión de los consumidores a través de la creación de recursos de información, esencialmente propagandísticos, que promueven las ventas de servicios y productos para un mercado

S

Spot: Son anuncios pagados de diversa índole, publicidad, relaciones públicas o propaganda, con duración de 10 hasta 60 segundos

Storyboard es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

T

Técnica: es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad

Telemaraton: es un evento benéfico televisado, generalmente de varias horas de duración, en el que se intercalan diversas presentaciones artísticas y de entretenimiento que se realiza actualmente en diferentes partes del mundo con el fin de recaudar fondos para instituciones de caridad

Teletón: Sin. Telemaraton

Televisión: es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia.

TCS: siglas de Tele Corporación Salvadoreña es una empresa de televisión privada de El Salvador, aglutina a cinco canales con cobertura nacional y dos emisoras radiales.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Carácter del Trabajo.

Esta investigación es de carácter Cualitativo; de acuerdo con los objetivos de estudio las investigaciones cualitativas proporcionan una gran riqueza de datos descriptivos que permitirán determinar lo planeado.

En ese sentido, el análisis de datos cualitativos resulta idóneo para determinar los tipos de elementos que hacen eficaz la manipulación en las audiencias de la teletón, ya que es un proceso que involucra un continuo preguntarse, una búsqueda de respuestas y de observación activa. Es el proceso de colocar datos en un conjunto, de hacer invisible lo obvio, de reconocer lo significativo a partir de lo insignificante, de poner juntos datos aparentemente no relacionados lógicamente, de hacer caber unas categorías dentro de otras y de atribuir consecuencias a antecedentes. Es un proceso de interrogantes y verificación, modificación y de sugestión. Es un procedimiento creativo de organización de los datos, de manera que el esquema analítico aparezca como obvio para su fácil asimilación¹⁹.

Además se sumaran las cualidades de los estudios cualitativos, a las atribuciones del análisis de contenido, el cual tiene como finalidad el proporcionar conocimientos, nuevas intelecciones, una representación de los hechos y una guía práctica para la acción.

En suma la técnica de análisis de contenido cualitativo permitió que los datos presentados tengan una lectura que se presentan en función de la interpretación realizada por el investigador.

¹⁹ Orlando Malla. (1998). Naturaleza y orientaciones teórico – metodológicas de la investigación cualitativa. Disponible en Internet desde: <http://www.reduc.cl/reduc/mella.pdf>

Así mismo en función de los objetivos a alcanzar se contempló la implementación de la entrevista en profundidad aplicada a representantes gubernamentales del CONAIPD y de diferentes líderes de ONG que luchan por la reivindicación de los derechos de las personas con discapacidad para poder contrastar los resultados de la investigación, ante la manipulación ejercida.

3.2 Definición de la muestra o corpus del análisis

Etapa I

La muestra que se utilizó para la investigación fueron los mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS), durante el desarrollo de la Teletón 2012-2013, específicamente los spots y cápsulas televisivas transmitidas por los canales de televisión 2, 4, 6 y VTV canal 35 de la señal abierta en horarios variados en segmentos determinados como noticieros, revistas matutinas, franjas infantiles y programas juveniles.

En total transmitieron 50 cápsulas y spots, desde el 1 de noviembre 2012 al 2 febrero 2013, tiempo de duración de toda la campaña, los cuales formaban parte de una estrategia mediática en radio, televisión, medios impresos y digitales, giras por las ciudades principales del país (ruta teletón), con el objetivo de ofertar el producto mediático. Las cápsulas fueron estudiadas a partir de mes de febrero hasta julio, ambos del año 2013.

Se clasificó la muestra en categorías de análisis: Estética Audiovisual (Asociación psicoemotiva), Sentimiento o Emociones, Imagen de Marca, y por el lado del Consumo Cultural, se tomó la categoría de: Manipulación. Posteriormente se definieron las subcategorías de análisis, e indicadores con el fin de conocer la terminología técnica que alude a la lástima en las personas, el uso de imágenes mal intencionadas, historias de vida que pueden victimizar a las personas con discapacidad física, asimismo la implementación sensacionalista del lenguaje audiovisual en las producciones como: la utilización de efectos de sonido y melodías tristes, la entonación de la voz, los actantes protagonistas de las historias, entre otros elementos que también puedan llegar a generar estereotipos discriminatorios dentro del proceso de manipulación mediático.

De un universo de 50 producciones elaboradas en cuatro meses a partir de noviembre 2012 hasta febrero 2013. Basado en lo anterior se utilizó una técnica aleatoria de selección de unidades de muestreo, por lo que se procedió a sacar los múltiplos del total del universo que son: 1,2,5,10,25,50. Por lo que se derivaron las unidades de muestreo centrales: 10 unidades de muestreo

LISTADO DE CAPSULAS Y SPOTS PRODUCIDOS PARA LA CAMPAÑA TELETON 2012-2013					
#	Titulo	Orden Cronológico de 1er Transmisión	Tiempo	Genero	Periodicidad
1	'Me muevo por' Teletón 2013	01 No v/12	1'00"	Spot/Expectativa	Pauta Mensual
2	Jingle Teletón 2013 'Mueve tu corazón'	01 Nov/12	2'12"	Jingle/Spot	Pauta Permanente de Campaña
3	Compra tu pulsera Teletón 2013 Luciana y Bundio	05 Nov/12	0'41"	Spot	Pauta Mensual
4	Compra tu pulsera Teletón 2013 Kenia y Gerardo	03 Dic/12	0'41"	Spot	Pauta Mensual
5	Medios unidos Teletón 2013	10 Dic/12	0'30"	Spot	Pauta Mensual
6	FUNTER PARA TI ¿Qué es el área de Trabajo Social	24 Dic/12	1'37"	Spot	Repeticiones Múltiples Solo ese día
7	FUNTER PARA TI Cómo acceder a los servicios de rehabilitación en FUNTER	31 Dic/12	1'42"	Spot	Repeticiones Múltiples Solo ese día
8	Cuenta regresiva Teletón 2013 Alfonso Quiñónez	11 Enero/13	0'37"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
9	Cuenta regresiva Teletón 2013 Luciana Sandoval	12 Enero/13	0'35"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
10	Cuenta regresiva Teletón 2013 Madre de familia	13 Enero/13	0'21"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día

11	CONCIERTO PULSERA TELETON LA UNION	14 Enero/13		Spot/Expectativa	Pauta Semanal
12	Cuenta regresiva Teletón 2013 Jenny Chinchilla	14 Enero/13	0'25"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
13	Cuenta regresiva Teletón 2013 Oscar Guerrero	15 Enero/13	0'17"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
14	Cuenta regresiva Teletón 2013 Usuaría FUNTER	16 Enero/13	0'24"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
15	Cuenta regresiva Teletón 2013 Dra. Luz Marina Araujo	17 Enero/13	0'26"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
16	Teletón 2013 bailarina Cosas Buenas Fundación TCS	18 Enero/13	0'44"	Spot	Pauta Mensual
17	Cuenta regresiva Teletón 2013 Alex Tavarone	18 Enero/13	0'19"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
18	Cuenta regresiva Teletón 2013 Alex Pineda	19 Enero/13	0'33"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
19	Cuenta regresiva Teletón 2013 Terapeuta de lenguaje	20 Enero/13	0'29"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
20	Cuenta regresiva Teletón 2013 10 días	21 Enero/13	0'22"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
21	Cuenta regresiva Teletón 2013 Familiar usuario	22 Enero/13	0'35"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
22	Teletón 2013 inclusión Cosas Buenas	22 Enero/13	0'49"	Spot	Pauta Mensual
23	Teletón 2013 inclusión laboral Cosas Buenas Fundación TCS	23 Enero/13	0'57"	Spot	Pauta Mensual
24	Cuenta regresiva Teletón 2013 Voluntaria FUNTER	24 Enero/13	0'24"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
25	Cuenta regresiva Teletón 2013 Carlos Rauda de 'Ritmo 7'	25 Enero/13	0'27"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
26	Jorge Jiménez mueve su corazón	26 Enero/13	0'37"	Spot	Pauta Mensual

27	Cuenta regresiva Teletón 2013 Fisioterapista	26 Enero/13	0'23"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
28	Cuenta regresiva Teletón 2013 Ortesista	27 Enero/13	0'23"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
29	Cuenta regresiva Teletón 2013 Alberto Morales	28 Enero/13	0'41"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
30	30- Cuenta regresiva Teletón 2013 Shaka y Dres	29 Enero/13	0'24"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
31	Sonia de Madriz mueve su corazón YouTube	29 Enero/13	0'46"	Spot	Repeticiones Múltiples Solo ese día
32	Cuenta regresiva Teletón 2013 Evaluadora psicométrica	30 Enero/13	0'25"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
33	Cuenta regresiva Teletón 2013 Joey Montana	31 Enero/13	0'30"	Spot/Expectativa	Repeticiones Múltiples Solo ese día
34	Historia Teletón Daniela Stephanie Montes	01 Febrero/13	4'26"	Cápsula	Una Vez
35	Historia Teletón Anderson Eduardo Silva	01 Febrero/13	4'48"	Cápsula	Una Vez
36	Historia Teletón Walter Maximiliano Canizalez	01 Febrero/13	5'45"	Cápsula	Una Vez
37	Historia Teletón Katherine Guadalupe Cortez	01 Febrero/13	5'06"	Cápsula	Una Vez
38	Historia Teletón Hugo Alexander Burgos	01 Febrero/13	5'23"	Cápsula	Una Vez
39	Historia Teletón Juan Diego Zelayandia	01 Febrero/13	4'50"	Cápsula	Una Vez
40	Historia Teletón Daniela Díaz Corado	01 Febrero/13	5'26"	Cápsula	Una Vez
41	Historia Teletón Helen Leonela Flores	02 Febrero/13	5'09"	Cápsula	Una Vez
42	Historia Teletón Maritza Roxana Portillo	02 Febrero/13	6'00"	Cápsula	Una Vez
43	Historia Teletón José	02 Febrero/13	5'24"	Cápsula	Una Vez

	Daniel Bonilla				
44	Historia Teletón Gilmar Iraheta	02 Febrero/13	5'54"	Cápsula	Una Vez
45	Historia Teletón José Luis Guzmán	02 Febrero/13	5'38"	Cápsula	Una Vez
46	Historia Teletón Andy José Flores	02 Febrero/13	5'35"	Cápsula	Una Vez
47	Historia Teletón Carlos Uziel Alfaro	02 Febrero/13	5'33"	Cápsula	Una Vez
48	Historia Teletón José Antonio Rivera	02 Febrero/13	6'00"	Cápsula	Una Vez
49	Historia Teletón Carlos Alexis Barrera	02 Febrero/13	5'26"	Cápsula	Una Vez
50	1,805,106 GRACIAS	02 Febrero/13	0'29"	Spot	Repeticiones Múltiples Solo ese día

El total de spots formaban parte de una campaña cronológicamente estructurada, en noviembre únicamente se transmitieron tres spots, cuyo contenido era el himno de la campaña el cual se repitió durante los tres meses del estudio: un spot de expectativa y otro que anunciaba la venta de productos promocionales. Estas producciones fueron repetitivas durante todo el mes en los diferentes canales de TCS, en los horarios de mayor audiencia.

El segundo mes de la campaña –diciembre- registró un total de 4 producciones, en el que se siguió promocionando la venta de suvenir del evento y mensajes informativos sobre los servicios de FUNTER y también acerca de los medios de comunicación que se aunaron a la campaña.

Durante el mes de Enero, la campaña se intensificó, presentando un total de 26 producciones que anunciaban cronológicamente el día del evento principal y otros conciertos de promoción en los distintos departamentos.

Finalmente durante el último mes, se difundieron un total de 17 cápsulas, cuyo contenido fue repetitivo durante el día de su lanzamiento y su contenido era netamente testimonios.

Posteriormente para la selección de las diez unidades de muestreo se procedió a seleccionar la muestra de forma no probabilística puesto que no depende de la probabilidad sino del carácter de la investigación ya que la campaña se gestó desde un punto cronológico inicial y luego se intensificó según avanzaban los meses; en ese sentido se debería de seleccionar equitativamente de acuerdo a la cantidad transmitida por meses. En ese sentido se calculó la media para cada mes de publicaciones y se tomó la misma cantidad; posteriormente se tomó al azar la cantidad resultante, teniendo como unidades de muestreo finales:

Noviembre

1. Jingle Teletón 2013 'Mueve tu corazón'

Diciembre

2. Compra tu pulsera Teletón 2013 Kenia y Gerardo
3. Medios unidos Teletón 2013

Enero

4. Cuenta regresiva Teletón 2013 Madre de familia
5. Teletón 2013 bailarina Cosas Buenas Fundación TCS

Febrero

6. Historia Teletón Katherine Guadalupe Cortez
7. Historia Teletón Maritza Roxana Portillo
8. Historia Teletón José Luis Guzmán
9. Historia Teletón Carlos Uziel Alfaro
10. Historia Teletón Gilmar Iraheta

ETAPA II

Asimismo se tomó en cuenta como muestra a nueve representantes de las 37 asociaciones que componen la Mesa Permanente de Personas con Discapacidad de la Procuraduría para la Defensa de Los Derechos Humanos, y representantes del CONAYPD para realizar las entrevistas

en profundidad para contrastar los resultados de la investigación con las percepciones de manipulación, versus estereotipos.

Mesa Permanente de Personas con Discapacidad de la Procuraduría para la Defensa de Los Derechos Humanos	
Corr.	Integrantes
1	(ASADECIR) Asociación Salvadoreña del Deporte sobre Silla de Ruedas.
2	(ASF AE) Asociación Salvadoreña de Familiares y amigos de personas que padecen Esquizofrenia y otros Desórdenes Mentales
3	(ASS) Asociación Salvadoreña de Sordos
4	(CESTA) Coordinador del Programa de Personas con Discapacidad del Centro Salvadoreño de Tecnología Apropia da.
5	(COMUS) Comunidades Unidas de Usulután
6	(FMM) Fundación Manos Mágicas
7	(IEESES) Instituto Especializado de Educación Superior El Espíritu Santo
8	(LSN) Red de Sobrevivientes de Minas Explosivas y Amputadas de El Salvador.
9	(PODES) Promotora de la Organización de Discapacitados de El Salvador
10	(UFG) Universidad Francisco Gavidia
11	ACCEIS Asociación Coordinadora de Comunidades Indígenas de El Salvador
12	ACEIS
13	ALFAES Asociación de Lisiados de la Fuerza Armada de El Salvador
14	ALGES Asociación de Lisiados de Guerra de El Salvador
15	ARCAS
16	ASALDIG Asociación Salvadoreña de Lisiados y Discapacitados
17	Asociación Cooperativa de Producción Artesanal de no Videntes Santa Lucia R.L. (ACOPASANTAL)
18	Asociación Cooperativa del Grupo Independiente Por Rehabilitación Integral (ACOGIPRI)
19	Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental (ACISAM)
20	Asociación de Ciegos de El Salvador (ASCES)

21	Asociación de Padres y Familiares de Hijos/as con Discapacidad (Los Angelitos)
22	Asociación de Personas con Discapacidad de el Salvador (APDIES)
23	Asociación Nacional de Ciegos Salvadoreños (ANCIESAL)
24	Asociación Pro-Personas con Discapacidad de Cojutepeque (APRODISCO)
25	Asociación Protectora del Sordo Salvadoreño (APSSAL)
26	Asociación Salvadoreña de Rehabilitación (ASARE)
27	Avocación Pro-Hogar de Parálisis Cerebral Callejas Montalvo (HOPAC)
28	Cáritas de El Salvador
29	Catholics Relief Service.
30	Centro de Recursos Centroamericanos CARECEN Internacional El Salvador
31	Consultora Independiente Licda. Martiza Melara
32	FAMA
33	FUNCAEDES) Fundación Club de –Amigos Especiales a Distancia de El Salvador
34	Justicia y Paz
35	MAIS
36	Movimiento CUXCATÁN
37	Universidad Evangélica de El Salvador (UEES)

De las 37 asociaciones que componen la mesa permanente se seleccionaron nueve de forma aleatoria:

1. Asociación Salvadoreña de Sordos (ASS)
2. (FMM) Fundación Manos Mágicas
3. (IEESES) Instituto Especializado de Educación Superior El Espíritu Santo
4. ALGES Asociación de Lisiados de Guerra de El Salvador
5. Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental (ACISAM)
6. Asociación de Padres y Familiares de Hijos/as con Discapacidad (Los Angelitos)
7. Asociación Nacional de Ciegos Salvadoreños (ANCIESAL)
8. Asociación Salvadoreña de Rehabilitación (ASARE)
9. Asociación Salvadoreña del Deporte sobre Silla de Ruedas. (ASADECIR)

Todo este proceso se realizó en un promedio de tres meses, se realizaron las entrevistas y se analizó el contenido de los spots y cápsulas para poder recabar todos los datos de mayor importancia que fueron útiles para la investigación y cada una de las entrevistas en profundidad a

los dirigentes de las asociaciones sirvieron como insumos para un análisis profundo sobre el origen de la manipulación identificado en los mensajes emitidos por TCS en la Teletón.

3.3 Determinación y descripción de las técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se utilizaron para determinar si la Tele Corporación Salvadoreña (TCS), manipula a las audiencias a través de los mensajes difundidos durante el desarrollo de la Teletón 2012-2013 fueron dos: el análisis de contenido cualitativo y la entrevista en profundidad.

Estas dos técnicas sirvieron para adentrarse a la investigación y obtener referentes más acertados para determinar las estrategias de manipulación, marketing y comunicación implementadas por TCS en sus mensajes promocionales.

Con la técnica de análisis de contenido se descubrió la significación de los mensajes contenidos en las producciones audiovisuales difundidas por TCS durante la Teletón para dar cuenta de sus comportamientos y fines.

El análisis de contenido facilitó el camino para encontrar en los mensajes pistas ya sea de los procesos de producción, condiciones que se presentaron en el momento de la producción o sobre las significaciones que pueden desembocar en actos varios a la hora de la apropiación del mensaje, por ello que se decidió seleccionar esta técnica dado que resulta ideal para el estudio de los mensajes difundidos por TCS.

Pablo Cáceres en su obra “Análisis Cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable”, propone columnas vertebrales para la sistematización del análisis de contenido cualitativo.²⁰

- El primer paso es la selección del objeto de análisis dentro de un modelo de comunicación, es decir se debe definir una postura teórica en este caso es el paradigma de los Estudios Culturales.

- Luego de ello se procedió a dar el primer paso técnico que consistió en coleccionar los documentos o corpus del contenido, formular las guías del trabajo de análisis y establecer los indicadores que den cuenta de temas presente en el material analizado.

- El corpus de análisis está compuesto por las transcripciones de los mensajes difundidos a través cápsulas y spots, análisis técnico de las producciones audiovisuales, las entrevistas realizadas a las autoridades gubernamentales y representantes de las ong en el tema de discapacidades físicas. De lo que se trata es de obtener un contenido homogéneo que responda a criterios de evaluación precisos.

- Posteriormente en el caso del análisis de contenido se procedió a la definición de las unidades de análisis para establecer después las reglas de análisis y códigos de clasificación. Finalmente se pasó a crear categorías e indicadores de análisis para la integración final de los hallazgos.

Por otra parte, para efectos del análisis final se hizo uso de la entrevista en profundidad, la cual es más íntima, flexible y abierta. Esta se define como “una reunión para intercambiar información entre una persona u otra, quienes a través de preguntas y respuestas logran una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema”.²¹

²⁰Pablo Cáceres, Análisis Cualitativo de Contenido: una alternativa, Valparaíso, Chile, PSICOPERSPECTIVAS, 2003, Pág. 58.

²¹Roberto Hernández, Carlos Fernández y otros, Metodología de la Investigación, México, MCGRAW-HILL, 2006, Pág. 597.

Según Merton y Kendall la entrevista en profundidad debe basarse en cuatro criterios: no dirección, especificidad, amplitud y profundidad.²²

- No direccionada porque se debe procurar que las respuestas sean espontáneas o libres en vez de forzarlas o inducir las, es decir se le dará la libertad a los entrevistados de exponer de sus ideas, opiniones o percepciones del fenómeno mediático de la Teletón 2012-2013.

Especificidad debido a que se animó al entrevistado a ser lo más concreto posible, en el sentido de que el entrevistador fue el que definió el eje central de la conversación para que el entrevistado no se desvíe del tema sin que esto signifique una manipulación de las respuestas.

Amplitud ya que se indagó en la gama de evocaciones experimentadas por el sujeto, en el caso específico que el entrevistado puede aportar antecedentes o perspectivas a futuro del fenómeno en cuestión.

Y profundidad y contexto personal porque la entrevista logró sacar las implicaciones afectivas y con carga valorativa de las respuestas de los sujetos para determinar si la experiencia tuvo significación central o periférica.

Este tipo de entrevista ayudó a conocer, descubrir y reforzar elementos que la técnica de análisis de contenido no puede solventar. Con las entrevistas que se realizaron se pudo conocer la opinión de representantes de asociaciones de la sociedad civil respecto al fenómeno de la Teletón así como de la parte gubernamental, el CONAIPD.

²²Miguel Valles, Entrevistas Cualitativas. Cuadernos Metodológicos, Madrid, CENTRO INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS, 2002, Pág. 21.

3.4 Procedimiento de la investigación

Millones de dólares se recaudan año con año en El Salvador durante el evento de la Teletón, implementando diferentes estrategias para recolectar donaciones para la causa de los discapacitados. TCS y FUNTER con el objetivo de llegar a una meta preestablecida, se valen de tácticas de marketing y publicidad que a través de la construcción de los mensajes hacen que las personas se vuelquen a los bancos o puntos de referencia para donar su dinero o consumir las marcas patrocinadoras del evento, desacreditando cualquier esfuerzo realizado por entidades gubernamentales y excluyendo a las instituciones no gubernamentales que también representan a la sociedad civil en esta labor social de dignificación de los discapacitados.

En ese sentido, se seleccionó este fenómeno como objeto de estudio con el fin de determinar las particularidades presentes en los mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el desarrollo de la Teletón 2012-2013 que sirven para construir estrategias de manipulación y marketing.

Una vez definido el objeto de estudio, se determinó el enfoque teórico y el método de investigación, así como las técnicas a implementar para obtener los insumos para el estudio del fenómeno.

En este estudio se hizo uso del método cualitativo de investigación, puesto que resulta idóneo ya que busca explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus correspondientes protagonistas. La investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan.

Las técnicas cualitativas que se usaron fueron la Entrevista en Profundidad y el Análisis de Contenido Cualitativo.

Una vez listo el proyecto de investigación se procedió a implementar las técnicas por fases, en un primer momento el Análisis de Contenido para recolectar los datos y aplicarlo a las cápsulas de muestra seleccionada, y en un segundo momento la Entrevista en profundidad.

De un universo de 50 se utilizó una técnica aleatoria de selección de unidades de muestreo de las cuales resultaron elegidas 10 unidades de muestreo, que sirvieron como insumos para realizar análisis de la primera etapa y construir el cuestionario de entrevista para la segunda etapa.

De los diez spots televisivos de la Teletón, se procedió a reproducir guión técnico y literario, para tener un marco de referencia para realizar el análisis del contenido. Se elaboró un cuadro de análisis general para cada spot construido a partir de categorías en el campo de la publicidad y marketing: Estética Audiovisual (Asociación psicoemotiva), Sentimientos o Emociones, Imagen de Marca, y por el lado del Consumo Cultural, se tomará la categoría de: Manipulación (Ver Anexo 1).

Seguidamente se procedió a estudiar las muestras; luego se vaciaron los resultados parciales en un cuadro de análisis general con el fin de analizar frecuencias y significaciones del mensaje para tener los insumos necesarios para poder aplicar la técnica del análisis de contenido cualitativo que permitiera analizar en el contexto de aplicación cada una de las áreas tomadas en consideración para la elaboración de los productos audiovisuales.

El cuadro de frecuencias que se presenta a continuación contiene el acumulado de datos contabilizados por sus repeticiones en las producciones de Teletón 2012-2013. En ese sentido se estructuró bajo cuatro columnas, una de categoría general, otra de la subcategoría, el indicador y la frecuencia para poder visualizar las repeticiones de algunos rasgos del mensaje, clasificados de acuerdo a las categorías de análisis a estudiar.

Campaña Teletón 2012-2013

Frecuencia acumulada

1. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	40 tomas
		Contra Picado	4
		Subjetivo	2
	Plano	Detalle	42 tomas
		Primer Plano	140 tomas
	Fondo Musical	Música Incidental	14
	Locación	Estudio	5
		Funter	70 tomas en Funter
		Casa	255
	Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Personaje	Familiar
“Famoso”			6
Discapacitado			28

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	16
		Verbal	18
	Alegría	Kinésica	100 tomas
		Verbal	24 palabras

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	95
		Funter	4
		TCS	0
		Patrocinador- Colaborador	12
	Mención	Teletón	27
		Funter	19
		TCS	3
		Patrocinador- Colaborador	12

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	9
		Palabra Apoyar	43
		Únete	10
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	7
		Todos los discapacitados	1
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	5
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	99
		Funter como única opción	8
		Discapacitados físicos como único universo	48 Sicomotrices

Estos primeros resultados sirvieron para diseñar el instrumento de las entrevistas a profundidad, la segunda técnica cualitativa en este estudio. (Ver anexo 5)

El objetivo principal de las entrevistas fue profundizar en la percepción que tiene los dirigentes de asociaciones que velan por la protección de los derechos de las personas con discapacidad en El Salvador, ante el proyecto Teletón y su campaña promocional, percepciones e ideales para luego ser contrastadas con los resultados del análisis de contenido.

En la segunda etapa de la investigación se realizaron un total de nueve entrevistas a representantes de asociaciones de la sociedad civil que velan por los derechos de las personas con discapacidad. Esta etapa se rigió bajo términos exploratorios, basados en los resultados que se obtuvieron del análisis cuantitativo-cualitativo; no solamente se buscó generalidades y tecnicismos sino inducir a las personas a expresar sus opiniones acerca de la posición y percepción de las instituciones a las que representan ante los verdaderos fines de la campaña Teletón contrastado con comentarios sobre los resultados preliminares de la investigación brindados por los entrevistadores. De esa forma se pudo conocer el nivel de aprobación o desaprobación que tienen la sociedad civil organizada ante el fenómeno, así como las implicaciones que este tipo de campañas traen a la imagen de los discapacitados y de sus asociaciones.

Posteriormente, se procedió al análisis de los resultados de las entrevistas, a establecer inferencias, conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los objetivos que se plantearon con el estudio.

Después, se escribió el documento final que es producto de esta investigación y a la presentación del mismo.

CAPITULO IV

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 ETAPA I: Análisis de contenido de los Spots y Cápsulas difundidas en la Teletón 2012-2013 campaña

La Teletón es un evento benéfico que hace uso de los medios de comunicación de masa para difundir los mensajes promocionales con el objetivo de generar expectativa del evento, de promover la identificación de la causa y sugerir acciones; todo esto transmitido a través de mensajes que tienen como norma común elementos del lenguaje audiovisual, cuyos significados ocultos o evidentes forman parte de una estrategia.

A partir del estudio minucioso de las tomas y escenas de las producciones televisivas que forman parte de la muestra se pudo determinar que:

La categoría de análisis **estética audiovisual**, es una de las más explotadas para implementar manipulación a través de las sugerencias de mensajes y sentimiento en los montajes de las escenas y tomas. En el caso del uso de ángulos, el que predominó en las producciones es el ángulo picado con 40 tomas, en contra posición con dos tomas con ángulo subjetivo y cuatro con el uso de ángulos contrapicados (Anexo 4, categoría estética audiovisual, subcategoría ángulos) el cual fue utilizado de forma premeditada en la mayoría de tomas realizadas en personas con discapacidad y especialmente cuando estos dan sus primeros pasos, acompañado de textos que ensalzan la labor de Funter. Semióticamente el uso de ángulos picados hacen del actante un ser

inferior en la escena; si a esto se suma el uso excesivo se pueden ir evidenciando claramente mensajes ocultos dentro de la construcción de las producciones audiovisuales.

En el Jingle, el cual predominó de forma permanente en toda la campaña se utilizaron tomas combinadas de primeros planos, lo que otorgó dramatismo al rostro de los infantes protagonistas y generalmente el uso de este plano se acompañó de la implementación de tiempos disfuncionales (tiempo sostenido o cámara lenta) lo que permitía apreciar con mayor detalle las expresiones faciales. Este fenómeno se repitió en cuatro producciones más, cuyo formato era una cápsula historia de vida (anexos 1, literales F, G, H, I)

El uso de primeros planos, acompañado de los planos de detalle, permitieron la construcción de escenas cargadas de emotividad, ya que un tipo de plano servía para dar seguimiento narrativo de las historias de vida, mientras que el uso de planos de detalle servía para ilustrar la descripción del narrador sobre la discapacidad. Esta fórmula fue utilizada en el 95% de la muestra estudiada.

La utilización de los ángulos picados predominó en las producciones, acompañado de los ángulos normales, es decir a la altura de los ojos. Según los autores el uso continuo de los ángulos picados pueden generar la sensación de humillación y vulnerabilidad en los personajes; esto podría ser percibido por los televidentes.

En esta categoría de análisis se registraron en su mayoría tomas realizadas en los escenarios inmediatos al actante, donde desarrolla su actividad diaria y al lado de su círculo familiar; seguido de tomas realizadas en FUNTER, y un último plano las realizadas en estudio.

Lo anterior con claros objetivos trazados ya que la mayor parte de las tomas como lo detalla el Anexo 1 y sus diferentes literales, expresan que las tomas realizadas en las casas, o en menor grado los lugares de trabajo de las personas con discapacidad, muestran el contexto social. Sin embargo muchas de las escenas son manipuladas, por las facilidades que los escenarios prestan.

El caso específico de la infante Katherine Guadalupe Cortez (Anexo 1, Literal F), se pudo observar la clara intervención del productor cuando en algunas tomas, la niña aparece descalza caminando sobre la tierra y el lodo, mientras que en otras usa zapatos. Las tomas de los pies descalzos realizadas con tiempos sostenidos, ángulos de picado y tomas generales que permitían apreciar el escenario, mientras que la narradora en sus textos explica lo difícil que es sobre llevar un proceso de rehabilitación. De esa forma se crea una imagen lastimera de la discapacidad.

De igual forma se pudo determinar con el análisis de contenido, el cambio drástico, con el uso de música incidental acompañado de los textos de los actantes. Cada que los personajes de las historias de vidas iniciaban la narración de lo que ellos “sufrían” con su discapacidad o explicaban lo doloroso que es para ellos el sufrir el proceso de rehabilitación, los fondos musicales cambiaban, con el factor frecuente de melodías tristes, mientras que cuando se realizan tomas de las instalaciones de Funter, y de los niños rehabilitándose, la música de fondo cambia drásticamente a algo más apacible.

En cuanto al uso de los personajes: Se registraron cuatro fenómenos interesantes; el uso de jóvenes, como redentores de la discapacidad; la utilización de la figura materna como narradora y desencadenante de la lástima, el uso de discapacitados menores de edad y los “famosos” como solicitantes de donación.

En el caso del video himno del evento, se hizo uso de decenas de jóvenes, radiantes de alegría y felicidad (Anexo 1 A), acompañado de tomas alternas de niños discapacitados y los textos

vertidos denotaban claramente que el público meta para realizar la donación hoy por hoy, es el sector joven, explicando que si “quieren a El Salvador” deben de ser los entes de cambio a través de la vía teletón, para la rehabilitación de “los salvadoreños discapacitados”.

Por otra parte, en el caso de Maritza Portillo, fueron sus amigas, (más jóvenes que ella en edad) las que le incitaron a cumplir su más anhelado sueño, que es rehabilitarse en Funter.

En este sentido, se pudo observar que la presencia de personas mayores, al momento de invitar a la donación o de formar parte de un cambio, no figuraba en ninguna de las producciones.

La figura materna como narradora y desencadenante de lástima (Anexos 1. C, F, H, I, J). Son el punto conductor de las historias, y de la narrativa, describen, explican a detalle el proceso de sus hijos, o familiares. En determinados se convierten ellas mismas en “víctimas de la discapacidad”, puesto que deben de sacrificar su tiempo y dedicarse íntegramente al proceso de recuperación de los infantes. En ese sentido, es importante recalcar que el uso de la figura materna, lleva amarrado siempre el llanto y el dolor en las tomas realizadas.

Otro elemento importante a destacar que más del 60% de los personajes son discapacitados (Anexo 4, Grafico 4) y la mayoría de ellos padecen de discapacidades físicas, lo que convierte a los infantes como personajes principales de las historias pese a que sus participaciones en tiempo, son menores que la de sus padres o famosos, puesto que en un determinado momento se convierten en un elemento ilustrativo de la narración. El uso de la imagen de los mencionados, en la mayoría de tomas, son utilizados para mostrar sus dificultades para realizar algunas actividades. Esto combinado con los escenarios, muchas veces precarios, suman una carga

significativa grande que pueden inducir a la lástima, y como un objetivo final a la donación de los televidentes a través de las diferentes vías habilitadas para realizarlo.

Finalmente la implementación de la figura de personajes reconocidos en la palestra pública de los espectáculos como cantantes, presentadores de noticias, telerevistas y otros connacionales, son la vía ideal para solicitar las donaciones directas como el caso ya citado del Jingle de la campaña, o como el video “Compra tu pulsera Teletón 2013” en el que dos presentadores de televisión explica que si no se tiene una pulsera no se está a la moda (nuevamente dirigiéndose al sector joven de la población) y que al mismo tiempo ayudan a colocar la sonrisa de muchos niños.

En la categoría de **análisis sentimiento y emociones**, se logró determinar que la forma frecuente para expresar el sentimiento “tristeza” fue a través de las narraciones de los actantes en las producciones con el uso de palabras que denotativamente o connotativamente expresaban ese significado, mientras que en un segundo plano, era evidenciado por gestos o expresiones de las personas.

En esa misma categoría de análisis el sentimiento “alegría” se manifestó de forma evidente en las escenas de rehabilitación de los niños, quienes expresaban en sus rostros sonrisas, cuando en la narración explicaban el proceso de rehabilitación, pese a que, dichos gestos pudieron estar descontextualizados, ya que no se escuchaban los audios ambientes reales en los que fueron filmados.

La categoría de análisis **Imagen de Marca** fue claramente posicionada con las repeticiones diarias que desde el inicio de la campaña Teletón, tuvo el Jingle. En suma, dentro de las producciones estudiadas se contabilizó un uso total de 95 apariciones del logotipo Teletón

versus 4 de Funter y 12 de patrocinadores; mientras que en menciones, 27 para Teletón, Funter 19, TCS 3 y patrocinadores 12.

El uso de los logotipos de Teletón fue realizado en conjunto con imágenes de niños discapacitados, quienes eran ellos mismos los portadores de la imagen de marca del evento. La mayor parte del uso del logotipo se realizó en el jingle de campaña. A diferencia de las menciones que fueron realizadas por famosos, quienes al mismo tiempo solicitaban la donación.

Por otra parte estaba el uso del logotipo de Funter, el cual apareció pocas veces, sin embargo las menciones fueron varias, ya que las madres de familia o narradores al hacer mención del lugar “idóneo” para la rehabilitación hacían memoria de la institución.

En un tercer plano se encontraba el posicionamiento de marca de las empresas colaboradoras. Un número relativamente bajo, pero comparado con las repeticiones en televisión podría igualarse o superar el posicionamiento de marca de Teletón, sin embargo las diferentes retransmisiones no fueron punto central de estudio de la investigación.

La categoría de análisis “**manipulación**” fue una de las cuales se pudieron obtener interesantes y reveladores datos. Esta estaba dividida en las subcategorías: Donativo, Generalización de la Discapacidad, Sugestión y Estereotipo de la Discapacidad.

La primer subcategoría “donativo” no fue literalmente utilizada, sin embargo, el uso de palabras en el guión literario como donar, apoyar y unirse, pronunciado por los personajes de los videos como niños discapacitados, madres de familia y famosos fueron el marco de referencia para determinar que:

La búsqueda de “apoyo” era uno de los objetivos principales de la campaña, acción que no fue definida, sin embargo al estudiar la utilización de esta palabra con el resto del contenido y el

contexto de uso, como lo versa el Anexo Uno, I, numeral 20; “No solo la terapia, sino que amistad y consuelo y apoyo juega un papel muy importante en la rehabilitación de una persona”. El apoyo claramente en este tipo de eventos está volcado hacia la donación o consumo de las marcas amigas.

Asimismo, la donación directa y la unión entre los salvadoreños, formaba parte del mensaje, todo ello para lograr la meta monetaria establecida.

Otro elemento importante en esta categoría de análisis era determinar si existía algún tipo de generalización en los diálogos respecto a la discapacidad. Se pudo determinar que se hacía uso de frases como “todo el salvador”, “todos los niños” para hacer referencia a los discapacitados de Funter, (anexo I, A; Anexo I, F, numeral 14) lo que podría influenciar a creer que con la donación a Funter, todos los discapacitados de El Salvador se ven beneficiados.

Otro punto importante de esta categoría radicaba en la construcción de un estereotipo de discapacidad a través de los mensajes difundidos por los spots y cápsulas de la Teletón.

Se analizó el contenido de los mensajes y se determinó que el uso de escenarios y de palabras que connotan pobreza, predominan en el mensaje, por lo que se construye la idea que las personas que frecuenta Funter, y los discapacitados en si padecen de pobreza extrema, además de provenir de familias disfuncionales, en el que solo la madre hace las veces de jefe de familia (determinado también por la ausencia de la figura paterna en los testimonios). Lo que les hace acreedores casi obligatoriamente del apoyo de las personas a través de la vía de la donación en el telemaraton.

Por otra parte, se determinó que se construye el estereotipo mediático que las únicas personas con discapacidad y dignas de ayuda son las personas que sufren algún tipo de discapacidad

física, ya que del 100 por ciento de los discapacitados presentes en la muestra de estudio solamente una niña padece otra anomalía diferente a la descrita. En este sentido se genera nuevamente discriminación hacia el resto de discapacitados de El Salvador.

Otro de los hallazgos importantes a recalcar es el uso de palabras en los diálogos que atañen al espíritu nacionalista de los jóvenes. Expresando que “si tú quieres a El Salvador” (Anexo I, A) debes de apoyar a la causa Teletón.

Así mismo se descubrió que en el jingle principal de la campaña, la utilización de la palabra milagro junto a la combinación de la imagen de la iglesia de Santa Ana y la figura de personajes jóvenes era repetitivo. Esto se podría entender con el mensaje que son los jóvenes los encomendados para materializar el milagro, y de esta forma, la misma providencia divina estará complacida con las acciones. Los beneficiados del “milagro” son mostrados entre tomas rápidas, los cuales son niños en sillas de rueda dentro de Funter.

Finalmente se plantea en varias ocasiones a Funter como una única vía de rehabilitación, pese a que existen una gran cantidad de asociaciones en El Salvador, que velan por los derechos de las personas con discapacidad. Al realizar este tipo de aseveraciones se realiza una exclusión al esfuerzo del resto de la sociedad civil organizada por salvaguardar los derechos de este sector de la población.

4.2 ETAPA II: Entrevista en profundidad a Asociaciones de la sociedad civil que componen la Mesa Permanente para la Defensa de los Derechos de las Personas con Discapacidad de la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos (PDDH).

La Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos (PDDH) tuvo la iniciativa de integrar la Mesa Permanente para la Defensa de los Derechos de las Personas con Discapacidad, como un espacio de diálogo, interlocución, análisis y propuesta sobre los derechos de las personas con discapacidad en El Salvador. La Mesa Permanente está conformada por 37 asociaciones de la sociedad civil, las cuales realizan distintos esfuerzos destinados a incidir en las políticas públicas, de manera que se refleje en las mismas la importancia de la inclusión de la población con discapacidad.

En virtud de lo anterior, se tomó en cuenta como muestra de análisis a un total de nueve instituciones que conforman la antes mencionada para poder conocer la postura de los involucrados ante el tema central de esta investigación.

Se elaboró un instrumento compuesto por trece ítems basado en los resultados de la primera etapa de la investigación (Anexo 6), de los cuales se desglosan los siguientes resultados:

En la interrogante **¿Cómo definiría la discapacidad?**, la mayoría de las asociaciones opinaron que la discapacidad es una limitante de la interacción entre las deficiencias de una persona con las barreras que esta persona con deficiencias encuentra en el entorno, sea esa barrera de carácter actitudinal, económica, arquitectónica, de comunicación o de cualquier índole. Es importante destacar que la mayoría de asociaciones entrevistadas tienen conceptos personalizados de la discapacidad desde su especialidad en atención como lo mencionó Emma Flores de Walker,

Directora de la Asociación Salvadoreña de Sordos (ASS) (Anexo 6, Literal F); sin embargo todas coinciden en que existen aún discrepancias para la definición precisa, pero el término debe de estar regido bajo un paradigma de Derechos Humanos, puesto “todos somos iguales”.

En la interrogante **¿Qué opinión merece para ustedes el fenómeno mediático de la Teletón?** ocho de nueve asociaciones desaprobaron el fenómeno mediático expresando que es una actividad de carácter político, mercantilista y exclusivo ya que solamente atienden al sector de discapacitados físicos y no a los otros sectores como los discapacitados mentales, auditivos, visuales. Además manifestaron en sus respuestas que la Teletón no tienen una labor de sensibilización y promoción de derechos para las personas con discapacidad, es más; aseguraron que se victimiza y quienes se benefician muchas veces son la empresa privada. Sin embargo la asociación que expresó aprobar a la Teletón explicó que si no existiese FUNTER, estos discapacitados significarían una carga para el resto del aparataje de rehabilitación (Anexo 6 Literal B).

En la pregunta **¿Validan la labor ejecutada de FUNTER desde la perspectiva de instituciones garantes de velar por los derechos de las personas con discapacidad?** explicaron que no les aprueban porque excluyen a diferentes sectores de la población con discapacidad, así como no existen mecanismos para poder generalizar los servicios a toda la población, ya que sus procedimientos para hacerse acreedor de los beneficios son burocráticos. Además agregaron que es un doble esfuerzo, ya que el Gobierno tiene a la disposición de la población el Instituto Salvadoreño de Rehabilitación de Inválidos (ISRI) y sería mejor que los fondos donados a la causa Teletón, se destinaran para optimizar la labor del Instituto gubernamental.

Las Asociaciones entrevistadas al ser cuestionadas sobre **¿A qué atribuyen el éxito que ha tenido la Fundación Teletón pro-rehabilitación en el país?** aseveraron que el éxito radica en las megacampañas de publicidad que se despliegan en los medios de comunicación de mayor alcance en el país, principalmente en la cadena TCS. Agregado a ello explican que el éxito puede radicar en el formato del programa teletón y la réplica de fórmulas aplicadas en países como México, lo que les ha llevado a exportar talentos para los eventos y así poder tener mayor impacto en las audiencias. Así mismo el uso de niños para las campañas, la desinformación de la población y el nuevo reenfoque para el sector juvenil al cual recurren para realizar la promoción de campo de la campaña.

¿Cuál creen que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación? Las asociaciones consideran que este imaginario radica en la desinformación de los televidentes, ya que no conocen otras iniciativas de la sociedad civil o del mismo Gobierno. Asimismo explicaron que la institución más conocida por su labor de rehabilitación entre las personas de escasos recursos era el ISRI y que Funter era excluyente ya que poseen aranceles para los tratamientos.

¿Cree que en el fenómeno de la Teletón se generaliza la ayuda que se brinda a las personas con discapacidad? Los entrevistados de las asociaciones de la muestra estiman que se generaliza la ayuda que se brinda a las personas con discapacidad, es decir que dentro de su discurso no realizan la aclaración que atienden solo a la discapacidad física, asimismo explicaron que no pueden generalizar que apoyan a todos los discapacitados, ya que existe un sector no privilegiado que no posee los fondos para poder pagar las terapias ofertadas.

¿Consideran que la Teletón ha venido a opacar la labor que realizan las diferentes organizaciones de la sociedad civil? Los representantes de las asociaciones aseguran que no se ven opacados por la labor que Funter realiza ya que cada una de ellas tiene su rubro de trabajo diferente y no se podrían ver afectados. Sin embargo si explican que Funter, gracias al apoyo que reciben de la empresa privada poseen óptimas condiciones para prestar su servicio, razón por la cual, no es competencia pero si poseen mejores condiciones económicas que les permiten posicionarse ante la opinión de las personas.

¿Qué opinan del apoyo que recibe la Teletón de empresas privadas? Se realizó la consulta sobre la opinión que tienen sobre el apoyo que recibe Funter de la empresa privada, a lo que respondieron que Funter es una empresa privada con razón social, por lo que reciben grandes cantidades de aportes de las empresas, siempre y cuando éstas tengan una retribución, ya sea publicitariamente o fiscalmente. Asimismo explicaron que el método de solicitud de donación no es erróneo, siempre y cuando esta sea bien canalizada en pro de la integridad de las personas con discapacidad, la defensa y promoción de sus derechos.

¿Creen que el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación en el tema de discapacitados y delegando responsabilidades en organismos privados como lo es Funter?

Se cuestionó sobre si el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación en el tema de discapacitados y delegando responsabilidades en organismos privados como lo es Funter, explicaron que durante mucho tiempo, se había relegado a este sector de la población sin embargo con la llegada del primer gobierno de izquierda se ha visualizado un panorama positivo, en el marco de la gestión de la Secretaria de inclusión y el Ministerio de Salud Pública de El

Salvador, con la implementación de programas que si velan por la inclusión y defensa de derechos a las personas con discapacidad.

Cómo evalúan la participación de personas con discapacidad en la Teletón ¿piensan que la imagen de las personas con discapacidad es explotada de una forma intensiva en la campaña de este evento? En cuanto a la imagen de las personas con discapacidad y su utilización o explotación de una forma intensiva en la campaña del evento, los representantes de las asociaciones explicaron que sí, es explotada, ya que se hace uso de la figura de niños discapacitados para causar lástima y manipular a la población, no resaltando las capacidades y realizando una labor inclusiva de la imagen de las personas con discapacidad para poder reivindicar a este sector. Sin embargo algunas asociaciones consideraron correcto el uso de la imagen bien utilizada ya que podría servir como vehículo para la aceptación de las personas con discapacidad en la sociedad.

¿Cree que se está creando un estereotipo de la discapacidad en El Salvador, como el que solo las discapacidades físicas son discapacidad? Al ser interrogados sobre si se está creando un estereotipo mediático de la discapacidad a través de la campaña teletón, estimaron que sí, ya que solamente se hace uso de la imagen de personas con discapacidad física, lo que al final desinforma, ya que tanto personas con problemas auditivos, visuales o mentales forman parte del sector discapacidad.

¿Valoran que existe manipulación en las audiencias para que contribuyan a la causa de la Teletón? al consultar que si pensaban que existía manipulación ocho de nueve contestaron que si explicando que se trata de “campañas obviamente muy bien asesoradas por publicistas que siguen la lógica de lo que se puede vender eso está claro y un niño o una niña con síndrome down con la cara feliz es más fácil vendible que un niño para decir algo con secuelas de grave que está babeando que tiene ataques para toser, con movimientos a tácticos, etc, etc” (Anexo 6, C) y esta manipulación se ve evidenciada “desde que arranca la campaña, que la pulserita, que

mire, que el niño ahí riéndose, que lo sacan en las vallas, en la misma televisión, en todos los medios, entonces, es así.” (Anexo 6, D).

En esta etapa también se consultó al Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad (CONAIPD) con el objetivo de conocer el marco legal que regula el uso de las imágenes en El Salvador, para salvaguardar los derechos de este sector poblacional.

Ante ello, representantes de esta institución pública (Anexo 6, F) explicaron que el CONAIPD es un ente que no puede ejecutar sanciones, sino que son el ente rector en materia de derechos de personas con discapacidad, es decir, tiene una figura, similar a la de la Procuraduría de Derechos Humanos solo que especializada en el tema de derechos de personas con discapacidad.

Asimismo aseguraron que lastimosamente en el país no se cuenta con datos exactos de cuánta población con discapacidad hay, sin embargo a raíz de un convenio que se realizó con el registro nacional de las personas naturales, “a abril de este año nos han dado un resultado de que personas mayores de dieciochos años que ellos tienen inscritos refleja un total de 254 mil 222 personas con discapacidad, claro es de tomar en cuenta que hay un margen de error, porque no es un censo específico y no está la población menor de dieciocho años”, explicaron.

Hay datos como el del censo de la población de 2007 que refleja que el 4% de la población sufre discapacidad, un aproximado de 235 mil, es mucho menos que el otro.

Además del uso incorrecto de la imagen mediática de las personas con discapacidad los representantes del CONAIP aseguran que no es adecuado el uso de primeros planos, en tanto en la parte de la discapacidad, o en apoyos técnicos, porque el enfoque que se realizara es hacia la persona es de degradación y humillación. También es importante el uso de terminología adecuada, porque si no se hace uso de la terminología adecuada, para no hacer referencia a los

paradigmas que están desactualizados, o que en alguna forma son peyorativos y atentan contra la dignidad de las personas con discapacidad.

CONCLUSIONES

La campaña Teletón dentro de sus operaciones logró difundir cuatro tipos de manipulación: Manipulación de marketing, Manipulación psicoemotiva, Manipulación estereotipada y Manipulación ideológica; todas ellas orquestadas para el funcionamiento de las estrategias de campaña.

La manipulación de marketing, es una de la más evidentes dentro del discurso audiovisual ya que se aplica a través del posicionamiento de la marca Teletón, por medio del uso excesivo de su logotipo y menciones con el fin de figurar dentro del imaginario de las personas como una fundación sin fines de lucro, pese a que se ven claramente beneficiados de los ingresos recaudados durante todo el evento.

La Mercantilización de la Lucha de las personas con discapacidad es otro elemento importante de la manipulación de marketing de la campaña Teletón puesto que se posicionan como una única alternativa viable para la rehabilitación de las personas con discapacidad. Manejan en su discurso el tener acceso completo a todos los discapacitados del país, generalizando la misma conceptualización de discapacidad sin diferenciar entre los tipos de discapacidades; proyectándose así como una institución única que abanderará los beneficios en pro del cumplimiento de los derechos humanos de dicho sector.

La Manipulación de Marketing se realiza al presentar el producto en venta. Más allá de los servicios, se presentan a los beneficiados con sus ofertas a través de un cromó publicitario que exige un vocabulario adecuado para sus objetivos como el uso insistente de la palabra esperanza, donar, apoyar; todo ello acompañado al unísono de una excelente redacción de textos, una óptima selección de colores esperanzadores y tonalidades grises.

Aunado a lo anterior, el uso de imágenes inapropiadas para la visualización social de los discapacitados y apropiada para los objetivos perseguidos que victimizan y estigmatizan a las personas con discapacidad. El canal de difusión para tener mayor impacto: la Tele Corporación Salvadoreña, tiene una cobertura a nivel nacional a través de cuatro canales y un buen número de medios de comunicación radiales, además medios escritos se prestaron al juego manipulador de este oscuro proyecto de forma tal que los objetivos pudieran cumplirse en todo los aspectos de manipulación antes mencionados.

Otro elemento que se concluye es que la campaña está redireccionandose hacia otro público generacional. Se proyecta hacia un público joven como meta para poder perpetuar el show mediático y televisivo, por ser más vulnerables a una manipulación que el resto de la sociedad civil mayores de 30 años, quienes han vivenciado un buen número de teletones, por lo que la credibilidad al proyecto de este sector se ha visto en disminución.

Ante esto la estrategia se dirige a un nuevo grupo de donantes potencialmente productivos y altamente manipulables por el alto consumo de audiovisuales que realizan a través de los medios de comunicación, redes sociales o incluso como espectadores de la gala principal.

En los spots se muestra la forma de cómo realizar la donación, lo que deja en evidencia el gran objetivo manipulador empresarial de toda la campaña que es el posicionamiento de la gran empresa Funter y de las marcas participantes que definitivamente siguen esta lógica porque deben de recibir algún beneficio.

En cuanto a la **Manipulación Psicoemotiva**, se convierte en el punto de convergencia para el buen funcionamiento de la campaña y el punto de lanza para poder manipular en todos los aspectos.

Los anuncios publicitarios o spots que conformaban el conglomerado de la campaña Teletón 2012-2013 no solamente mencionaban los beneficios y características que ofrece Funter sino que debían buscar la forma de generar interés en el auditorio y hacer memorables los anuncios, por lo que el trabajo creativo se enfocó en la manipulación psicoemotiva, es decir en canalizar a través de los elementos del lenguaje audiovisual la lástima hacia las personas con discapacidad, para que posteriormente esta sensación se transforme en donaciones.

Las producciones audiovisuales de la Teletón, tanto cápsulas como spots, implementan el uso de ángulos picados para agregar dramatismo a las tomas; el uso de las mismas resaltan siempre la discapacidad otorgando un significado humillante para el actante en el encuadre. Asimismo, hacen uso de primeros planos para dar seguimiento narrativo a las diferentes historias de vida con la finalidad de poder capturar las diferentes expresiones de los rostros de los actantes, así como las muestras de sensibilización como lágrimas y llanto. También realizan la alternación de estos ángulos picados junto a los ángulos contrapicados para dar dinamismo a las tomas en conjunto a los textos narrados que finalmente desembocan en significados más grandes como que Funter realiza una labor altruista, que tiene una razón social, que vela por evitar el sufrimiento de las personas y lucha por generar sonrisas en las personas con discapacidad. Esta premisa es nuevamente percibida por la audiencia para lograr una identificación con los diferentes casos expuestos y lograr impactar desembocando una acción, ya sea esta económica, ideológica o del imaginario cultural sobre la concepción del trabajo de la discapacidad en El Salvador.

La Teletón presenta imágenes de personas con discapacidad durante su transmisión y por medio de entrevistas e historias de vida se dan a conocer sus casos. Se muestran sus carencias, los problemas a los que se enfrentan, la discapacidad que tienen, las características de su

discapacidad y una serie de factores que conjuntándolos crean un estereotipo sobre las personas con discapacidad; el cual no colabora a la concientización que la población debe tener ante un sector social tan grande como los discapacitados. Estos estereotipos son construidos a diario a través de los imaginarios de las personas.

Por otra parte, son los niños o sus madres los encargados de realizar el llamado a las audiencias a donar y a su vez son también los portadores de los logros de Teletón o de la fundación FUNTER. Casi siempre eran imágenes de niños con discapacidades físicas los que aparecían solicitando la ayuda, imágenes que fueron acompañadas de recursos técnicos y del lenguaje audiovisual que permitían apreciar los rostros de los niños felices o tristes dependiendo del contexto en el que se realizará la solicitud.

El uso de estas muestras de felicidad o tristeza se utilizaba en contextos establecidos pero los cuales podrían ser descontextualizados a la hora de la edición. El objetivo principal era transmitir la idea que los discapacitados felices son los que reciben un tratamiento en Funter, a su vez los niños causan en la audiencia mayor impacto que un discapacitado de una edad promedio. Asimismo las imágenes en que se mostraban la tristeza de los personajes fueron acotadas siempre en contextos en el que se explicaba el proceso de rehabilitación de las personas antes de aplicar a su tratamiento en FUNTER.

Las implicaciones directas de la Manipulación psicoemotiva se ven en manifiesto en la Manipulación estereotipada y la ideológica.

La Manipulación Estereotipada. Tal como lo mencionan los teóricos de los Estudios Culturales, quienes afirman que esta corriente teórica aborda las relaciones generales entre el orden social de una sociedad y su cultura, reconociendo el papel central de los medios de

comunicación de masas en la distribución y diseminación de significados sociales. Por consecuente, son los medios de comunicación los responsables de la construcción social de imaginarios y de perfiles humanos.

En ese sentido, la Teletón 2012-2013 crea estereotipos claros, es decir ideas sociales que plantean que:

- Las personas con discapacidad son únicamente y exclusivamente de escasos recursos, que vienen de áreas rurales, que la discapacidad es únicamente la física; excluyendo dentro de la imagen social que transmiten a las personas con discapacidades sensoriales, auditivas, visuales y mentales.

- La campaña Teletón construye la idea social del papel abnegado de las madres ante la discapacidad de una persona, proyectando que ellos no se pueden valer por sí solos, los que les hace merecedores de lástima y caridad de la población; en algunos casos la disfuncionalidad de la familia es realzada como factor común.

- La campaña muestra a los discapacitados como sujetos con escasos recursos económicos, por quienes hay que tener lástima, como personas dependientes de alguien más, que no pueden realizar las mismas actividades que cualquier otra, con “impedimentos” físicos como la falta de algún miembro del cuerpo, o con alguna disfunción corporal que no les permite desempeñarse como cualquier otra persona.

- En ese mismo sentido también se construye el imaginario que los discapacitados son única y exclusivamente niños pese a que según datos manejados por el CONAIPD son 254 mil personas mayores de edad aproximadamente poseen algún tipo discapacidad.

Estos estereotipos pueden traer consecuencias sociales que pueden entorpecer el desarrollo que los diferentes gobiernos e instituciones realizan para concientizar a la población sobre el buen

uso del lenguaje inclusivo y la eliminación de todo estigma o forma de exclusión hacia las personas con discapacidad, ya que Funter en lugar de sumarse a esos esfuerzos revierte los adelantos con sus campañas publicitarias exhaustivas y masivas.

Finalmente, la **Manipulación Ideológica** se manifiesta a través de las implicaciones que trae consigo la creación de los estereotipos antes mencionados, aunado a otros elementos ocultos en el mensaje de los spots y cápsulas de la campaña.

Un elemento ideológico imperante es la invisibilización de la labor realizado por el resto de la sociedad civil y el mismo Estado en el tema de discapacitados, ya que al colocar la premisa que Funter es el mayor referente en la lucha por la rehabilitación de este sector de la sociedad se excluye la labor gubernamental y de la sociedad civil. Al hacer se realza la labor “inigualable” de Funter.

Las consecuencias de una campaña con un enfoque capitalista que persigue únicamente los intereses hegemónicos de la gran empresa y el gran capital desestiman la labor de concientización que por años el Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad (CONAIPD) ha realizado, independientemente del gobierno que represente su dirección.

Lo que quiere decir, que sus objetivos no son políticos, sino plenamente obedecen a la empresa privada y la monopolización de la rehabilitación; puesto que aunque las relaciones sociales están reguladas por el factor económico en este tipo de campañas e iniciativas sociales.

Asimismo entorpecen la captación de donantes nacionales o de adeptos al resto de asociaciones de la sociedad civil que luchan por las mismas causas pero en diferentes tipos de discapacidad, creando la idea que son los discapacitados físicos los dignos de lástima y de donaciones; no

mostrando el desarrollo social de estas personas que no son diferentes al resto, sino que tiene que realizar las labores cotidianas de otra forma por la discapacidad que tienen.

La campaña Teletón no solamente presenta imágenes con significados evidentes sino que hace uso de ocultamiento de imágenes que connotan el significado real que persigue a través de sus objetivos de campaña. Uno de los grandes usos de la manipulación a través de las viejas técnicas de ocultamiento en la campaña en estudio fue en el jingle de identificación, el cual además formó parte de la pauta permanente de toda la campaña y no se limitó a transmisiones diarias.

Con el análisis de contenido de esta muestra se logró determinar que el significado social del apoyo a la Teletón se traduce como una auto colaboración y pago de cuota moral lo que permite salvaguardar su futuro, religiosamente contemplado en el cielo, al realizar “caridad”. En este punto se logra evidenciar la dimensión social de la manipulación en términos del abuso de poder por las élites simbólicas que tienen acceso preferencial al discurso público y manipulan grupos de personas a favor de sus propios intereses y en contra del interés de las audiencias, utilizando el principio teológico para infundir miedo u ofrecer beneficios que se pueden obtener al aportar a la causa Teletón.

La campaña Teletón se valió del espíritu nacionalista de las personas implementando un lenguaje pluralista, incluyendo a cada uno de los salvadoreños, explicando que las personas que aman a El Salvador deben de amar la causa teletón y que de no realizar donativos o apoyar la causa no se amaba realmente el país. Aspecto que socialmente tuvo impacto si se toma en cuenta el uso de los colores de la bandera y otros que apoyaban la idea en mención.

El modelo estratégico de la Teletón resulta ser exitoso en términos de marketing puesto que logran sus objetivos económicos, sin embargo en la búsqueda de lograr estas metas, olvidan la dignidad de las personas, su honor y sus derechos.

La Tele Corporación Salvadoreña como canal de difusión de los mensajes de la campaña Teletón; a su vez transmite mensajes implícitos y ocultos que le permiten figurar como una institución solidaria y altruista, ocultando los verdaderos objetivos de su colaboración que es un posicionamiento mediático (hegemonía de medios) que le permite dar pasos gigantados hacia el empoderamiento del capital y por consecuente la invisibilización del resto de medios que promueven las buenas practicas comunicativas en el tema de la discapacidad.

RECOMENDACIONES

- Otras investigaciones futuras a realizarse respecto al tema, pueden basarse en esta investigación como fundamento inicial para poder analizar la manipulación aplicada a la recepción y no al mensaje y su contenido.
- Pese a que no era motivo de estudio de esta investigación el apego a las normativas éticas y morales del uso de las imágenes y el respeto de los Derechos Humanos como la imagen propia, la dignidad y la honra, el Estado salvadoreño debe de contemplar este rompimiento de estos derechos inherentes de las personas con discapacidad, y ver la forma de implementar modelos de regulación de las imágenes malintencionadas de este sector en los medios de comunicación.
- Los medios de comunicación deben de acatar las observaciones del CONAIPD como consejo que sugiere el uso correcto de un lenguaje inclusivo, para su respectivo uso a la hora de emitir mensajes.
- Que se establezcan diferencias a la hora de referirse a cada sector de la población con discapacidad, sin generalizar ni en encasillar a todos dentro del concepto de “discapacitados”.
- Una mayor promoción y difusión de la labor de las diferentes asociaciones de la sociedad civil que defienden los derechos de las personas con discapacidad.
- El Estado salvadoreño, junto a las diversas asociaciones que velan por el cumplimiento de los derechos de las personas con discapacidad y los diferentes medios de comunicación masiva, deben promover estrategias de sensibilización en el tema de discapacidad, dirigidos a los diferentes sectores de nuestro país para provocar cambios culturales.
- Que en los spots y capsulas de la Teletón que transmite TCS y en los espacios que se hace en los diferentes medios de comunicación del país al tratar el tema de discapacidad, no solo se

hable de las dificultades que atraviesan las personas con discapacidad sino también difundir las capacidades y potencialidades que desarrollan con el objetivo de derribar los mitos y prejuicios de que son objeto.

- Tanto la Teletón como los diferentes medios de comunicación del país deben de eliminar la presentación de una imagen estigmatizada del discapacitado y respetar lo que dicta la Convención sobre los Derechos de las personas con Discapacidad en su artículo 22 sobre el respeto a la privacidad, honor y reputación de los discapacitados.
- Pese a los esfuerzos realizados en el tema de discapacidad de parte del Estado salvadoreño, este de asumir un papel más activo y no sólo solidario en el tratamiento de la situación; propiciando valores éticos y morales para hacer cumplir los derechos humanos, la justicia social y la equidad que dignifiquen la condición humana y mejoren la calidad de vida de las personas con discapacidad.

DOCUMENTOS CONSULTADOS

Libros

- BARBERO Martín, *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, CONVENIO ANDRÉS BELLO, 1998, pp.351.
- CANCLINI, Néstor,(coord.). *El consumo cultural en México*, México DF, CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y EL ARTE, 1993, pp.414.
- FERGUSON-GOLDING Marjorie - Peter, *Economía Política y Estudios Culturales*, Barcelona, BOSCH, 1998. pp.405.
- GÓMEZ Fecé. *El circuito de la cultura. Comunicación y cultura popular*, Barcelona, UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUÑA, 2000. pp.456.
- HERNÁNDEZ Roberto, Carlos y otros, *Metodología de la Investigación*, 4ta edición, México, MCGRAW-HILL, 2006. pp.170.
- MENDOZA Roberto. *Casos de éxito en marketing*, México DF, MC GRAW HILL, 2007. pp.182.
- PELTON Lou. *Canales de Marketing: un enfoque de administración de relaciones*, Primera edición, México DF, MC GRAW HILL. pp.580.
- RABKIN William, *The Long Revolution*. Londres, London, Penguin Books, 1965. pp.399.
- WOLF Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, PAIDÓS, 1987. Pp.318
- ZECHETO Victorino. *Comunicación y actitud crítica*, Buenos Aires, PAULINAS, 1986. pp.182.
- ZUNKEL Guillermo. *Consumo Cultural en América Latina*, Santafé de Bogotá, CONVENIO ANDRÉS BELLO, 1999. pp.539.
- VALLES Miguel. *Entrevistas Cualitativas. Cuadernos Metodológicos*, Madrid, CENTRO INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS, 2002. pp.195.

Revistas

- CÁCERES Pablo. “Análisis Cualitativo de Contenido: una alternativa”, Revista Psicoperspectivas, Chile, VALPARAÍSO, vol 2 n°1, septiembre2003, pp. 53-81.

ANEXOS

ANEXO 1

Guión Técnico y Literario de las muestras seleccionadas.

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013”

Guión Técnico y Literario A

Campaña Teletón 2012-2013			
Jingle Teletón 2013 'Mueve tu corazón'			
01 Nov/12			
2'12"			
Spot/Jingle; pauta permanente de campaña			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Entra Pista Canción	Escenario: Fuentes Beethoven, San Salvador Logos de Funter animados Angulo Normal	Esta producción representa el tema lema de la campaña. La selección en esta escena de las fuentes Bethoven es utilizada para carácter estético, ya que permite el uso adecuado del logotipo animado para la interacción con los actantes del video musical Seguidamente se realizan tomas de una niña discapacitada, en las instalaciones de Funter, haciendo uso de ángulos picados y primeros planos, los cuales otorgan dramatismo al rostro de la niña que no sonríe sino que aplaude. La toma fue realizada en tiempo sostenido, a diferencia de las tomas realizadas a las personas sin discapacidad. La utilización de logotipo y niños discapacitados, para vincular la imagen de la institución y cuáles son sus beneficiarios principales
		Escenario: Funter Angulo Picado Primer plano de niña discapacitada aplaudiendo	
		3 Planos de detalles de niños discapacitados	

2	<p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón</p> <p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.</p>	<p>Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo normal Planos medios bailarinas crash</p>	<p>Al inicio de la canción el audio incita a una acción (moverse) que más tarde se repite en el resto del audio. Los actantes que invitan a moverse son jóvenes sonrientes y con muestra de energía grandes.</p>
<p>Escenario: Catedral de Santa Ana exterior Plano tres cuartos de cantante Angulo Normal</p>			
3	<p>Vamos todos juntos, palpitando de emoción</p> <p>Ayudando a El Salvador.</p>	<p>Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo normal Planos medios bailarinas crash</p>	<p>La letra la canción invita a la unión de todos los televidentes para ayudar, a “El Salvador” combinando logotipos Funter, en todos los globos que sostienen los niños discapacitados, acotando de esta manera, que si ayudas a Funter, ayudas a todos los niños discapacitados de El Salvador. Se mantiene el mensaje transmitidos por jóvenes haciendo la invitación, bailando y gritando.</p>
<p>Escenario: Catedral de Santa Ana exterior Plano tres cuartos de cantante Angulo Normal</p>			
<p>Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo normal Niños discapacitados en sillas de rueda, globos con logo Funter Plano general</p>			

4	Vamos todos juntos, con el milagro de amor al ritmo de esta canción	Escenario: Catedral de Santa Ana exterior Plano tres cuartos de cantante Angulo Normal	La utilización de la palabra milagro junto a la combinación de la imagen de la iglesia de Santa Ana y la figura de los cantantes, que también son jóvenes, se convierte en un factor común en la mayoría de tomas que contiene la iglesia en el encuadre. Esto se podría entender con el mensaje que son los jóvenes los encomendados para materializar el milagro, y de esta forma, la misma providencia divina estará complacida con las acciones. Los beneficiados del “milagro” son mostrados entre tomas rápidas, los cuales son niños en sillas de rueda dentro de Funter.
		Angulo normal Plano general Niños en sillas de ruedas Escenario, Funter	
		Escenario: Catedral de Santa Ana exterior Plano tres cuartos de cantante Angulo Normal	
		Angulo normal Plano general Niños en sillas de ruedas Escenario, Funter	
5	Ama, siente... Al ritmo de Teletón, Dona, ayuda... hazlo con el corazón.	Escenario: Catedral de Santa Ana exterior Plano tres cuartos de cantante Angulo Normal	Esta escena reafirma la idea de la escena cuatro, aunando en la letra, las palabras, amar, sentir y donar, que por principio son valores de las iglesias. Significado connotado con la combinación de la fachada de la iglesia desde lo alto. Muestra otra vez a los beneficiados.
		Angulo normal Plano general Niños en sillas de ruedas Escenario, Funter	

6	Vamos todos juntos, palpitando de emoción Ayudando a El Salvador.	Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo normal Niños discapacitados en sillas de rueda, globos con logo Funter Plano general	En este punto, el número de niños en sillas de ruedas que figuran en la producción aumenta. Se utilizan planos generales para encuadrar a todos los jóvenes entusiastas, a los niños discapacitados y los logos de Funter en todos los globos.
7	Vamos todos juntos, con el milagro de amor al ritmo de esta canción	Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo normal Planos medios bailarinas crash	Se utilizan planos generales para encuadrar a todos los jóvenes entusiastas
8	Mueve tu corazón, al ritmo de teletón Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.	Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo normal Planos medios bailarinas crash	Se utilizan planos generales para encuadrar a todos los jóvenes entusiastas
9	(Voces infantiles) Mueve tu corazón, al ritmo de teletón Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.	Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo Picado Niños discapacitados en sillas de rueda, globos con logo Funter Primer plano Alternancia de 7 primeros planos, ángulo normal rostros niños discapacitados	En este punto, son los niños los que realizan la petición, cantando el coro de la canción. Se hace uso de ángulos picados, que según autores, tratan de humillar al actante. Nuevamente se hace uso de globos con logos de Funter, que sugieren la forma de acción para realizar el movimiento del corazón. Se hace uso de la alternancia de tomas dramáticas, por el uso de primeros planos de rostros de niños.

10	<p>Dime qué esperas... Pon la mano arriba si tú quieres a El Salvador</p>	<p>Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo Picado Niños discapacitados en sillas de rueda, globos con logo Funter Plano general</p>	<p>Se destaca el significado de la letra de la canción, que denota que si no se realiza un donativo, no quieres a El Salvador, y no posee espíritu patriótico. En ese sentido con la combinación con la imagen, se traduce como, si donas a la teletón eres más salvadoreño.</p>
11	<p>Un solo corazón al ritmo de Teletón. Ya se siente, el calor de la gente Vamos dí presente, no te quedes ausente Dalo, vamos a cumplir este sueño Dilo con orgullo, soy salvadoreño.</p> <p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón Mueve tu corazón, al ritmo de teletón. Mueve tu corazón, al ritmo de teletón Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.</p> <p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón Mueve tu corazón, al ritmo de teletón. Mueve tu corazón, al ritmo de teletón Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.</p>	<p>Escenario: Paseo el Carmen, La Libertad Angulo Picado Niños discapacitados en sillas de rueda, globos con logo Funter Plano general</p>	<p>Esta escena reafirma la idea de patriotismo de la escena anterior.</p>

12	<p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón</p> <p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.</p> <p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón</p> <p>Mueve tu corazón, al ritmo de teletón.</p> <p>Teletón...</p>	<p>Logotipo animado Teletón, Funter.</p>	<p>Finaliza el video utilizando el logotipo animado de la Fundación.</p>
----	---	--	--

Guión Técnico y Literario B

Campaña Teletón 2012-2013 Medios unidos por teletón 10/12/12 0'30" Spot/pauta mensual			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Voz en Off Estos medios, ya se están moviendo por la Teletón.	Animación de engranajes trabajando	Denota que cada una de las empresas que forman parte de los patrocinadores constituye piezas esenciales para el funcionamiento del proyecto Teletón.
2	Diario Co Latino, El Mundo, Periódico MÁS, El Diario de Hoy, El Gráfico, La Prensa Gráfica, ASDER y sus 125 estaciones, VTV, Canal 2, Canal 4, Canal 6.	Logotipos de: Diario Co Latino, El Mundo, Periódico MÁS, El Diario de Hoy, El Gráfico, La Prensa Gráfica, ASDER y sus 125 estaciones, VTV, Canal 2, Canal 4, Canal 6.	
3	Cada uno de ellos se está moviendo, muévete tú también, este 1 y 2 de febrero, Teletón 2013. Mueve tu corazón.	Zoom out de engranajes, formando el logotipo de Teletón	Al combinar la animación de los engranajes que forman el logotipo teletón con el audio, denotan que las personas forman parte de las unidades esenciales para el funcionamiento, y que sin ellos no se logrará la meta, por lo que les invitan a formar parte del proyecto

Guión Técnico y Literario C

Campaña Teletón 2012-2013 Cuenta regresiva Teletón 2013 Madre de familia 13 enero/12 0'21" Spot/Expectativa			
#	Audio	Imagen	Interpretación
	Soy beneficiaria de Funter desde hace un año, mi hijo tiene un trauma craneoencefálico, sin la ayuda que recibe aquí no hubiera tenido tantos avances como hasta el día de hoy.	Primer plano, Angulo normal, mujer conversa con cámara Aparece numero 18	Lo primeros planos aportan dramatismo a la toma. Dentro de los diálogos de la madre, se destaca el mensaje que proyecta a Funter como una única salida para la rehabilitación de su hijo. Sin embargo, se nota claramente que es guion preestablecido por la falta de naturalidad en la fluidez
	Voz en OFF Faltan 18 días para la Teletón 2013. Salvadoreños, juntos podremos llegar a la meta. Mueve tu corazón. Teletón...	Aparece logo Teletón	Aparece nuevamente logotipo de Funter, posicionando la marca he invitando a la meta.

Guión Técnico y Literario D

Campaña Teletón 2012-2013			
Teletón 2013 bailarina - Cosas Buenas Fundación TCS			
18 Ene/13			
0'45"			
Spot/pauta mensual			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Entra fondo triste	Plano de detalle dedos Plano detalle pies Plano general niña con síndrome de Down danzando	La música fondo ambienta la escena, que se desarrolla en un estudio de baile. Una niña con síndrome de down realiza movimientos con sus manos y pies
2	Amo lo que veo y lo que ocultas amo lo que muestras o insinúas	Primer plano niña Down besa espejo	Niña con síndrome down besa el espejo, denotando una señal de aceptación, mientras que la letra insinúa que los televidentes deben de amar a las personas con discapacidad
3	Entra canción Amo, Axel Fernández amo lo que eres o imagino te amo en lo ajeno y lo que es mío Amo lo que entregas, lo que escondes amo tus preguntas, tus respuestas yo amo tus dudas y certezas te amo en lo simple y lo compleja	Plano medio, piernas niña bailarina Plano medio niña bailarina caminando Plano medio bailarina y instructora	Esta escena reafirma el mensaje de aceptación hacia las personas con discapacidad, y se combina con alternaciones de tomas de la niña bailando, como muestra de superación

4	Voz Off Con mi pulsera Teletón, ayudo a que otros den el paso que necesitan. Has cosas buenas.	Plano medio niña bailando con instructora	La voz en off explica que al comprar una pulsera promocional del evento Teletón las personas con discapacidad como la del video pueden superarse siempre con el apoyo de una mano amiga. Aparece en el audio la frase, Has cosas buenas, mientras paralelo a ello, se realiza una toma de detalle de la pulsera teletón utilizada por ambas actantes.
		Primer plano niña síndrome de Down abraza instructora y plano de detalle a las manos de ambas usando la pulsera Teletón Plano general niña he instructora tomadas de la mano dan pasos Logotipo Fundación TCS	

Guión Técnico y Literario E

Campaña Teletón 2012-2013 Compra tu pulsera Teletón 2013 Kenia y Gerardo 03 Dic/12 0'41" Spot; pauta mensual			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Voz Off Esta es la única pulsera que mueve a todo el salvador	Pulseras animadas, fade out en espiral	El audio explica que la pulsera teletón hace que todo El Salvador se vuelque a apoyar la causa, de forma tal que si no se tiene una pulsera, estas fuera de sintonía con el resto de ciudadano. Al mismo tiempo que la imagen muestra pulseras que confluyen de un punto común, denotando armonía.
2	Kenia nosotros ya estamos moviendo nuestro corazón	Plano tres cuarto, ángulo normal	La imagen muestra a dos “famosos” explicando que ellos ya posee una pulsera Teletón, y que se han unido a la causa
3	Así es Gerardo, adquiriendo nuestras pulseras teletón Si usted quiere comprar y colaborar con una de estas pulseras	Plano detalle, énfasis en pulsera (la muestra)	La imagen muestra a detalle que los actantes ya posee la pulsera, mientras que ellos explican cómo deben de adquirir el producto promocional.
4	Usted los puede encontrar en estos puntos de venta	Plano detalle, énfasis en pulsera (la muestra) Aparece Logotipos: Banco Agrícola, Taca, Diana, Curacao, Salvacola, Súper Selectos, Yogurt Yes, MD, Deposito de Telas.	Lo importante de esta escena es el posicionamiento de la marca de las empresas que facilitan la pulsera y que además forman parte del staff de patrocinadores directos del evento.

5	Así es, están muy a la moda, para todos aquellos chicos y chicas que nos gusta andar a la moda Gerardo.	Plano entero, énfasis en pulsera (la muestra)	Los actantes expresan que el uso de la pulsera es un común denominador entre los jóvenes que están a la moda, factor que hace presión sobre cierto sector de los contribuyentes a adquirir el producto para no ser excluidos.
6	Ayúdenos y por su puesto mueva su corazón, Y adquiere tu pulsera teletón	Plano tres cuarto, ángulo normal	En esta escena aparecen los famosos invitando a las personas a comprar el producto. Los ángulos tres cuartos cumple la función de mostrar las pulseras, ofreciendo dramatismo sin perder de la toma el producto ofertado.
7	Voz Off Ellos ya lo están haciendo... muévete tú también, no te quedes atrás, tu ayuda no puede esperar Teletón 2013, 1 y 2 de febrero (teletón)	Animación pulseras teletón Logotipo Teletón, Funter	El audio invita a no quedarse “fuera de moda”, explicando que la compra del producto es necesaria para lograr las metas establecidas para salvaguardar los derechos de las personas con discapacidad. Así mismo la imagen refuerza la idea con el uso del logotipo de la fundación y del diseño peculiar de la pulsera.

Guión Técnico y Literario F

Campaña Teletón 2012-2013 Historia Teletón Katherine Guadalupe Cortez 01 Febrero/2013 05'06" Capsula/Expectativa; pauta diaria			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Entra fondo	DATA: Cantón el Tinteral, Caserío el Piñalo, San Vicente, Santa Ana	La producción inicia con un fondo musical triste, una data que nos ubica en un cantón, y específicamente en una casa de escasos recursos, seguido de diferentes tomas de contexto que ayudan a llegar a esta lógica.
		Zoom out de zona boscosa Paneo, plano general de casa humilde	
3	Muy pequeña yo empecé a trabajar vea... Luego me casé, tuve mis hijos, con esfuerzo los he sacado adelante, han estado estudiando.	Primer Plano, ángulo normal Zoom out fotografía boda Zoom out fotografías familiares	En Primer plano es utilizado como factor común para las narraciones de estas historias de vida, otorgan dramatismo y permiten captar las expresiones de los actantes. El uso de estos planos se suma a tomas de contexto que permiten ejemplificar lo que se narra.
4	Me dedique a andar vendiendo también Luego llegó Katherine, vea que la mamá de ella me pido apoyo, que si yo podía pues apoyar; pues yo le dije que con gusto la agarraba y que no me importaba dejar lo que sea, que yo me iba a dedicar por la niña.	Plano medio, tía de Katherine, mientras saca ginas de un bolso	El uso de los primeros planos para la narración en esta escena se suma a los primero planos del rostro de la actante principal que es Katherine Las tomas realizadas a Katherine son realizadas en tiempo sostenido para otorgar mayor énfasis a sus expresiones faciales, que se interpretan como alegría ante las palabras de su tía, intercalando primeros planos de la persona que da el testimonio
		Primer plano rostro Katherine sonriendo	
		Primer plano rostro Tía de Katherine	

		<p>Primer plano Katherine, tiempo sostenido</p> <p>Primer plano rostro Tía de Katherine</p>	del caso, en este caso, la tía de Katherine
		Primer plano Katherine, tiempo sostenido	
5	Yo me llamó Katherine Guadalupe, tengo 9 años, vivo con mi tía y mi tío y mis primos	<p>Plano medio Katherine ángulo normal</p> <p>Zoom out fotografía familiar</p> <p>Plano medio Katherine ángulo normal</p>	Se hace el uso de primeros planos y de ángulos normales con el objetivo de realzar la forma en que la niña habla. Puesto que por poseer un antecedente de derrame, tiene problemas al habla, por lo que con este tipo de tomas permite observar con pleno detalle el esfuerzo de todo el rostro al realizar su presentación.
6	Katherine, ella es una sobrinita de mi esposo, pero ella como de respeto, la mamá le enseñó que yo era su tía también, soy tía política para los hermanitos de ella, y ella también.	<p>Primer plano de Tía de Katherine</p> <p>Plano medio Katherine Jugando, tiempo sostenido</p> <p>Primer plano tía Katherine</p>	Nuevamente se repiten los primeros planos, para dar seguimiento a la narración, agregando las tomas de la niña en tiempo sostenido jugando con algunas muñecas.
7	Fondo musical	Plano de detalle de pies y una andadera, till up terminando en la cabeza	En esta toma inician las secuencias con mayor carga de dramatismo. El fondo musical cambia drásticamente a una melodía lenta y que combinado con los planos de detalle que permiten apreciar la discapacidad de la menor aunado al movimiento de cámara que de abajo hacia arriba nos permite apreciar el esfuerzo de la infante, pudiendo provocar en las audiencias respuestas de lastima.
8	Katherine, el problema de ella es que tiene parálisis cerebral... ese es el problema de ella	Primer plano Tía Katherine	En esta toma nos explican cual es la enfermedad que posee la menor. Nuevamente el primer plano

9	<p>Sus piecitos más antes eran cruzaditos, cruzados y los ponía en pinguiniñas Cuando yo la agarre a ella, pues yo luego dije, mi anhelo era que mi niña caminara, dije yo la voy a llevar a Funter allá que me ayuden, yo se que me van a apoyar porque la niña no puede quedarse sin caminar</p>	<p>Plano general Katherine, caminando con la andadera Primer plano Tía Katherine Plano de detalle de pies de Katherine, descalza, caminando sobre lodo, zoom out. Primer plano Tía Katherine</p>	<p>Uso de un plano general que permite dar seguimiento a la descripción que la narradora (tía) está otorgando, poniendo atención en los pies, especialmente. Posteriormente reiteran que debemos observar los pies de la niña, por el uso de planos de detalle dirigidos a sus pies que caminan sobre el lodo. Primer plano de la narradora, mientras explica cómo llegó a la fundación Funter.</p>
10	<p>Fondo musical</p>	<p>Till up, Katherine recibiendo terapia de rehabilitación en Funter Primer plano Tía Katherine, ojos conmovidos en Funter</p>	<p>Nuevamente, un nuevo cambio de fondo musical, que es más dramático que el anterior, el uso de violines y piano resaltan. Un plano general, que ubica la locación donde dan la rehabilitación, y un primer plano de la tía a punto de llorar.</p>
11	<p>A Funter llegamos, pues transportándolos, agarro un pick up hasta la pavimentada, de ahí agarro el bus, hasta llegar a santa tecla, de ahí de santa tecla tomo la 101d y me encamino para allá</p>	<p>Plano medio, ángulo normal Katherine camina, tiempo sostenido Plano general, carretera de tierra. Katherine es cargada por su tí. Travelling hasta el camión que las traslada</p>	<p>La combinación de la escena diez, con la once en cierran un mensaje. En la escena diez, nos muestra la rehabilitación y en el plano siguiente, Katherine ya camina, con la rehabilitación. El tiempo sostenido agrega dramatismo.</p>
12	<p>A veces no hay transporte dende aquí, a veces me voy caminando hasta allá arriba, hasta allá por el lado del cruce... lejísimos que camino media hora a pie, despacio con ella vea, la llevo chineada, si yo voy a la escuela igual la llevo chineada pero cuando yo no aguanto, le agarro su manita y la bajo sigo con ella.</p>	<p>Plano medio de Katherine siendo cargada por su tía, ángulo picada Primer plano tía Katherine, Angulo normal Plano detalles pies de tía Katherine till up a los brazos.</p>	<p>Esta combinación de planos ofrece un contexto sobre la situación socioeconómica que posee la usuaria de Funter, y todo el esfuerzo que realiza para poder acceder al servicio.</p>

13	Me llevo tiempo con ella para caminar su ratito y digo yo vale la pena la lucha que estoy haciendo con ella porque no va a ser en vano lo que estoy haciendo con ella, yo se que va a caminar.	Primer plano, ángulo normal tía Katherine Alternancia de primer plano, ángulo normal tía Katherine y plano general ángulo normal, Katherine siendo cargada por su tía	Esta combinación de planos ofrece un contexto sobre la situación socioeconómica que posee la usuaria de Funter, y todo el esfuerzo que realiza para poder acceder al servicio.
14	Me siento muy contenta de ir a Funter, porque ahí a todos los niños les ayudan, camino con mi andadera, aunque en las cosas así feas tengo que esforzarme para pasar...	Plano medio Katherine, ángulo normal Plano detalle, pies de Katherine recibiendo terapia	En esta escena se hace uso de ángulos normales mientras Katherine misma narra los beneficios de Funter. Se interpone detalles de su cuerpo mientras recibe terapia, seguido de aseveraciones como que “ayudan a todos los niños”
15	Ahora ella me dice, si tía voy a caminar, porque ella se contenta cuando ya da pasitos, ve a tía que ya voy a caminar... si mi amor ya vas caminar...	Angulo Contrapicado, Katherine caminando con su andadera plano general tiempo sostenido	En esta escena Katherine usa zapatos. A diferencia de las tomas anteriores en su casa. Lo que puede dejar abierto a la interpretación la preparación de esas escenas para causar el impacto en las audiencias sobre la pobreza y la discapacidad sin importar la victimización de los afectados.
16	A pesar que es mi sobrinita, pero una política se puede decir, aunque yo la quiero como mi hija... mis hijos me dicen que la regañan para el bien de ella, porque mis hijos me ayudan bastante.	Primer plano tía Katherine, Angulo normal Plano general, Katherine caminando en zona rocosa Primer plano tía Katherine, Angulo normal	Primeros planos para dar seguimiento a la narración que esta llegando al clímax.
17	A veces si se pone a lavar su ropita, la ayudamos con lo que podemos, mi hermana la lleva al baño cuando quiere ir.	Plano medio, Katherine hace tareas, ángulo picada. Primer plano tía Katherine, Angulo normal Plano medio, ángulo normal Katherine lavando	Se reafirman las ideas de las escenas diez once y doce: La pobreza

18	yo la ayudo a cambiarse cuando se baña, así la ayudo	Primer plano, ángulo normal prima Primer plano Katherine bañándose Primer plano ángulo normal prima	Primeros planos que dan seguimiento a la narración sobre el apoyo familiar que recibe
19	La queremos como una hermana de nosotros, le ha tomado cariño desde que se la dieron a mi mama para que se hiciera cargo de ella	Entra efecto de sonido Primer plano prima ángulo normal	En este punto de la historia, los productores agregan un efecto de sonido que marca una nueva dirección de la historia, que es cuando las hijas de la tía explican que quieren a su prima con discapacidad y que “le han tomado cariño”
20	Ya hoy ella no agarra la andadera... si no que dice... Inténtalo hija caminar sola. Hay bastantes compañeros desde que la ven, las terapistas se admiran de lo que ha logrado.	Primer plano ángulo normal tía Plano general Katherine dando pasos en zona rocosa	Seguimiento narrativo
21	Es un sueño para nosotros ver que teletón la está apoyando y ayudando, y yo sé que con la ayuda de ellos y de Dios la niña va a prosperar, va a caminar, el sueño de nosotros es eso, verla que corre ahí con los demás niños	Primer plano, ángulo normal prima Plano general Katherine recibiendo terapia Entra efecto especial Primer plano prima	El uso de primeros planos, plano general y el efecto especial acompañado del texto que explica que Funter permite el avance de los infantes permiten apreciar al televidente los “sueños que teletón cumple”

22	Y les voy agradecer mucho porque es el sueño que yo quiero.	Primer plano Katherine, ángulo normal. Llorando, se limpia la lagrima	El video finaliza con el pedido que realiza la niña, solicitando la ayuda para todos los que ven el video para que pueda cumplir su sueño. Ella llora, mientras lo explica. Todo enmarcado en un primer plano
23	Efecto salida.		Logotipo de FUNTER.

Guión Técnico y Literario G

Campaña Teletón 2012-2013 Historia Teletón Maritza Roxana Portillo 02 Feb/13 6'00" Capsula; pauta diaria			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	San pedro Puxtla, Ahuachapán	Entra fondo Paneo: Casa Ahuachapán	Aparece texto que nos ubica en el escenario donde iniciara la historia de vida
2	Vaya Maritza...	Plano general grupo de mujeres cocinando	Plano General para contextualizar sobre los personajes que participaran de la historia de vida
3	Vamos a cortar los güisquiles, vamos... Cortemos dos de esos...	Plano medio mujeres cortando güisquiles	Plano General para contextualizar sobre los personajes que participaran de la historia de vida
4	Somos un grupo de amigas de cinco y por cosas del destino las cinco nos juntamos y somos colochas.	Primer plano, ángulo normal	Primer plano utilizado para carácter narrativo.
5	Yo las conocí a ellas desde que empecé a estudiar en la universidad, fue creciendo la amistad en nosotros, hasta que un día un licenciado nos puso las colochas	Primer plano, ángulo normal, Maritza narra historia. Paneo salón de clases	Primer plano sobre la protagonista de la historia. Quien narra como conoció a las personas que le ha brindado apoyo.
6	Nos unimos tanto que gracias a	Primer plano, ángulo normal	Escena narrativa de seguimiento

	Dios nunca nos hemos peleado seguimos siendo amigas,		
7	Ellas vienen a mi casa... que barbaridad, me voy a empachar	Primer plano, ángulo normal Plano general, ángulo picado, amigas empujan silla de ruedas de Maritza Sale fondo	Escena narrativa de seguimiento
8	Yo tuve el accidente en el 2000, bueno un accidente de tránsito después del accidente yo quede cuadripléjica, quede discapacitada, bueno en cama que es mas difícil	Entra fondo triste Till up Maritza sentada en silla de rueda, ángulo picado, plano completo Plano general, ángulo normal, Maritza y sus padres.	En este punto, inicia el verdadero significado del mensaje. El fondo musical cambia a una melodía, lenta y triste. Se realiza un movimiento de cámara que permite conocer en su plenitud la discapacidad del personaje mientras narra que accidente le tiene en esa condición.
9	Fue muy duro porque yo, hacia todo he, todo hacia en mi casa, tenia mi tienda l tenia bien surtida, de eso pasaba, atendía a mis hijos	Primer plano, ángulo normal, Maritza Plano de detalle Maritza planchando, ángulo normal Zoom out Maritza y su hijo	Primeros planos que ilustran, la forma difícil de desarrollarse en familia y sus tareas del hogar.
10	poco a poco fui aprendiendo a hacerme más independiente, empecé a escribir a hacer rayitas, después como no había terminado el bachillerato fui con mi prima, como ella estudio a distancia el bachillerato le dije que quería ir con ella, y así fue como termine el bachillerato	Primer plano, ángulo normal Maritza Angulo subjetivo primer plano Maritza en el computadora Plano de detalle de las manos de Maritza	Diferentes planos que refuerzan la idea de la escena 9, con la diferencia que hacen uso de planos de detalle para enfatizar el esfuerzo en sus manos, el cual tiene que realizar como consecuencia de su accidente y su parálisis.
11	Sucesivamente fue cuando conocí a las colochas en la universidad...	Travelling de grupo de jóvenes en el pasillo empujando a	

		Maritza	
12	Un día en una plática Maritza nos comentó que quería ir a Funter para rehabilitarse ya que ese es uno de sus mayores anhelos, deseos, ese poder caminar.	Entra fondo Primer plano amiga testimonio Plano general ángulo normal Maritza en pasillo jugando	Nuevamente se realiza un cambio de fondo musical, justamente cuando en el texto se describe a Funter como una esperanza para la rehabilitación, donde ella podrá cumplir su “anhelo”, que es caminar.
13	Motivarla a ir si podíamos, le comentamos a ella sobre lo que decíamos, ella dice que se sintió tan feliz ese día, que lo que más deseaba era eso.	Plano general, ángulo normal, Paneo. Funter	La combinación del plano general que nos permite apreciar que los personajes se encuentran en Funter, junto con “la felicidad” que provoca a las personas estar en Funter, puede generar acciones sobre las audiencias.
14	Me llamo la atención de ir a Funter, porque yo pienso que puedo dar más, no es posible que me quede en una silla de ruedas, la meta que yo tengo es de usar bastones, porque lo que yo necesito es poder caminar.	Plano entero, ángulo normal Maritza en terapia de rehabilitación Till up ángulo normal Plano de detalle de la mano Angulo normal, plano medio Maritza en rehabilitación Angulo normal, primer plano	Mientras la narradora, Maritza, explica que no desea quedarse en una silla de ruedas por siempre, y que su meta es usar bastones, los productores del audiovisual realizaron tomas de apoyo de ella recibiendo terapias en Funter, y muchos planos de detalle de sus manos, que son la parte más afectada por la parálisis, visualmente hablando.
15	Maritza me encanta porque nunca se da por vencida, ella siempre esta adelante y si ella dice quiero hacer esto ella lo hace, y ella nunca dice no puede, ella se esfuerza y lo hace	Primer plano, ángulo normal	Primer plano narrativo. El texto acompaña la gran admiración que se debe de tener por las personas con discapacidad.
16	Audio Ambiente	Maritza, plano general, Salón de clases	Escenas de contexto
17	Bueno yo acá he venido a hacer	Primer plano, ángulo normal	Uso de ángulos de contrapicado, que según autores

	mis prácticas de profesorado, y prácticamente esta es la última porque estoy haciendo mi último ciclo, y próximamente primero Dios me voy a graduar	Plano general, ángulo contrapicado Maritza en el salón	enaltecen al actante. Contrastado con escenas de Maritza llevando su vida
18	Otra cosa que también admiro de Maritza es que ella también puede manejar, y ella nos lleva lugares, y vamos a comer, y es una cosa de admirarse porque tiene esa habilidad de poder manejar...	Angulo normal, primer plano Angulo normal, Maritza sube al auto Primer plano, ángulo normal amiga Plano de detalle de manos manejando	Primer plano narrativo. El texto acompaña la gran admiración que se debe de tener por las personas con discapacidad y su desarrollo en la sociedad.
19	Comparto con ellas muchas cosas, y ellas me han demostrado su amistad sinceramente.	Angulo normal, primer plano	Angulo Narrativo. Maritza expresa que sus amigas han de mostrado su cariño por haberla llevada a Funter. (Si realmente amas a tu prójimo dona en Funter)
20	Yo tengo un sueño, como todas tenemos la misma carrera, un día en el futuro poder formar un colegio donde todas seamos socias y que Maritza sea la directora.	Angulo normal, primer plano	Escenas de seguimiento narrativo
21	Fuera lindo, pero la verdad es un sueño bastante grande y difícil de lograr pero uno no debe de perder la fe y la confianza en uno mismo, todo se puede lograr uno nunca sabe	Angulo normal, primer plano	El uso de los primeros planos para narrar y resaltar la expresividad al explicar que “la fe y la confianza” puede llevar a alcanzar una meta.
22	Bueno van a ir a cortar los cocos o no...	Tomas varias de Maritza en silla de rueda conviviendo con sus	

	Riquísimo	amigas. Planos generales y ángulos picados y normales	
--	-----------	---	--

Guión Técnico y Literario H

Campaña Teletón 2012-2013 Historia Teletón Gilmar Iraheta 02 Nov/12 5'54" Capsula; Pauta diaria			
#	AUDIO	Imagen	INTERPRETACIÓN
1	Entra fondo	DATA: San Vicente	Texto utilizado para dar contexto
2		Till up torre de san Vicente Plano general de calles San Vicente Sale fondo	Imágenes que de contexto
3	Entra fondo triste Cuando el niño nació me dicen los médicos, que el niño tenía ese problema de una malformación	Zoom out fotografía bebe Primer Plano de rostro de niño	Entra fondo, con uso de violines bajo un ritmo triste y lento. La narradora inicia la descripción de niño con problemas de malformación, la cual es apoyada con fotografías y primeros planos del rostro de un niño, que no se detalla si son de archivo o una adaptación dramatizada.
4	en el momento que me lo enseñaron el niño venía con los piecitos enrollados un pie aquí no...	Zoom Out, Plano general de niño discapacitado recibiendo terapia,	La narradora describe el momento en que vio la malformación del niño, apoyado con imágenes directas de un niño recibiendo terapias en Funter.
5	sus piernitas bien uniditas como una posición fetal que el niño tomo y así se quedó...	Angulo picada Primer plano, ángulo normal madre Plano de detalle, ángulo picado piernas débiles de niño	La narradora describe la discapacidad. Se agregan tomas que denotan humillación por el uso de ángulos picados.
6	cuando me lo muestran, yo sentí que algo, duro difícil porque yo no me lo	Voz quebrantada, Primer Plano madre	Uso de primeros planos, junto con los gestos del rostro y la voz irregular previo al llanto de

	creía, si yo quiero verlo, cuando vi a mi criatura y en ese estado, sentí como un golpe fuerte	Primer plano niño riéndose	la madre, quien narra lo difícil que fue aceptar la discapacidad de su hijo
7	Cuando nací, nací enrollado, yo tenía un problema en los pies y no podía caminar.	Primer plano, ángulo normal	Angulo normal y primer plano de la primer participación del niño.
8	Gilmar empezó desde un día de nacido su primer terapia, comenzamos en el hospital de san Vicente ahí mismo en el hospital de san Vicente me le dan cita con el ortopeda, el me lo comienza a tratar	Angulo de picado, plano de detalle piernas aplicando terapia	Reincidencia nuevamente en el uso premeditado de ángulos picados que acompañados con la narración sobre la discapacidad pueden generar sobre el espectador una sensación de lastima
9	y el me dice que era un caso bien difícil, me lo refieren al hospital Bloom.	Plano de detalle, ángulo picado piernas débiles de niño	El uso de planos de detalles sobre las piernas permite poder contemplar la enfermedad que sufre el infante con mayor minuciosidad.
10	Tenía 15 días de nacido cuando empieza su tratamiento de enyesado, llego a los tres meses y a él siempre me lo enyesaban cada 15 días	Zoom out desde plano detalle pies hasta plano general niño tirado en el suelo jugando	Se hace uso intencional de tomas del infante tirado en el suelo acompañado de detalles de la discapacidad, denotando pobreza.
11	Luego el doctor le programa la primer cirugía me le opera el pie izquierdo, luego a los seis meses, el otro piecito	Primer plano, ángulo normal madre Plano de detalle ángulo contrapicado pie Zoom out plano general recibiendo terapia Plano de detalle ángulo contrapicado pie Primer plano, ángulo normal madre	La combinación de primeros planos para dar seguimiento a la narrativa combinado con ángulos contrapicados y planos de detalles de la parte en que padece la discapacidad el infante. Claramente siguiendo la descripción de la madre sobre el proceso de recuperación del niño.
12	Luego a los dos años me le hacen otra cirugía, que ahora aparte de la cirugía de pie quino me le harían un	Dramatización: Madre dando terapia en casa Plano general madre dando terapia	Esta escena, no detalla si son imágenes de archivo elaboradas años anteriores o es una dramatización que se ajustara a las

	estiramiento izquiotal para mejorar el estiramiento de la rodilla	Angulo picado, plano de detalle pies	necesidades y objetivos de las terapias, y que mostraran la discapacidad, vista de forma despectiva por el uso de ángulos de picada.
13		Primer plano, ángulo normal madre Angulo picado, plano general niño tirado en la tierra jugando	Se hace uso intencional de tomas del infante tirado en el suelo acompañado de detalles de la discapacidad, denotando pobreza.
14	Al principio fue difícil aceptar la discapacidad más cuando era primer niño, yo me preguntaba porque, pero nunca encontraba una explicación	Llorando. Angulo normal, Primer plano madre	Los primeros planos de la madre llorando agregan dramatismo y dolor, ante la descripción del dolor de la madre ante la discapacidad de su hijo
15	ahora yo le doy gracias a Dios el va a caminar, ósea no es fácil, el niño ahora ya va para los once años y desde el primer día de nacido el niño recibiendo terapia, ósea es una lucha bastante larga, pero vale la pena	Plano general Gilmar recibiendo terapia zoom in hasta plano medio ángulo normal Angulo normal, plano de detalle pies con prótesis	El uso de la figura de Dios en el audio, agregado a las terapias de Funter que refuerzan la idea de la campaña general, ante la Divinidad, las bendiciones y las donaciones.
16	Después de tanta cirugía la doctora me lo evalúa y me lo vuelve a referir con el neuro ortopeda a Funter	Primer plano madre llorando narrando Primer plano Gilmar sentado	Nuevamente la figura de una madre llorando, ante la enfermedad que su hijo sufre, seguido de planos de contexto que nos aportan el porqué del sufrimiento.
17	, donde vamos nosotros para que lo atendiera, fue rápido que el me le reprogramo cirugía y me dijo que le iba a hacer un alargamiento nuevamente y un acortamiento del hueso porque se estaba deformando.	Plano de detalle manos Gilmar Primer plano Gilmar riendo Primer plano, ángulo normal, madre narra	El uso de tomas en el que el niño ríe, acompañado del seguimiento médico en Funter denota que, los usuarios rebozan de felicidad por los servicios.
18	Después de la cirugía se vio el mejoramiento que tuvo el niño	Plano detalle piernas enyesadas de Gilmar Plano general Gilmar enyesado viendo tv	

19	porque logro alargar la rodilla de como la tenía.	Primer plano, ángulo normal, madre narra	Primeros planos para dar seguimiento a la narrativa
20	Fue en ese momento que la doctora decidió recetarle los aparatos largos	Plano general, Gilma en Funter colocándole aparatos	Primeros planos para dar seguimiento a la narrativa
21	Funter para nosotros ha sido de una gran ayuda,	Primer plano madre llorando narrando	Seguimiento al clímax emocional de la madre. Esta vez, las lagrimas acompañadas de la palabra Funter. Denota que la única forma en que los discapacitados pueden encontrar una respuesta de ayuda es con FUNTER, convirtiéndose como una única opción
22	porque desde que gilmar empezó usar sus aparatos desde sus siete ocho meses	Plano general Gilmar caminando	Los planos de Gilmar caminando y el acompañamiento de la descripción de los aparatos dejan ver a la audiencia la eficacia de los tratamientos, reforzando la idea de la escena 21
23	la mayoría de los aparatos, Funter se las ha donado, y a aparte a mí no me cobran las terapias.	Primer plano madre narrando	“La mayoría de los aparatos”; frase que explica que no todo el tratamiento es gratuito. Contradicción directa al discurso de campaña
24	Yo voy a Funter a que me estiren los pies, voy a caminar, a hacer equilibrio y es una gran ayuda	Primer plano, ángulo normal Gilmar narra Plano de detalle, piernas de Gilmar	Planos de seguimiento
25	Voy a la escuela y me gusta matemática, estoy en cuarto grado, con mis compañeros me llevo bien y ellos me ayudan.	Primer plano, ángulo normal Gilmar narra Plano general, Gilmar en pupitre en la Escuela	Texto he imágenes que permiten apreciar la reinserción a la sociedad de los discapacitados en Funter, que permite apreciar la aseveración que solo Funter es la respuesta para los tratamientos especiales para los discapacitados.
26	Gracias a Dios en la escuela no le costó que los niños lo aceptaran	Primer plano madre narrando Plano general, Gilmar en la Escuela	Escena de seguimiento narrativo

27	entonces llegan los alumnos del bachillerato a sacarlo porque el es bien sociable,	Plano General Gilmar cargado por joven de bachillerato	Escena que refuerza la idea del cuadro 25.
28	, cuando el esta sentado ahí en la banquita llegan los maestros, y se pone hablar ahí con los maestros		
29	Entra Fondo de Suspenso		Nuevamente la aparición de un fondo triste y de suspenso, como previo para la escena 30
30	Hasta ahorita gracias a Dios logra avanzar un poquito mas que con sus aparatos	Plano general Gilmar camina con aparatos	Escena de seguimiento narrativo y descriptivo
31	Ahora a Gilmar lo vemos un poquito mas alegre con entusiasmo, el se alegra en salir a la calle, que cuando antes pasaba sentado, jugando sus video juegos	Primer plano madre narrando y sollozando Plano general Gilmar sentado jugando Primer plano madre narrando	Escena de seguimiento narrativo y descriptivo
32	Como madre mis aspiraciones para el es lograrlo ver realizado, verlo ser un profesional;	Gran plano general Gilmar, madre y hermano en parque caminando	El gran plano general permite observar Gilmar y su familia, unidos caminando sobre el parque. La figura paterna no esta. Cómo si el uso de los aparatos de Funter no solo ayudara al discapacitado, sino que uniera familias.
33	le preguntaba cuando grande que quisiera ser, y el me decía que quería ser medico para ayudar a otras personas como el, pero también le gustaría ser piloto, porque dice que su sueño siempre ha sido volar,	Primer plano madre narrando	Escena de seguimiento narrativo y descriptivo
34	como padre pues estamos ahí nosotros	Plano de detalle pies de Gilmar	Es el único momento en el que aparece la

	para apoyarlo con lo que se puede, y yo se que lo va a lograr	caminando sobre calle, con aparatos	figura paterna. Acompañado de planos de detalles de los pies de gilmar que camina sobre la calle.
35	ser lo que se propone porque es un niño que le gusta luchar y cumplir siempre sus mentas.	Plano medio, contrapicado, Gilmar caminando	Nuevamente el uso de contrapicados acompañado de la descripción del esfuerzo del infante para llegar hasta ese avance. “si no donas el puede dejar de avanzar”.
36	Sale Fondo		

Guión Técnico y Literario I

Campaña Teletón 2012-2013 Historia Teletón José Luis Guzmán 01 Febrero/2013 05'49" Capsula/Expectativa; pauta diaria			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Entra fondo Yo me fui cuando tenía 11 años, quizá menos. José se fue de 26 años, en el año 80,	Zoom out de fotografías de Las Vegas Zoom in de fotografía de José Zoom out de fotografía de la ciudad de Las Vegas	En esta escena se usan estos movimientos técnicos para apoyar lo que se está diciendo con fotografías.
2	cuando por cuestiones de la guerra él ya no puedo terminar su carrera en la universidad.	Primer plano de esposa de José	La utilización del primer plano sirve para mostrar confianza e intimidad respecto al personaje.
3	La vida de nosotros en Las Vegas era una vida muy activa. Trabajábamos los dos mucho. Era muy llena de actividades, llena de cosas.	Zoom in de fotografía de Las Vegas Zoom out de fotografía de Las Vegas Primer plano de esposa de José Zoom in de fotografía de José y su esposa	El zoom in y zoom out sirven para acerca y alejar la imagen, respectivamente. En este caso son utilizados en las fotografías de la ciudad de Las Vegas y de José y su esposa juntos, las cuales son presentadas en la escena mientras la esposa de José narra cómo era su vida antes.
4	Cambio de fondo musical		El fondo musical que venía de alegre cambia a uno

	Todo eso terminó, el día de su accidente, del derrame que sufrió.	Zoom in de fotografía de José en el hospital y primer plano de su esposa Zoom out de fotografía de José en una cama de hospital	más dramático, lo cual tiene que ver con lo que se está diciendo. Hay una combinación de movimientos técnicos con un primer plano del rostro de la esposa del discapacitado. Para que las personas puedan entender del problema se presentan unas fotografías del discapacitado en una cama de hospital.
5	Esto le sucedió a las dos de la mañana, cuando él estaba dormido. Un coágulo de sangre le cerró una arteria en el cerebro, estuvo dos meses hospitalizado.	Primer plano de su esposa Zoom in de fotografía de José y su esposa en el hospital Primer plano esposa Zoom out de fotografía de José	Al igual que en la escena anterior se presentan fotografía de José en la cama de un hospital para que la audiencia pueda comprender lo que le sucedió.
6	Estuvo casi cuatro semanas en cuidados intensivos. Fue algo totalmente inesperado y eso cambió la vida de nosotros, en todo sentido.	Primer plano esposa de José Zoom in de fotografía de José en el hospital y primer plano de su esposa	Los primeros planos sirven mostrar las expresiones en el rostro de la esposa de José.
7	Fondo musical Hasta que al fin poco a poco empezó a recuperarse, a tener un poquito más de fuerza, al principio él no podía ni siquiera sentarse.	Plano medio de José y su esposa Primer plano de su esposa	Cambio del fondo musical a una melodía más alegre por lo que se está diciendo de la superación que ha tenido el discapacitado. En el plano medio aparece el personaje a la altura de la mirada del espectador, con esto se consigue apreciar la acción en el personaje. En la escena aparece José y su esposa sentados, conversando.
8	Un mes después nos permitieron llevarlo para la casa. Y fue cuando empezó su digamos	Zoom out de fotografía de José y su familia Primer plano esposa de José	El primer plano lo utilizan para ver las expresiones en el rostro del que habla y el plano tres cuartos para ver la acción de la persona, en esta escena se

	rehabilitación.	Plano tres cuartos de esposa de José acercándose a su esposo	puede ver a la esposa de José ayudándolo a levantarse.
9	Pero realmente no fue como tenía que haber sido, las terapias que él necesitaba, desde el principio y en el fondo él lo sabía porque él se daba cuenta.	Primer plano esposa de José Plano tres cuartos de José y su esposa mientras ella lo ayuda a levantar su pierna Primer plano de esposa de José	El plano tres cuartos es ideal para captar a las personas interactuando. En esta parte aparece José y su esposa mientras ella lo ayuda a levantar su pierna, lo cual se puede relacionar con lo que dice ella que “la rehabilitación no fue como tenía que haber sido” porque no habían profesionales ayudándolo.
10	Él quería decirnos y nosotros sí le entendíamos que él quería algo en El Salvador.	Primer plano largo de José, ángulo normal Primer plano de su esposa, ángulo normal	Estos tipos de plano como ya se mencionó sirven para mostrar las emociones o estado anímico del personaje, lo cual hace más fácil que el televidente comprenda el discurso transmitido.
11	No sé cómo él se forzó tanto que pudo decir FUNTER, nos dimos cuenta que era un centro de rehabilitación aquí en El Salvador.	Primer plano largo de José, ángulo normal y primer plano de su esposa	En esta escena usan el primer plano en el rostro de José, quien pronuncia la palabra FUNTER.
12	Eso era lo que él nos quería decir porque le dimos la opción de regresar a California, porque en California hay otro centro grande de rehabilitación pero él no, él	Primer plano largo de José, ángulo normal y primer plano de su esposa	El primer plano muestra el rostro de José sonriendo

	quería venir a El Salvador.		
13	Lo que nosotros hicimos, es que nosotros hicimos dos carteles, en uno decía California y en el otro El Salvador y él señalaba donde decía El Salvador.	plano medio de José primer plano de su esposa plano general corto de José y su esposa, mientras ella le amarra la cinta a sus zapatos	El primer plano de la esposa de José lo usan tanto para mostrar las expresiones en su rostro como el movimiento que hace de sus manos. Mientras que la utilización del plano general corto en esta escena es con el fin de reflejar la acción de los personajes.
14	No lo logramos convencer de que se quedará allá, él aquí quería venir y aquí es donde él se está recuperando.	primer plano de su esposa paneo de las instalaciones de Funter Merliot plano medio, ángulo normal de José recibiendo terapia en Funter y primer plano largo de su esposa	Se muestran en la imagen las instalaciones de Funter y aparece una data de ubicación que dice Funter Merliot. También se usa el plano medio donde aparece José recibiendo terapia mientras su esposa lo observa.
15	Aquí hay mucha tecnología, mucho conocimiento, la gente está bien capacitada para lidiar casos como el de él.	plano de detalle de la mano de José y primer plano de su esposa zoom out del rostro de José primer plano de su esposa	En esta escena se hace uso del plano de detalle de la mano de José para que el televidente observe el moviendo de su mano y brazo mientras recibe su terapia. También se utilizan un el zoom out que parte del rostro de José y termina mostrando a una enfermera realizando la terapia.
16	y a pesar de que habían pasado varios meses, sin recibir una terapia formal si le podemos decir así, lo aceptaron y empezaron a trabajar con él.	plano de detalle a la mano de José plano medio de José recibiendo terapia y plano medio de su esposa observando. Primer plano de su esposa y plano medio de José caminando en una barra.	En esta escena se usa el plano de detalle para ver el movimiento de la mano de José y los planos medios para mostrar cómo José realiza su terapia en Funter.

17	<p>Y de esa terapia física está trabajando muy bien, y es que lo hacen con amor. Y él lo siente, lo sabe y quizás eso sea una de las cosas que lo motivan a él a seguir ahí.</p>	<p>Primer plano de su esposa Plano de detalle a los pies de José subiendo a una grada y tilt up primer plano de su esposa. Tilt up de José en una barra sonriendo junto con una fisioterapeuta</p>	<p>El primer plano lo utilizan para captar la felicidad en el rostro de la esposa de José por el progreso de la rehabilitación de José. Además se usan los tilt up que son movimientos de cámara utilizados para destacar la magnificencia de algo o superioridad, en este caso se muestra el movimiento de cámara que empieza desde los pies de José subiendo una grada y termina en su cabeza, lo cual se puede interpretar que lo usaron para destacar el avance que el ha tenido en Funter.</p>
18	<p>El trato que él ha recibido en Funter ha sido algo que yo no me esperaba.</p>	<p>Tilt down hasta las manos de José, quién es ayudado por una fisioterapeuta a mover sus manos Primer plano de su esposa y plano de detalle de las manos de José depositando objetos en un frasco.</p>	<p>Este movimiento de cámara, es lo contrario al anterior, es un movimiento descendente que ofrece una perspectiva visual inferior, es decir, lo que se ha hecho en la escena es minimizado la figura de José, ya que se muestra que él aun no puede realizar algunos movimientos por él mismo sino que con la ayuda de alguien más.</p>
19	<p>Hay personas que le han dado mucho cariño, que lo han animado, que lo han hecho reír.</p>	<p>Primer plano de su esposa y plano medio de José, quien es persignado por un enfermero. Plano medio de José y una enfermera sonriendo.</p>	<p>En esta parte se muestran imágenes utilizando planos medios en los que se percibe a personal de Funter siendo amigables con el discapacitado.</p>
20	<p>No solo la terapia, sino que amistad y consuelo y apoyo, motivación para seguir adelante que eso juega</p>	<p>Primer plano de su esposa Primer plano largo de José y una enfermera</p>	<p>Hacen uso de los primeros planos para destacar las sonrisas en los rostros de José y la enfermera.</p>

	un papel muy importante en la rehabilitación de una persona.	Primer plano de su esposa Plano medio de José y una enfermera haciendo movimientos de mano	
21	Las atenciones que ha recibido en Funter, todas las terapias, la amabilidad de las personas son las que también a él le han enseñado a hablar, ya empieza a decir palabras, oraciones cortitas él las puede decir.	Primer plano de su esposa Plano de detalle de las manos de José colocando unos conos y tilt up hasta su rostro Primer plano de su esposa	en esta escena se hace uso del tilt up que como ya se dijo se usa para reflejar superioridad. El movimiento parte de las manos de José colocando unos conos y termina en su rostro, lo cual transmite el mensaje que él ha podido superarse a través de la terapias que recibe en Funter.
22	Lata, pala.	Plano medio de José y su esposa y un paneo Plano medio de José y su esposa y plano de detalle a la mano de su esposa sosteniendo un dibujo con la palabra pala.	Los planos medios utilizados en esta escena sirven para mostrar las acciones de los personajes, en este caso la esposa está enseñando a José a pronunciar palabras.
23	Yo creo que si vamos a lograr salir de todo eso y nos vamos a lograr parar los dos. Y esto ha sido una experiencia sí dura y llena de lágrimas pero poquito a poco yo voy viendo que las experiencias que uno vive como que lo van haciendo más fuerte a uno.	Primer plano de su esposa Primer plano y zoom out del rostro de José llorando Zoom out del rostro de su esposa limpiándose las lágrimas y paneo hacia José y un enfermero Primer plano de su esposa	Los movimientos técnicos y los primeros planos en esta escena aportan dramatismo a la producción, ya que se capta el rostro de José llorando al igual que su esposa
24	Mientras uno tenga un cachito de vida hay que luchar y hay que salir adelante como de lugar.	Primer plano de José Zoom out y plano general corto de José y su esposa caminando	En este caso se usa el plano general corto en el que José y su esposa caminan para mostrar que el discapacitado y su esposa han conseguido seguir

	No importar si uno se encuentra con personas negativas, eso hay que hacerlo a un lado.	Primer plano de su esposa y plano general corto, ángulo de picado mientras José y su esposa suben unas escaleras Primer plano de su esposa	con su vida normal. Además han usado el ángulo picado mientras José y su esposa suben una escalera, este tipo de ángulo pone al sujeto en una situación vulnerable, lo cual se puede interpretar que han usado este ángulo para mostrar la dificultad de José al subir las escaleras.
25	Uno hay que escuchar a las personas que son positivas y que lo apoyan a uno. Esas son las personas que valen la pena	Plano general corto de José, su esposa y un enfermero, quien le sostiene la mano a José. Paneo, plano medio, ángulo normal de José, su esposa y una doctora. Primer plano de su esposa	En esta escena mientras la esposa de José habla de escuchar a personas buenas y que brinden su apoyo, pasan imágenes del personal de Funter conversando con José. Es decir, se transmite el mensaje que las personas buenas y que pueden darte apoyo están únicamente en Funter.
26	Adelante, no, su pie tiene que quedar adelante del otro	Tilt up de José mientras da unos pasos	
27	y eso es lo que nosotros hemos venido a encontrar en Funter y no solo él, yo también.	Primer plano de su esposa Plano medio de José y su esposa caminando agarrados de la mano Primer plano de su esposa	Los primeros planos los utilizan para plasmar las expresiones en el rostro de la esposa de José y el plano medio para ver las acciones José y su esposa mientras caminan por los pasillos de Funter.
28	Gracias Funter	Plano medio de José	El plano medio es usado para mostrar a José sentado, quien con dificultad pronuncia las palabras: Gracias Funter

Guión Técnico y Literario J

Campaña Teletón 2012-2013 Historia Teletón Carlos Uziel Alfaro 02 Febrero/2013 05'41" Capsula/Expectativa; pauta diaria			
#	Audio	Imagen	Interpretación
1	Entra fondo	DATA: Puerto de Acajutla, Sonsonate Plano general y Paneo del Puerto de Acajutla Plano general y Zoom out al Puerto de Acajutla	La producción inicia con un fondo musical triste, una data que nos ubica el lugar donde viven los personajes de la historia. Los planos generales usualmente se usan para mostrar un gran escenario, lugares o paisajes. En este caso fueron usados para hacer tomas del Puerto de Acajutla lugar donde habita Carlos Uziel y su familia.
2	Cuando me comentó mi esposa que ella estaba embarazada pues yo feliz. Yo toda la vida dije mi primer hijo, ya después si fueron las complicaciones que ella se me enfermó, la tuvimos 15 días en la primero de mayo.	Primer plano del papá de Carlos Primer plano del rostro de Carlos Primer plano del papá de Carlos zoom out y plano medios de Carlos, su padre y su madre, frente a una computadora.	En esta escena se presentan a los personajes de la historia, para ello se realizan diferentes tomas y se hace uso mayormente de los primeros planos para captar los rostros de los actantes.

3	<p>Luego que la dieron pa la casa que ya estaba bien, ya con más cuidado. A los 15 días de eso, volvió a recaer y ella rompe fuente.</p>	<p>Primer plano del papá de Carlos Plano medio y ángulo normal de Carlos, su papá y su mamá en el comedor Primer plano del papá de Carlos</p>	<p>En esta escena se usa el plano medio para mostrar a Carlos y su familia realizando acciones cotidianas como comer juntos en el comedor.</p>
4	<p>Llamaron a la policía y me llevaron al seguro. Cuando llegué allá me dijeron que yo iba hasta deshidratada ya. Me dice la doctora inmediatamente te vamos a mandar a cirugía, me dice.</p>	<p>Primer plano de la mamá de Carlos Plano medio y ángulo normal de la mamá de Carlos cocinando Primer plano de la mamá de Carlos</p>	<p>Se usan los primeros planos para captar las expresiones en el rostro de la mamá de Carlos y el plano medio para ver las acciones que realizan, ahí se muestra a la mujer cocinando</p>
5	<p>A mí me operaron a las cinco y cuarto de la mañana, a esa hora me sacaron al niño y cuando lo sacaron me dice el doctor; velo, me dijo, porque es un varón y él inmediatamente lloró.</p>	<p>Plano medio y ángulo normal de la mamá de Carlos sacando ropa de un ropero Primer plano de mamá de Carlos Plano medio y ángulo normal de Carlos jugando</p>	<p>El plano medio del niño jugando es utilizado como imagen de apoyo para lo que la mujer está hablando</p>
6	<p>Cambio de fondo musical</p>	<p>Plano medio de Carlos caminando empujando su andadera hasta</p>	<p>En esta escena se cambia el fondo musical que venía de uno alegre y pasa a uno más dramático y</p>

		<p>llegar a una grada de su casa y se sienta.</p> <p>Plano medio de Carlos sentado en una grada de su casa subiendo su andadera</p> <p>Tilt up de cuando Carlos se levanta y sube la grada</p> <p>Plano de detalle a los pies de Carlos mientras camina.</p>	<p>triste.</p> <p>La melodía es acompañada de una serie de imágenes del menor Carlos, en las que se puede ver su discapacidad así como el esfuerzo que hace el niño para moverse dentro de su hogar.</p> <p>El tilt up es utilizado para mostrar al niño cuando se levanta y sube una grada.</p> <p>Además se utiliza el plano de detalle para mostrar la discapacidad en los pies del niño</p>
7	<p>Me llamo Carlos Uziel Alfaro Flores, tengo seis años.</p> <p>Yo vivo con mi papá y mi mamá.</p> <p>Voy a la escuela y me gusta trabajar.</p>	<p>Primer plano, ángulo normal de Carlos</p> <p>Plano medio de Carlos, de su papá y su mamá, mientras su papá lo peina</p> <p>Primer plano de Carlos</p>	<p>Los primeros planos son usados para ver los gestos en el rostro del niño y el plano medio para apreciar la acción que realiza su padre de peinar su cabello.</p>
8	<p>Buenas notas me saco.</p>	<p>DATA: Escuela de Educación Parvularia, Acajutla</p>	<p>Aparece una data señalando el nombre de la escuela a la que asiste el niño.</p>

		Plano general corto de Carlos mientras camina empujando su andadera por unos pasillos de su escuela.	Los planos generales cortos se centran en el personajes y no en lo que sucede alrededor. Aquí se puede ver al niño caminando empujando su andadera por unos pasillos de su escuela.
9		Plano tres cuartos de la maestra de Carlos mientras canta en el salón de clases	El plano tres cuartos resulta adecuado para captar a las personas interactuando, por lo que es usado en esta escena para mostrar a la maestra cantando e invitando a Carlos a cantar.
		Plano medio de Carlos sentado en un silla en del salón de clases	Los planos medios en la escena se usan para ver las acciones de Carlos y su maestra.
		Plano medio y paneo de Carlos y su maestra, mientras Carlos canta	
10	Pasó el tiempo y ya a los ocho meses empezamos a ver que él no se paraba, no se sentaba bien.	Primer plano del papá de Carlos Plano medio de Carlos, su papá y su mamá Plano general corto de Carlos gateando en su casa Primer plano de su papá	Los primeros planos en la escena se usan para mostrar las emociones o estado anímico del padre del niño, y el plano general corto se centra en el niño que gatea en su casa lo cual lo relacionan cuando el padre dice que el niño no se paraba.
11	Nos dieron el diagnostico que era espasticidad, parálisis pero con espasticidad en sus brazos en sus piernas que no iba a poder caminar.	Plano general corto de Carlos gateando Primer plano de su papá Plano general corto de su mamá y Carlos tratando ponerse de pie	En esta escena tratan de poner en evidencia el problema de discapacidad que sufre el menor por lo que utilizan planos generales cortos del niño gateando y tratando de ponerse de pie

12	<p>Cuando pasó esto que nos dijo que era parálisis mi esposa se puso mal</p> <p>Pues si porque era mi primer hijo y pues si las complicaciones y todo.</p>	<p>Primer plano de su papá</p> <p>Primer plano de su mamá limpiándose las lagrimas</p>	<p>Los primeros planos en esta escena reflejan las emociones y sentimientos de los padres de Carlos, quienes al recordar el diagnostico dado de su hijo se ponen tristes.</p>
13	<p>Entonces ya nosotros mal porque puchica otra vez haber que hacíamos.</p> <p>Y nos dicen que te le hagan terapia.</p>	<p>Plano general corto de Carlos sentado en una grada de su casa subiendo su andadera</p> <p>Primer plano de su papá y plano medio de Carlos jugando</p> <p>Primer plano de su papá</p>	<p>La combinación de estos planos refleja una serie de emociones y acciones de los personajes</p>
14	<p>Cambio de fondo musical</p>	<p>Plano de detalle al logo de Funter</p> <p>DATA: Funter, Sonsonate</p> <p>Plano medio de Carlos y sus padres entrando a Funter y un paneo</p> <p>Plano medio del papá de Carlos cargando a su hijo y zoom out</p> <p>Plano de detalle a una placa en la que dice Gimnasio de Terapia Física</p>	<p>En esta escena se cambia el fondo musical que venía de triste, cambia a uno más alegre, combinado con una serie de imágenes realizadas en Funter.</p> <p>Los planos de detalle son usados para mostrar objetos que si no se usara este recurso pasaran desapercibidos como en este caso el logo de Funter que es importante destacar para fines de publicidad. También aparece una data que nos indica la sede de Funter en la que aparecen los actantes.</p> <p>Los planos medios en la escena son usados para ver las acciones de los personajes.</p>

15	Entrando a Funter él empezó a mejorarse, su calidad para caminar, su movimiento, el pasar de un lado a otro ya lo hacia él solo.	Plano general corto y zoom out de Carlos acostado en una colchoneta en Funter recibiendo terapia Primer plano de su papá	Este tipo de plano se centra en el personaje y no en lo que sucede alrededor
16	Sigo va Si, mi amor camine	Plano general corto y tilt up de Carlos mientras camina sostenido de una barra	En esta escena, las imágenes que aparecen del niño caminando refuerzan la escena anterior en la que su padre habla sobre los avances que ha tenido su hijo en Funter
17	Entonces vimos que sí, que le estaba ayudando bastante. Vaya donde su mamá despacio	Primer plano de su papá Zoom in y plano medio de Carlos caminando hasta su mamá	Los movimiento técnicos son combinados con el plano medio para ver el progreso del niño, quien en la escena camina hasta donde está su mamá
18	Él empezó a dar sus primeros pasos, a querer caminar en Funter. Para mí ha sido un gran logro y para Carlitos también porque todos estamos viendo la mejoría de él.	Primer plano del papá de Carlos Plano de detalle a la mano de Carlos que suelta la andadera y plano medio de Carlos caminando Primer plano de su padre	En esta escena, el niño hace una demostración que puede caminar sin su andadera por lo que se hace un plano de detalle a su mano mientras suelta la andadera y da unos pasos, para ver esa acción también se hace uso del plano medio
19	Todos estamos pendientes de eso porque mi esposa, ella se esmera	Plano general corto Carlos y su madre, mientras ella lo ve caminar	La imagen de esta escena se relaciona con lo que el padre de Carlos dice, sobre que su esposa está

	<p>con el niño igual yo pues.</p> <p>Toda la vida ha habido un apoyo entre la familia de ella y la mía.</p>	<p>Primer plano del papá de Carlos</p> <p>Plano general corto de Carlos caminando hasta su madre</p>	<p>pendiente del niño.</p>
20	<p>Mi papá ese señor es, yo le digo fíjese no tengo tal cosa vengase que aquí hay.</p> <p>Mi suegra es como la otra mamá pues.</p>	<p>Primer plano del papá de Carlos</p> <p>Plano medio de Carlos besando a su abuela y primer plano del papá de Carlos</p>	<p>En esta escena hacen uso del plano medio del niño besando a su abuela, como imagen de apoyo por lo el padre está hablando.</p>
21	<p>Hoy hemos venido donde mi mamá Dorita.</p> <p>He venido a jugar con mis primos.</p>	<p>DATA: Casa de Mamá Dorita, Metalio</p> <p>Plano general corto de Carlos caminando en la casa de su abuela</p> <p>Plano tres cuartos de los primos de Carlos</p> <p>Plano general corto de Carlos jugando pelota.</p> <p>Plano general corto de los niños jugando</p>	<p>El uso de la data es para que el televidente identifique el lugar donde se encuentran los actantes.</p> <p>Los planos generales cortos se centran en el menor paseándose y jugando en la casa de su abuela</p>
22	<p>Fondo musical</p>	<p>Plano medio del papá de Carlos alcanzando la pelota a su hijo para que la tire a una canasta de beisbol</p> <p>Plano de detalle de la canasta de beisbol</p>	<p>Los planos medios utilizados en esta escena sirven para mostrar las acciones de los personajes, en este caso el niño y su padre jugando.</p>

		Tilt down de Carlos junto a su abuela empujando de su andadera a un bebé	
23	Esto de un niño así es para que uno crezca mentalmente y que uno se evalúe y diga yo puedo seguir adelante, yo puedo apoyar a mi hijo.	Plano medio de Carlos y su papá en el comedor Tilt up de Carlos mientras se pone de pie Plano medio de la mamá de Carlos llevando un plato de comida Primer plano del papá de Carlos	Los planos medios en esta escena reflejan los movimientos de los actantes mientras que el tilt up del niño poniéndose de pie muestra la superioridad del menor.
24	Para nosotros que el niño tenga una dificultad no es un obstáculo. Hemos madurado y sabido crecer a la par de él.	Primer plano de la mamá de Carlos Primer plano del papá de Carlos Primer plano de Carlos en una computadora junto a su padre	Los primeros planos utilizados en esta escena captan las emociones de los padres del niño.
25	Si él me puso un niño especial lo hizo porque sabía de que yo en mi corazón podía llevar eso igual a los otros padres que tienen otros hijos especiales.	Primer plano del papá de Carlos Plano medio del papá de Carlos en una computadora junto a su hijo Primer plano del papá de Carlos Tilt up de Carlos poniéndose de pie	Al igual que en la escena anterior, en esta se usan los primeros planos para ver las expresiones en el rostro del padre del niño y el tilt up para mostrar al niño poniéndose de pie.

26	<p>Él no pone cargas más pesadas de lo que uno no pueda llevar.</p> <p>La doctora me habla de una operación para abrir pierna, para que él no tope demasiado y esperamos en Dios que le ayude bastante.</p>	<p>Primer plano del papá de Carlos Tilt up y plano medio de Carlos caminando con su andadera Primer plano de la mamá de Carlos Plano tres cuartos de Carlos caminando Primer plano de su mamá</p>	<p>Los primeros planos utilizados con los padres del menor sirven para transmitir confianza a los televidentes por los gestos en los rostros de los actantes. Mientras el plano tres cuartos es utilizado para ver el comportamiento del menor.</p>
27	<p>Yo a él siempre le he dicho que deseo que después de la operación pues lo primero que quiero ver es que venga él caminando, sin miedo.</p>	<p>Primer plano de abuela de Carlos</p>	<p>En esta escena como en todas el primer plano lo usan para evidenciar las expresiones en el rostro de la abuela del niño</p>
28	<p>Yo sueño ver al niño jugar pelota, andar corriendo, ese es mi sueño</p> <p>Gracias a Dios somos una familia, tenemos a nuestro hijo, esperamos otro</p>	<p>Primer plano Papá de Carlos</p> <p>Plano medio de Carlos, de su papá y su mamá, mientras su papá lo peina Primer plano de Carlos Primer plano mamá de Carlos</p>	<p>Se hacen uso de los primero planos y del plano medio para reflejar los gestos en los rostros de los padres del niño y para mostrar al niño y a su familia, respectivamente.</p>
29	<p>Ahora con el nuevo niño que viene pues más grande la familia y yo feliz, yo con mi familia feliz.</p>	<p>Primer plano papá de Carlos Plano general corto de Carlos junto a sus padres Primer plano papá de Carlos Paneo y plano medio de Carlos mientras juega en un deslizadero</p>	<p>El primer plano utilizado en esta escena capta la alegría reflejada en el rostro del padre del niño</p>

ANEXO 2

Instrumento de vaciado de la frecuencia observada

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013”

5. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	
		Contra Picado	
		Subjetivo	
	Plano	Detalle	
		Primer Plano	
	Fondo Musical	Música Incidental	
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	
		Funter	
		Casa	
	Personaje	Familiar	
		“Famoso”	

		Discapacitado	
--	--	---------------	--

6. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	
		Verbal	
	Alegría	Kinésica	
		Verbal	

7. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	
		Funter	
		TCS	
		Patrocinador-Colaborador	
	Mención	Teletón	

		Funter	
		TCS	
		Patrocinador-Colaborador	

8. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	
		Palabra Apoyar	
		Únete	
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	
		Todos los discapacitados	
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	
		Funter como única opción	
		Discapacitados Física como	

		único universo	
--	--	----------------	--

ANEXO 3

Frecuencia observada en Muestra Seleccionada

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013”

VIDEO 1

Campaña Teletón 2012-2013

Jingle Teletón 2013 'Mueve tu corazón'

01 Nov/12

2'12"

Spot/Jingle; pauta permanente de campaña

9. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	7 tomas
		Contra Picado	0
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	3 tomas
		Primer Plano	9 tomas
	Fondo Musical	Música Incidental	0
	Locación	Estudio	0
		Funter	15 tomas en Funter

Estética (Asociación Psicoemotiva)	Audiovisual		Casa	0
		Personaje	Familiar	0
			“Famoso”	3 cantantes
			Discapacitado	22 niños

10. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	0
		Verbal	0
	Alegría	Kinésica	70 tomas
		Verbal	7 palabras

11. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	90

		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	21
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

12. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	2
		Palabra Apoyar	17
		Únete	8
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	5
		Todos los discapacitados	0

	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	0
		Funter como única opción	0
		Discapacitados Cicomotric como único universo	22 niños

VIDEO 2

Campaña Teletón 2012-2013

Medios unidos por Teletón

10/12/12

0'30"

Spot/pauta mensual

1. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	0
		Contra Picado	0
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	0
		Primer Plano	15
	Fondo Musical	Música Incidental	1
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	0
		Casa	0
	Personaje	Familiar	0
		“Famoso”	0

		Discapacitado	0
--	--	---------------	---

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	0
		Verbal	0
	Alegría	Kinésica	0
		Verbal	0

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	2
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	11

	Mención	Teletón	1
		Funter	0
		TCS	3
		Patrocinador-Colaborador	11

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	0
		Palabra Apoyar	11
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	0
		Funter como única opción	0
		Discapacitados Física como	0

		único universo	
--	--	----------------	--

VIDEO 3**Campaña Teletón 2012-2013**

Cuenta regresiva Teletón 2013 Madre de familia

13 enero/12

0'21"

Spot/Expectativa

1. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	0
		Contra Picado	0
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	0
		Primer Plano	1
	Fondo Musical	Música Incidental	0
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	1
		Casa	0
	Personaje	Familiar	1
		“Famoso”	0
		Discapacitado	0

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	0
		Verbal	0
	Alegría	Kinésica	1
		Verbal	1

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	1
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	2

		Funter	1
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	1
		Palabra Apoyar	1
		Únete	1
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	1
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	1
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	0
		Funter como única opción	0
		Discapacitados Físicos como	0

		único universo	
--	--	----------------	--

VIDEO 4**Campaña Teletón 2012-2013**

Teletón 2013 bailarina - Cosas Buenas Fundación TCS

18 Ene/13

0'45"

Spot/pauta mensual

1. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	4
		Contra Picado	0
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	2
		Primer Plano	2
	Fondo Musical	Música Incidental	1
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	1
		Casa	0
	Personaje	Familiar	0
		“Famoso”	0
		Discapacitado	1

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	1
		Verbal	0
	Alegría	Kinésica	3
		Verbal	8

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	0
		Funter	0
		TCS	1
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	0

		Funter	0
		TCS	1
		Patrocinador-Colaborador	0

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	1
		Palabra Apoyar	1
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	0
		Funter como única opción	0
		Discapacitados único	0

		universo	
--	--	----------	--

VIDEO 5**Campaña Teletón 2012-2013**

Compra tu pulsera Teletón 2013 Kenia y Gerardo

03 Dic/12

0'41"

Spot; pauta mensual

1. Estética Audiovisual

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	0
		Contra Picado	0
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	2
		Primer Plano	0
	Fondo Musical	Música Incidental	0
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	4
		Funter	0
		Casa	0
	Personaje	Familiar	0
		“Famoso”	2
		Discapacitado	0

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	0
		Verbal	0
	Alegría	Kinésica	2
		Verbal	0

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	1
		Funter	1
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	9
	Mención	Teletón	2

		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	3
		Palabra Apoyar	5
		Únete	1
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	1
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	0
		Funter como única opción	0
		Discapacitados único	0

		universo	
--	--	----------	--

VIDEO 6**Campaña Teletón 2012-2013**

Historia Teletón Katherine Guadalupe Cortez

01 Febrero/2013

05'06"

Capsula/Expectativa; pauta diaria

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA	
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	4	
		Contra Picado	0	
		Subjetivo	0	
	Plano	Detalle	5	
		Primer Plano	27	
	Fondo Musical	Música Incidental	3	
	Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
			Funter	4
			Casa	42
Personaje		Familiar	3	
	“Famoso”	0		
	Discapacitado	1		

1. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	2 tomas de llanto
		Verbal	2
	Alegría	Kinésica	3 Tomas de sonrisas
		Verbal	6

2. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	0
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	1
		Funter	3

		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

3. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	2
		Palabra Apoyar	1
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	1
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	23
		Funter como única opción	2
		Discapacitados Física como único universo	4

Observación: Se notan en las tomas de planos de detalle, a la niña caminando descalza sobre la tierra, cuando en otras tomas claramente se ve que ella tiene zapatos.

VIDEO 7**Campaña Teletón 2012-2013**

Historia Teletón Maritza Roxana Portillo

02 Feb/13

6'00"

Capsula; pauta diaria

1. Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	6
		Contra Picado	2
		Subjetivo	1
	Plano	Detalle	5
		Primer Plano	13
	Fondo Musical	Música Incidental	2
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	7
		Casa	30
	Personaje	Familiar	0
		“Famoso”	0

		Discapacitado	1
--	--	---------------	---

2. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	2 tomas de tristeza
		Verbal	2
	Alegría	Kinésica	6 Tomas de sonrisas
		Verbal	3

3. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	0
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

	Mención	Teletón	0
		Funter	1
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

4. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	0
		Palabra Apoyar	0
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	10
		Funter como única opción	0

		Discapitados Física como único universo	1
--	--	--	---

VIDEO 8**Campaña Teletón 2012-2013**

Historia Teletón Gilmar Iraheta

02 Nov/12

5'54"

Capsula; Pauta diaria

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	7
		Contra Picado	1
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	9
		Primer Plano	18
	Fondo Musical	Música Incidental	2
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	10
		Casa	56
	Personaje	Familiar	1
		“Famoso”	0
		Discapacitado	1

1. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	3 tomas de tristeza
		Verbal	5
	Alegría	Kinésica	3 Tomas de sonrisas
		Verbal	2

2. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	0
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	0
		Funter	4

		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

3. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	0
		Palabra Apoyar	3
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	0
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	55
		Funter como única opción	5
		Discapacitados Física como único universo	10

VIDEO 9**Campaña Teletón 2012-2013**

Historia Teletón José Luis Guzmán

01 Febrero/2013

05'49"

Capsula/Expectativa; pauta diaria

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	5
		Contra Picado	1
		Subjetivo	1
	Plano	Detalle	8
		Primer Plano	25
	Fondo Musical	Música Incidental	3
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	25
		Casa	60
	Personaje	Familiar	1
		“Famoso”	0
		Discapacitado	1

1. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	3 tomas de tristeza
		Verbal	3
	Alegría	Kinésica	2Tomas de sonrisas
		Verbal	1

2. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	0
		Funter	0
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	0

		Funter	6
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

3. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	0
		Palabra Apoyar	3
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	2
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	7
		Funter como única opción	1
		Discapacitados Física como	10

		único universo	
--	--	----------------	--

VIDEO 10

Campaña Teletón 2012-2013

Historia Teletón Carlos Uziel Alfaro

02 Febrero/2013

05'41"

Capsula/Expectativa; pauta diaria

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Ángulos	Picado	7
		Contra Picado	0
		Subjetivo	0
	Plano	Detalle	8
		Primer Plano	31
	Fondo Musical	Música Incidental	3
Estética Audiovisual (Asociación Psicoemotiva)	Locación	Estudio	0
		Funter	8
		Casa	67
	Personaje	Familiar	3
		“Famoso”	0
		Discapacitado	1

1. Sentimientos o Emociones

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Sentimientos o Emociones	Tristeza	Kinésica	6 tomas de llanto
		Verbal	3
	Alegría	Kinésica	5 Tomas de sonrisas
		Verbal	4

2. Imagen de Marca

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Imagen de Marca	Logotipo	Teletón	1
		Funter	2
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0
	Mención	Teletón	0

		Funter	3
		TCS	0
		Patrocinador-Colaborador	0

3. Manipulación

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADOR	
Manipulación	Donativo	Palabra Donar	0
		Palabra Apoyar	2
		Únete	0
	Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	0
		Todos los discapacitados	0
	Sugestión	Oraciones de Posibilidad	2
	Estereotipo de discapacidad	Pobreza	4
		Funter como única opción	0
		Discapacitados Física como	1

		único universo	
--	--	----------------	--

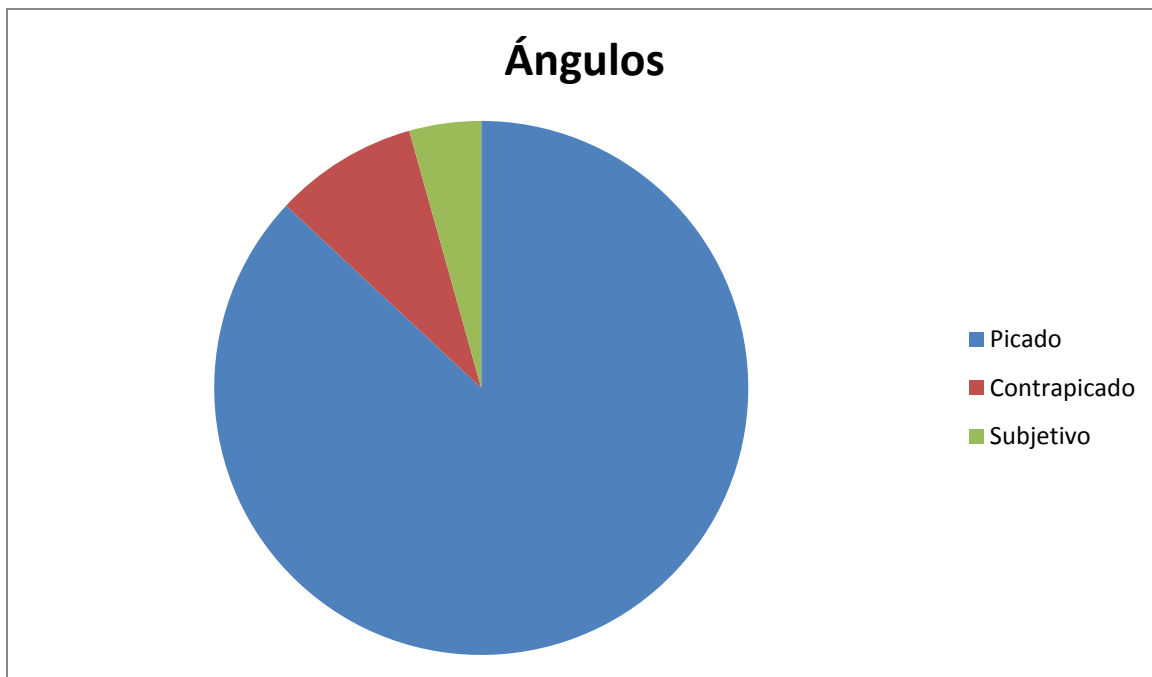
ANEXO 4

Frecuencia Gráfica

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013”

- **CATEGORÍA AUDIOVISUAL**

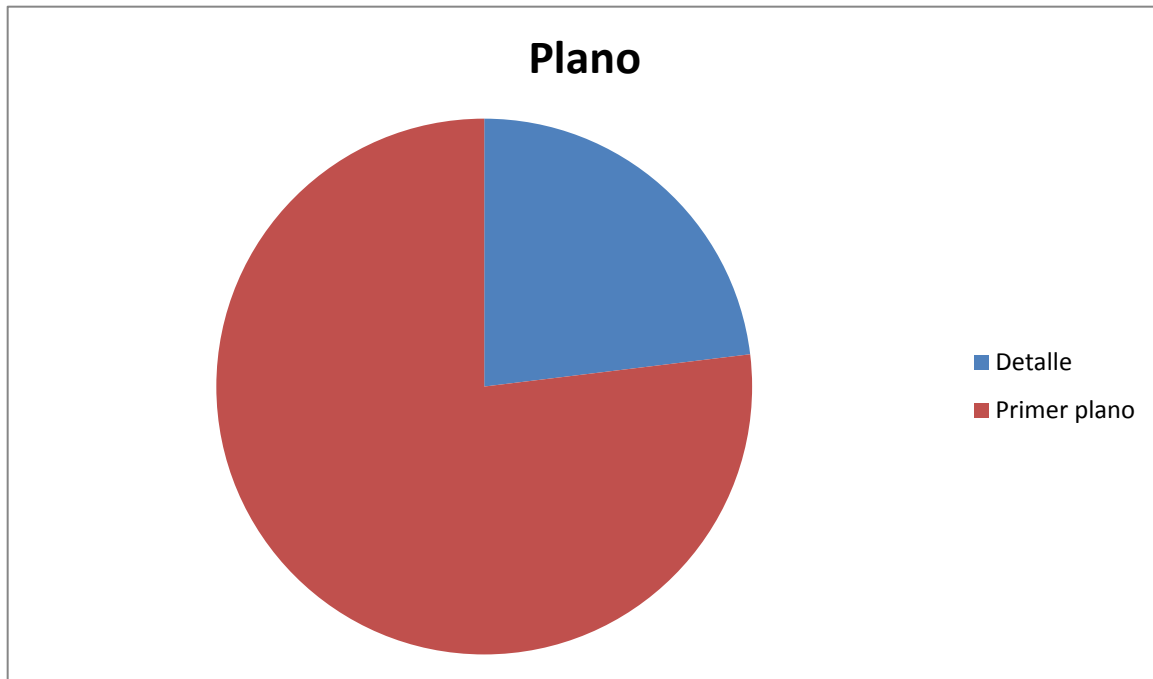
SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Ángulos	Picado	40 tomas
	Contra Picado	4
	Subjetivo	2



Del total de la muestra estudiada, la mayor parte de los ángulos que podrían tener un grado de manipulación, fueron los picados, que semióticamente se interpretan como una intencionalidad de hacer inferior al actante en la escena, seguido de los contrapicados, que realzan al actante, usualmente, en las capsulas de la Teletón utilizadas cuando los personajes discapacitados dan sus primeros pasos dentro de las instalaciones de FUNTER.

- **Categoría Audiovisual**

SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Plano	Detalle	42 tomas
	Primer Plano	140 tomas



La mayor parte de los planos utilizados fueron los primeros planos, los cuales Presenta la cara del personaje y su hombro. La cámara está muy cerca de los elementos que registra.

Aporta esencialmente un valor expresivo al audiovisual. Sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes. Añade calor y detalle a la trama (representa el adjetivo de la frase). El primer plano suele tener una corta duración y se suele intercalar con otros planos, ya que aporta poca información sobre lo que hace el personaje y sobre el entorno que le rodea

- **Categoría Audiovisual**

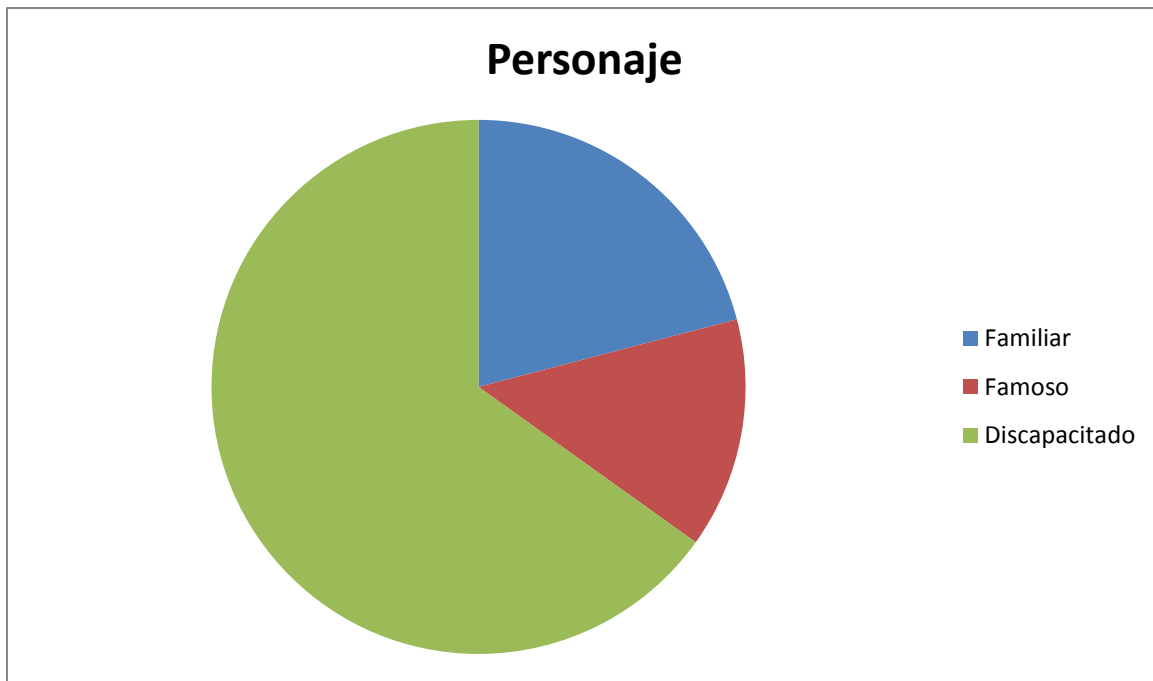
SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Locación	Estudio	5
	Funter	70 tomas en Funter
	Casa	255



Las locaciones que predominaron dentro de la estructura narrativa audiovisual de las capsulas y spots estudiados fueron las tomas realizadas en las casas de los discapacitados protagonistas de las diferentes historias y videos testimoniales, Situación que permite conocer el desarrollo de las personas en su ambiente familiar, colonias, carencias económicas, etc.

- **Categoría Audiovisual**

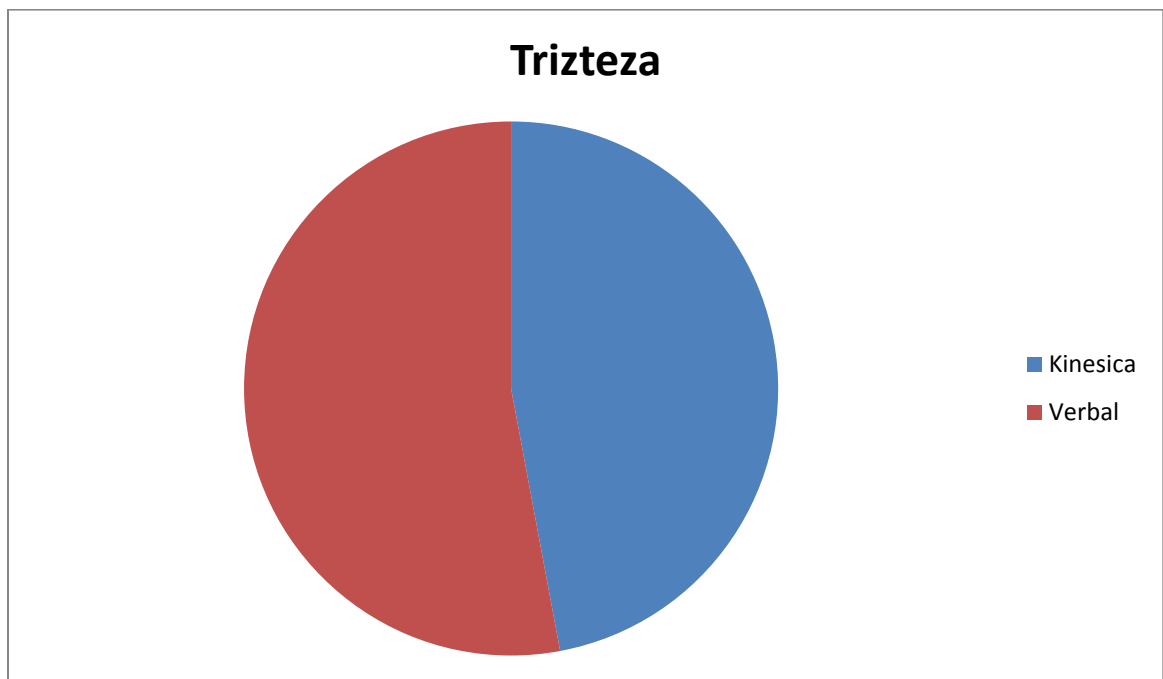
SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Personaje	Familiar	9
	“Famoso”	6
	Discapacitado	28



Los personajes que predominaron en las muestras fueron las y los discapacitados, cuyas historias son el eje central del discurso, perseverancia, retos y obstáculos, seguido de familiares que sufren por la situación del discapacitado; y personajes televisivos o del espectáculo que reafirman la sugestión para la donación.

- **CATEGORÍA SENTIMIENTO O EMOCIONES**

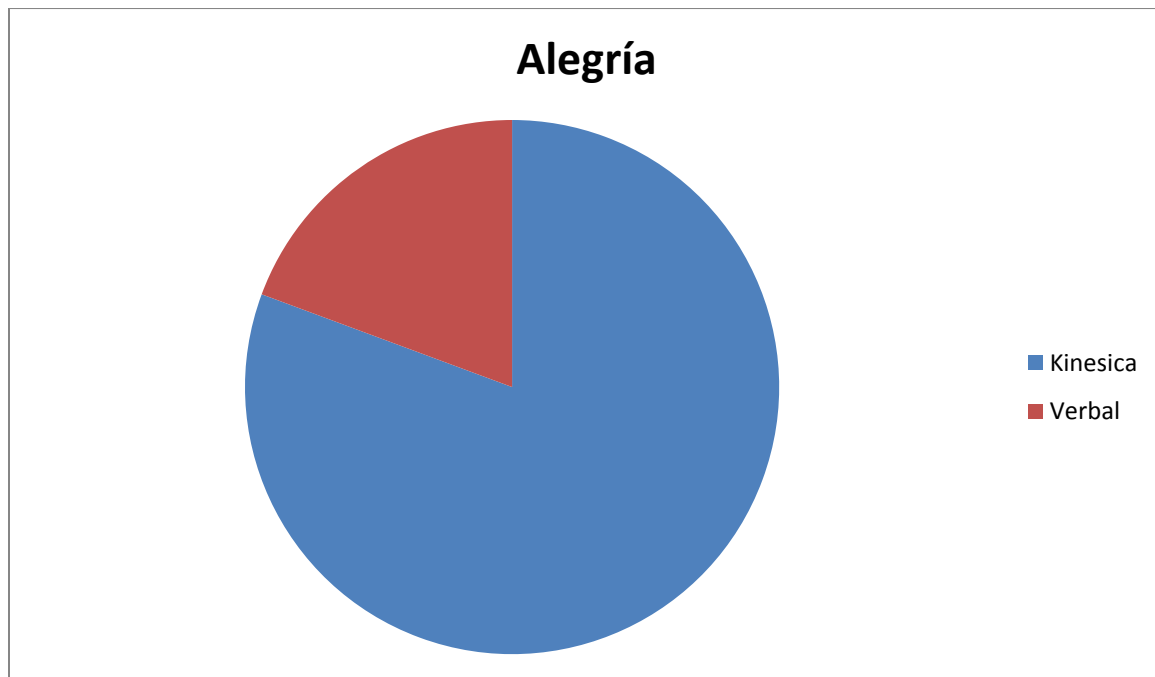
SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Tristeza	Kinésica	16
	Verbal	18



Las manifestaciones de la tristeza en los documentos audiovisuales estudiados comparten casi las mismas proporciones, cuidándose que tanto en los diálogos y las imágenes compartan el mismo rol protagónico.

- **Categoría Sentimiento o Emociones**

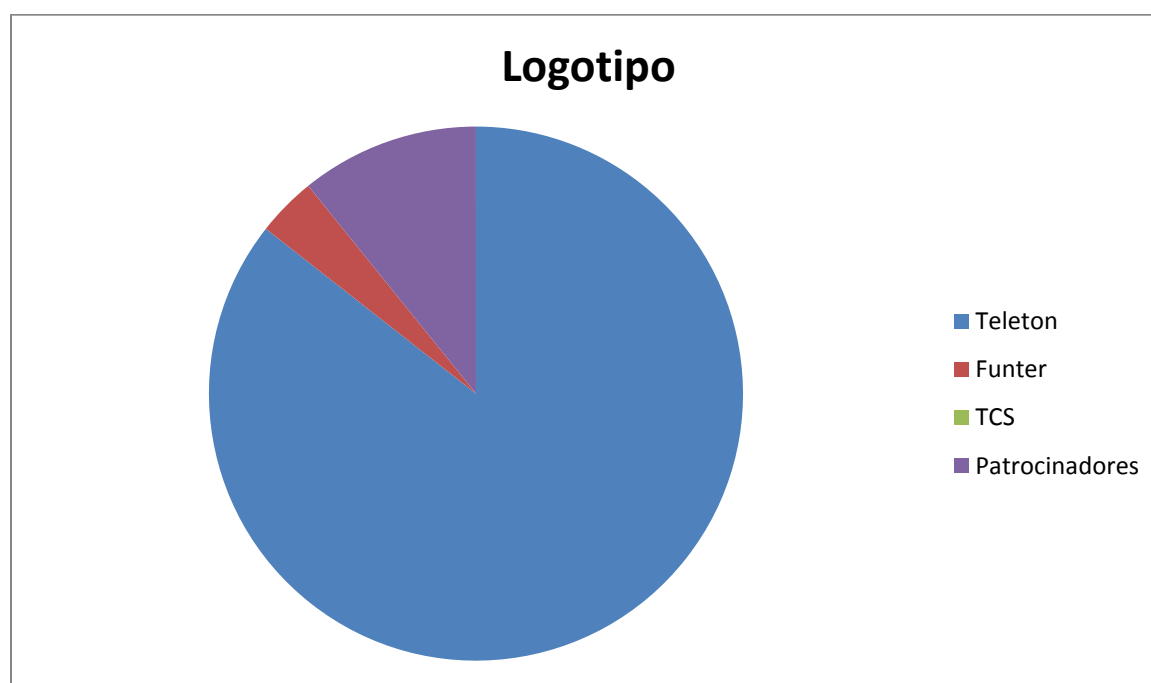
SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Alegría	Kinésica	100 tomas
	Verbal	24 palabras



Por otra parte, las risas y muestras de cariño o triunfo fueron manifestadas, mayormente por las manifestaciones tangibles, como risas y muestras de ánimo..

- **CATEGORÍA IMAGEN DE MARCA**

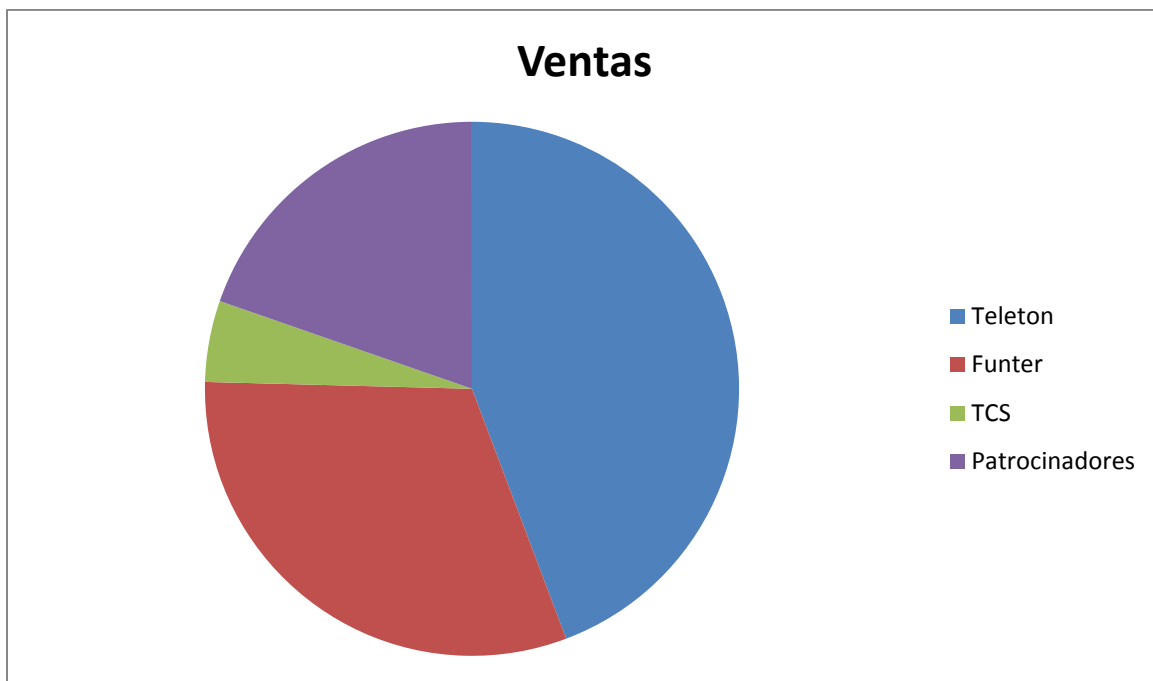
SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Logotipo	Teletón	95
	Funter	4
	TCS	0
	Patrocinador-Colaborador	12



La imagen de marca que los productores desean posicionar es la marca Teletón, que converge en el día que se reciben la mayor parte de las donaciones de la campaña

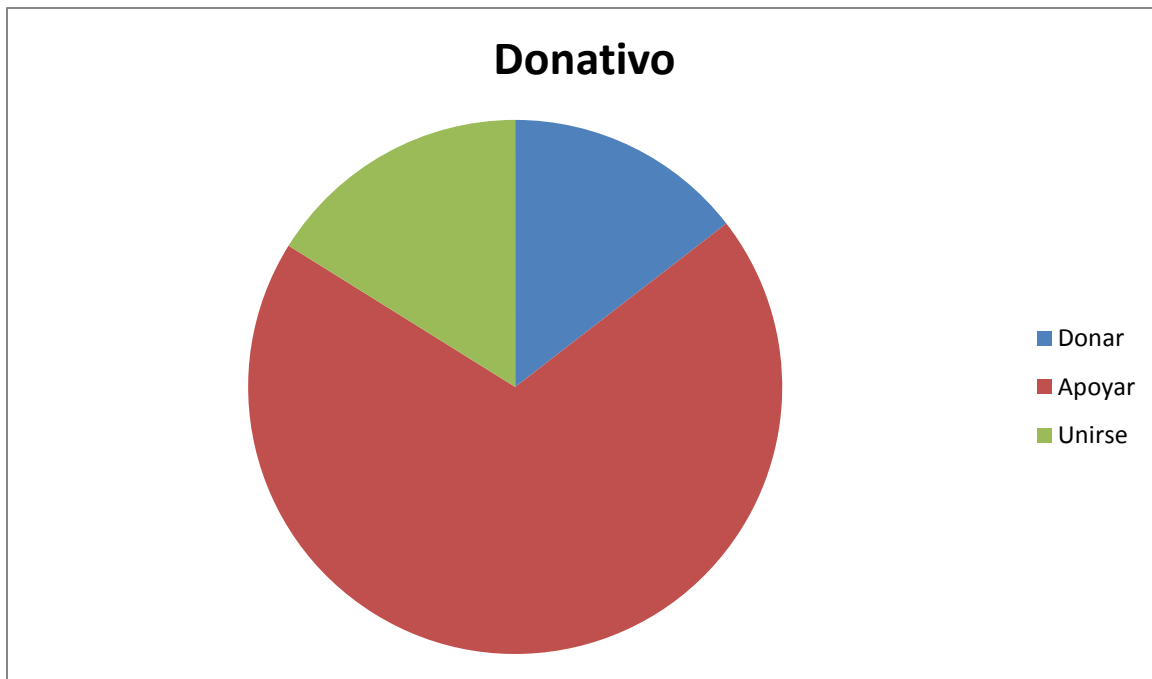
- **Categoría Imagen de marca**

SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Mención	Teletón	27
	Funter	19
	TCS	3
	Patrocinador-Colaborador	12



- **CATEGORÍA MANIPULACIÓN**

SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Donativo	Palabra Donar	9
	Palabra Apoyar	43
	Únete	10



- **Categoría Manipulación**

SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Generalización de discapacidad	Todo El Salvador	7
	Todos los discapacitados	1



- **Categoría Manipulación**

SUBCATEGORIA	INDICADOR	FRECUENCIA
Estereotipo de discapacidad	Pobreza	99
	Funter como única opción	8
	Discapitados Física como único universo	48 Discapitados físicas



ANEXO 5

Cuestionario para Entrevista en Profundidad

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales

difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

- 1) ¿Cómo definiría la discapacidad?
- 2) ¿Qué opinión merece para ustedes el fenómeno mediático de la Teletón?
- 3) Como organizaciones que velan por los derechos de las personas con discapacidad, ¿validan la labor ejecutada por Funter?
- 4) ¿A qué le atribuyen el éxito que ha tenido la Fundación Teletón pro-rehabilitación en el país?
- 5) ¿Cuál creen que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación?
- 6) ¿Creen que en el fenómeno de la Teletón se generaliza la ayuda que se brinda a las personas con discapacidad?
- 7) ¿Consideran que la Teletón ha venido a opacar la labor que realizan las diferentes organizaciones de la sociedad civil?
- 8) ¿Qué opinan del apoyo que recibe la Teletón de empresas privadas?
- 9) ¿Creen que el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación en el tema de discapacitados y delegando responsabilidades en organismos privados como lo es Funter?
- 10) Cómo evalúan la participación de personas con discapacidad en la Teletón ¿piensan que la imagen de las personas con discapacidad es explotada de una forma intensiva en la campaña de este evento?
- 11) ¿Cree que se esta creando un estereotipo de la discapacidad en El Salvador, como el que solo las discapacidades físicas son discapacidad?
- 12) ¿De que forma afecta a los discapacitados la reproducción de este estereotipo mediático?
- 13) ¿Valoran que existe manipulación en las audiencias para que contribuyan a la causa de la Teletón?

ANEXO 6

A. ENTREVISTA REALIZADA A ASOCIACIÓN NACIONAL DE CIEGOS SALVADOREÑOS (ANCIESAL)

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

— **¿Cuál es su nombre?**

— Alejandro Pasasin Sunzín

— **¿Qué cargo desempeña en la Asociación?**

— Actualmente soy el Secretario de la Junta Directiva y yo trabajo aquí como masajista en la sala de masajes japoneses

— **¿Cuántos años tiene la asociación de estar trabajando?**

— La Asociación tiene 40 años, desde el 72 para acá, 41 va a cumplir

— **¿Cómo definiría usted el concepto de discapacidad?**

— Bueno, para nosotros la discapacidad es la que nos limita para algunas funciones ya sean auditivas, visuales, tacto, lingüísticas, son una limitación que se adquiere ya sea por herencia, por alguna enfermedad o algún accidente.

— **Para ustedes qué opinión merece el fenómeno mediático de la Teletón, ¿qué opinan de eso?**

— A nosotros como personas ciegas no nos beneficia en nada porque no tiene relación con nosotros, es más estamos en contra de algunos spot que ellos presentaban donde aparecían personas ciegas y la verdad es que para nosotros no tenemos ninguna relación

con Funter, con la Teletón en nada. Solo ellos se basan a los discapacitados físicos pero a veces nosotros pensamos de que se abusa de la publicidad que beneficia mucho a la empresa privada. Ellos lo que hacen es como pagar los impuesto sobre esos programas que pasa, por ejemplo cuánto cuesta una hora de transmisión, póngale digamos mil dólares, esos mil dólares ya no los declaran porque se les va en el recibo de subsidios de impuestos, esa es la forma de cómo ellos operan.

— **Y entonces no validan la labor que realiza Funter?**

— La verdad que no estamos muy de acuerdo para nosotros, ahora otra de las cosas que también nos estamos de acuerdo porque la rehabilitación realmente no es gratis se paga; las prótesis, las ortesis que les dan a la gente no es gratis, no es como que cualquiera pueda ir a sus terapias, si la verdad no estamos muy de acuerdo

— **¿Cuál creen que sea el éxito que ha tenido Funter aquí en el país?**

— Yo creo que el éxito es más promoción mediática que ellos tienen, aparte de eso que en varios países de América está ese programa, son apoyados también por gente de afuera como los artistas que vienen, pero si mas que todo es eso la fuerza de los medios de comunicación es muy grande

— **Entonces cree que por eso algunas personas ven que la única posibilidad de rehabilitación sea Funter por lo mismo de la publicidad**

— Aja, exacto, porque si, puchica le dan una publicidad meses, meses antes. ¿Quién paga eso? No lo paga Funter, los mismos medios son los que están patrocinando, porque usted sabe que a la larga van a tener sus beneficios

- **Y cree que ahí en este show de la Teletón cree que se generaliza la ayuda que se brinda a las personas con discapacidad, de decir que ellos ayudan a todas las personas**
- La verdad que no porque solo ayudan a los discapacitados físicos, esa es la discapacidad que ellos ayudan, por ejemplo a los ciegos en ningún momento; a los sordos pues tampoco, silla de ruedas no sé si les ayudan, pero lo que es nosotros los ciegos ni un centavo absolutamente. Por eso es que hace un tiempo protestamos porque estaban utilizando a personas ciegas en sus anuncios, en la propaganda que hacen, pero hoy ya no la sacan a menos que nos descuidemos si verdad.
- **Y cree que todo esto de la Teletón ha venido a opacar la labor que hacen las diferentes organizaciones de la sociedad civil**
- Bueno no sé a cuales les afecta, pero lo que si afecta es que todos los donantes son miles de dinero que le dan a la Teletón entonces cuando uno va a solicitar apoyo en su área de trabajo, cada quien en su discapacidad ya no le aportan porque dicen ya lo que teníamos dispuesto ya lo donamos, ya no hay recursos, pero vea Teletón 25 mil que 50 mil a quien más verdad, nosotros vaya pedimos 5 mil para imagínese que haya algún congreso, algún viaje que realizar a otro país ya nos falta apoyo porque ya los recursos se han agotado según ellos. Entonces en ese sentido, afecta a las demás organizaciones con discapacidad
- **¿Cómo ven ustedes el apoyo que recibe la Teletón de parte de empresas privadas?**
- Yo pienso que ahí todos son uno porque se unen con el mismo fin, tal vez no es el fin primordial es ayudar a la gente sino beneficios de ellos porque están en una forma de no llevar el dinero directamente a las arcas del gobierno porque es así como ellos hacen.

Yo escuché hace algún tiempo que hacían una crítica a esta gente de México, es la cadena más grande que hay, uno de los millonarios más grandes....(...) ellos se benefician unos con otros

— **Le preguntaban qué opinaba sobre el apoyo que recibe la Teletón de parte de empresas privadas?**

— Usted conoce eso de la Teletón, cuando alguien llega con diez dólares hay diez dólares, pero llega la Coca Cola con diez mil dólares y es una forma de hacer propaganda porque además ese donativo ellos lo recuperan y lo otro es el enfoque que hacen sobre todo de los niños, utilizan bastante la imagen de los niños discapacitados, los ponen en frente para causar lástima prácticamente, son anuncios lastimeros porque a través de eso ellos manipulan y la gente dice: hay pobrecito el niño, hay que ir a donar. Prácticamente es un negocio tanto de Funter como de TCS porque al final el donativo aparece como que lo ha hecho TCS y he ahí su ganancia, bueno no sé si las empresas que dedican hasta horas extras trabajando sabrán de todo esto o si también se aprovechan, los mismos empleados de TCS que es una jornada bastante agotadora

— **Y cómo ven ustedes que ¿creen que el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación que tiene con el tema de discapacidad y que está dejando eso en responsabilidad de organismos privados como lo es Funter?**

— Si, yo siempre he opinado que este caso de Funter, perfectamente lo puede asumir el gobierno. Es un presupuesto pequeño, 2 millones de dólares que recogen a través de la Teletón, yo creo que el gobierno perfectamente lo puede asumir a través de comités comunitarios ya sea salud y creo que sería mejor porque además que la ayuda que da

Funter no es gratis, ellos cobran según la posibilidad de la persona. Yo conozco a una persona de allá por el Puerto de la Libertad que le hacía falta un pie y el señor no tenía nada, absolutamente nada, pero la prótesis se la vendieron en 500 colones en ese tiempo; para él era mucho dinero, o sea según el estudio socioeconómico que le hicieron la cuota le quedo en 500, ahí está en que si alguien tiene más posibilidades así es el costo no es así tan gratuito. Entonces si, el gobierno debiera retomar estos programas

— **Piensan que la imagen de las personas con discapacidad es explotada?**

— Demasiado, demasiado es lo que le decía que ellos colocan a los niños que son los más vulnerables, colocan a los niños discapacitados para causar esa lástima para manipular a la población y si hasta cierto puntos son dañados la imagen porque ahí nos vamos todos los discapacitados, ahí en los anuncios de Teletón no dicen: los discapacitados son capaces de trabajar. No, dicen, hay que donar para los discapacitados y al final son pocos los que obtienen beneficios

— **Y cree que se está creando un estereotipo de discapacidad aquí en El Salvador de que solo por ejemplo las personas con discapacidades sicomotrices, para ellos solo esas personas son discapacitados?**

— Pues, lo que pasa es que son los más visibles, las personas con silla de rueda tienen más dificultades para andar en la calle por ejemplo, nosotros tenemos dificultades en cuestiones de las calles, los hoyos los obstáculos; entonces pero imagínese si uno está parado a la orilla de la calle y esconde el bastón puede que nadie le note. En cambio la persona de silla de rueda es más difícil y la dificultad es más grande, no me imagino

como una persona con silla de ruedas puede abordar un bus por ejemplo, en cambio nosotros aunque sea con dificultad pero ahí vamos verdad

— **¿Cree que existe manipulación en las personas para que donen a la causa de la Teletón?**

— Si, es lo que yo le decía que le causan lastima a la gente para que donen. Yo tenía unos amigos por ahí que hablaron de la Teletón ya faltaba poco días, y me dicen: mirá y vos recibís ayuda de la Teletón, nombre para nada, a pues no voy a donar.

B. ENTREVISTA REALIZADA A FUNDACIÓN MANOS MÁGICAS

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

— **¿Cuál es su nombre y qué cargo desempeña en la Asociación?**

— Fundación Manos Mágicas, mi nombre es Yanira Soundy, yo soy la Presidenta y fundadora de la ONG

— **¿Cuándo nace esta ONG?**

— En el 2003, 9 de julio

— **¿Cómo definiría usted el concepto de discapacidad?**

— Bueno, para mí no existe personas con discapacidad porque todos somos personas iguales, tenemos igualdad de derechos. Lo que hay es una sociedad discapacitante, es decir una sociedad que nos pone etiquetas a todos que nos hace diferentes. Legalmente se supone para cuestión de la Convención y la Constitución y todo tipo de ley, que una persona con discapacidad, es una persona que tiene alguna limitación, digámoslo así, que le hace tener dificultades a la hora de realizar un movimiento o de querer tener acceso a una comunicación visual o auditiva, o aprender algún tipo puede ser alguna clase y tener dificultad de aprendizaje, en fin hay diferentes es un universo de problemas que podemos tener todos los seres humanos verdad desde los leves hasta los profundos.

— **¿Qué opinión merece para usted el fenómeno mediático de la Teletón?**

— A mi juicio todos los salvadoreños somos personas que estamos inconformes más las personas con discapacidad y los familiares; los familiares cada vez van más pobres porque no hay empleo, porque no hay acceso a la educación con igualdad, con lo que le llaman ajustes curriculares, las formas de ayuda en cuanto a la adaptación para facilitar el acceso a la educación a los espacios educativos y menos para el trabajo pues, entonces ahí va el detrimento para la economía de las familias. Las personas con discapacidad estudian, se gradúan y no consiguen empleo o si los consiguen son pues cuidando la entrada de una bodega o repartiendo papel higiénico en un baño. Entonces no es eso, una persona estudia para trabajar en lo que ha estudiado. Entonces, muchos critican el proceso de la Teletón, critican a las ONG dueña del proceso y a quienes le ayuda; yo pienso que debemos de ser propositivos y positivos, es decir qué pasaría si no existiera nada de esto o sea, dónde iría tanto niño, tanta persona con discapacidad a hacerse sus tratamientos, sus rehabilitaciones si no existiera no me vaya a decir que van a ir al ISRI o que van a ir ahí a los centros del gobierno si no tenemos en los hospitales ni aspirina, cree usted que van a tener las condiciones, no las tienen. Y las personas especialistas en determinados problemas de columnas para las rehabilitaciones para las terapias pues, las ha ido formando también Funter; en el gobierno hay cierta personas, me han contado, que hay muchas que han sido cambiadas incluso de lugares y se colocan en otros lugares donde no tiene nada que ver la especialización entonces no hay una conciencia o una voluntad política real para ayudarnos a todas las personas que estamos con hijos con discapacidad o que tenemos una discapacidad.

Entonces, yo creo que hay que ver las cosas positivas, es muy fácil criticar, destruir lo que otros hacen, pero mire gracias a Dios están esos lugares donde ir hacer esas terapias.

Ahora bien, tal vez más debería el sector y la gente hacer propuestas para que mejoren ellos las condiciones, de la manera de cómo prestan ellos los servicios. Ellos hacen ciertos precios dependiendo de si usted quiere llegar ya, de si se va a esperar porque también me imagino como una ONG tienen que cubrir datos administrativos, pero si eso es lo que no se puede pagar por las condiciones económicas que tenemos todos, que no tenemos ni para el bus, entonces debemos de buscar la manera de propuestas de encontrar ayuda con la misma empresa privada, yo no creo que la gente tenga empresas con responsabilidad social se niegue a ayudarnos. La cosa es que una sola golondrina no hace verano, tiene que tener todos una misma visión y no encasillarse en pleitos de polarizaciones digámoslo así ni de izquierdas ni derechas, no; sino en una forma clara que es lo que se persigue el bienestar físico de la salud de la persona que se va a rehabilitar, que se va a tratar, buscar entre todas las manera para que nos ayudemos; quién nos va a ayudar, el gobierno? No, somos nosotros mismos y buscar la responsabilidad social de las empresas.

— **¿A qué le atribuye usted el éxito que ha tenido el fenómeno de la Teletón, a qué cree que se debe?**

— Mire son booms, son modas o sea, yo no creo en si que la gente esté sensibilizada, no; esta sociedad se lo vuelvo a repetir es discapacitante y cuesta un montón. Con el fenómeno de las lenguas de señas que la confunden con los mareros, ahí tome el ejemplo, los policías golpeando a los sordos porque cree que son mareros, la gente que un sordo no puede hablar en el bus porque ya dicen es marero, los mismos mareros golpean a los sordos porque creen que son de otra mara, entonces es un caos; no hay sensibilización, pero tampoco tú puedes ir y enseñarle el lenguaje de señas a los mareros para que entiendas

porque sería peor la cosa. Entonces tenemos que tener más educación, más cultura, sensibilización, valores, un programa de valores en educación eso y pues no está la gente sensibilizada como le digo.

El éxito para mi es una moda, la canción, es que hay los cipotes quieren salir de la casa, los cipotes quieren andar en bulla y esa energía de esos cipotes es lo que deberíamos nosotros de aprovechar para cosas positivas y eso es positivo, mejor que anden en cuestiones de la Teletón a que vayan a andar en otras cosas, creo que por ahí va la cosa, este país es de juventud todavía entonces por eso esto.

— **¿Cuál cree que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación y tal vez no vengan a esta asociación y no vayan a la otra?**

— Porque Funter es el que tiene el equipo, tiene personal, es una organización que ha crecido gracias a las Teletones, a los aportes de las empresas grandes. Esta ONG por ejemplo la crie yo, es una ong pequeña, no nos dedicamos a dar rehabilitación entre comillas, nosotros simplemente enseñamos lenguas de señas y español a personas sordas, sensibilizamos sobre derechos humanos, el área legal, yo soy abogada; o sea yo no soy doctora no me voy a poner a repartir aparatos ni a decir pa pa pa ni a oír con un aparato porque tampoco voy a mentir. Entonces, yo trato por igual al que es implantado coclear que si se quiere implantar pues que se vaya a buscar el implante, que a uno que no ha sido oralizado que quizás ni siquiera ha sido alfabetizado, es analfabeta; entonces ahí es donde tenemos una disparidad por ejemplo solo para que usted entienda hay implantados cocleares, gente oralizada que nunca le enseñaron lengua de señas, gente que solo sabe lengua de señas salvadoreña, gente que solo sabe lengua de señas americana que se andan

peleando unos con otros, gente que sabe ambas lenguas, gente que jamás les enseñaron las lenguas de señas, jamás los llevaron al colegio ni saben leer ni saben escribir ni saben lenguas de señas, gente que es sorda profunda profunda profunda o acústicos que son los que oyen o más bien discriminan el sonido y un poquito más del resto auditivo los hace hablar con aparato. En cambio el profundo no es así, porque el no oye la voz, entonces tienen otras necesidades, entonces por eso no se pueden meter en un mismo guacal todo este universo y yo le estoy diciendo ejemplos porque la sordera va desde la profunda, profunda, profunda hasta la que puede oír la voz, entonces no podemos darles los mismo métodos para enseñarles a escribir a leer, no les podemos enseñar igual sociales, lenguaje; los padres de familia tenemos que buscar la manera de aprender a educar. Vienen en el colegio de la Griselda Zeledón salen de bachilleres, mediocrementemente pero salen de bachilleres; en la Cristiana para Sordos salen de sexto grado, mediocrementemente de sexto grado pero; digo mediocrementemente no peyorativamente sino mediocre en el sentido de que el sistema educativo, educación es el culpable no las escuelas no el colegito sino que el sistema porque no les enseñan con el mismo nivel académico en profundidad que el oyente, entonces por ejemplo ven el sistema digestivo vaya si hay intestino hay estomago; el proceso de la digestión con todos sus gases por qué, que hacer; todo, todo, todo el proceso no lo estudian por ponerle un caso, un ejemplo así más ilustrativo.

Entonces claro a la hora de integrarse llegan a un séptimo grado en el caso de la escuela donde están haciendo cambios etc. para mejorar, pero a la hora de integrarse en séptimo grado viene y con un nivel educativo que yo calcularía del sordo que viene con un nivel deentonces es una disparidad porque el niño unos tres años abajo lo tenemos que nivelar en sociales, ciencia, bueno matemáticas si van más o menos, lenguaje nunca han

visto ni leído nada, entonces imagínese el cipote que no sabe ni leer ni escribir español de entrada le ponen Luz Negra o de entrada le ponen el Diario de Ana Frank, después los meten ya a la Ilíada a Cien Años de Soledad y Quijote; el cipote aplaza y no por tonto, es el sistema educativo y entonces estos niños a la hora de integrarse lo sienten más fuerte, más doloroso. Ahí es donde yo pienso que es necesario, tan necesario; programas como los nuestro porque al enseñar el español, pueden ellos entender mejor porque los exámenes son en español escrito no se los hacen en lengua de señas y la lengua de señas es importante porque sensibiliza a los compañeros y luchamos contra el bullying en las escuelas, en los colegios porque imagínese a uno que tenga un ojo más chiquito que el otro o un pelo más colacho que el otro le hacen burla, ahora a un niño sordo, es terrible, es terrible dígame es terrible. Entonces, si es necesario pero cada ONG hace sus trabajos con su visión, su misión y de acuerdo a lo que piensa que puede ayudar con sus posibilidades; Funter gracias a Dios tiene un gran equipo, tiene instalaciones, tiene personal capacitado que están ahí, entonces adonde irían si no estuviera, no lo sé.

— **Y cree que esto del éxito que ha tenido Funter ha venido a opacar el trabajo que hacen otras organizaciones**

— Yo creo que ellos son como un pequeño gran monstrito grandote, no monstrito pero si como un gigante así lo ven mucho. Que es falta de conocimiento y de investigación quizá de la gente porque si un padre de familia tiene un hijo sordo tal vez se va a Funpres porque es más grande que Manos Mágicas, pero ya vienen o sea, a nosotros ya nos buscan y saben el área adonde nosotros trabajamos. Yo doy capacitaciones, doy charlas, voy a la Universidad a cada rato para orientar a los padres a las asociaciones y a los profesores, psicólogos que estudian ahí y realmente si a veces uno dice como que solo existiera una y

ahí va toda la ayuda a eso creo que usted se refiere y a las chiquitas no les ayudan, lo que pasa que con las chiquitas falta gestión de proyectos, falta tener equipo de personas que elaboren los proyectos, por falta de recursos también; y por supuesto andar gestionando que donen, entonces es más difícil que una empresa con responsabilidad social le dicen va donar que, por ponerle un caso, 10 mil dólares quiere donar, se los dona a Funter, fíjese que Funter tiene tantas salas tantas oficinas de terapia, ha rehabilitado a tantos muchachos ha puesto tantas prótesis, bueno un gran trabajo o se lo va a dar a esta otra ong que es pequeña que tiene un espacio de programas educativos que enseña esto, que enseña lo otro, tiene un aproximado de trescientas personas anuales a las que enseña lengua de señas, cipotes sordos vienen alrededor de 20 niños los fines de semana; o sea usted ve números, entonces a quién le va a dar los 10 mil dólares, generalmente se los va a dar a la grande, pero es parte de la evaluación que ellos hacen y como las líneas que tienen creo yo dentro de las empresas para entregar fondos. Es igual a los concursos, usted ve y siempre los ganadores van a ser ong ya fuertes pues, fuertes me refiero en el sentido que tienen ya edificios, tienen de todo, en el que el dinero les va a ser útil para continuar en cambio las otras ong pequeñas que están en el camino todavía no les ayudan, es parte igual los organismos internacionales todos o sea te quieren tener con una buena contraparte digámoslo así fuerte para poderte ayudar, es parte de las políticas de ellos

- **Cree que el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación en el tema de discapacidad y dejando en manos a organismo privados como lo es Funter**

— Pienso que el Estado como Estado salvadoreño no cumple la convención, no; hace cositas pero no la cumple, al menos yo puedo hablar por la parte de nosotros. Nosotros presentamos un informe de los incumplimientos a la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos para presentarlo, para que ellos lo evaluaran qué seleccionaban de los incumplimientos para incorporarlo al informe alternativo que se presentó a la ONU como parte del seguimiento, la evaluación y un esfuerzo de instituciones para hacer que se cumpla, pero si hay un montón de cosas que nos han hecho; el acceso al trabajo para personas sordas de acuerdo a lo que han estudiado, incluso bueno la educación, interpretes tampoco hay formación de intérpretes, somos nosotros los que lo formamos; y los recuadros, el acceso a la información. Aquí hay un terremoto y se les olvida que existen personas sordas, hay inundación se les olvida. En canal 10 han puesto a un señor que estudió lengua de señas que estuvo acá, pero el recuadro es tan mínimo que ningún sordo los lee porque las manitas son chiquititas al menos ya que es Televisión Nacional nosotros mandamos una carta pidiendo que se hiciera grande el cuadro si no lo hacen a la mitad como en Venezuela por lo menos que lo hagan a la cuarta parte, pero ni nos contestaron. Uno les manda la carta y no contestan, en el gobierno no te contestan las cartas y las gestiones se hacen, se intentan. En salud que te puedo decir, estamos mal, hay un caso de una niña acá de la Reina Bicentenario que entró con problemas de ansiedad, es una niña que tiene problemas de ansiedad; entiendo yo que es bipolar, tiene problemas, además tiene retinosis pigmentaria en los ojos, está perdiendo la vista siendo sorda y la llevó la mamá a consulta y la dejó interna en el Hospital Psiquiátrico y la colocaron en el área de personas con fármaco dependientes y ahí sufrió un montón. Ella anda un su expediente, todo le ha sacado certificado de todo lo que le decían, para empezar le ponían

que tenían persona de la tercera década y la cipotilla tiene como 22 años o 21 años, la tercera década; la amarraban porque como la cipota se quería sentar o hincar para rezarle a Dios en el jardín o algo así pasaba, entonces la amarraban en la silla de las manos, a una persona sorda jamás se le amarra las manos aunque tenga problemas de que tenga nervios, es su manera de expresarse y este es un caso. Gracias a Dios le vino una medicina de Chile y se estabilizó, la mamá la sacó porque le querían dar choques eléctricos, que tratamiento el que les ponen; y ella la sacó y ahí anda, yo no sé si va a demandar o no va a demandar que va hacer la señora, pero si es un caso. Entonces, no hay interpretes, no hay médicos que sepan nada de lengua de señas y cuando son pediatras nunca nos identifican a los sordos salvo que te de varicela o rubiola que es el colmo que no te digan que vas a tener un hijo con sordera o ceguera, pero no ellos no dicen: mire el niño no oye, mire hagámosle una audiometría; nosotros hemos hecho investigaciones así entre las madres y nadie nosotras mismas hemos descubierto.

Entonces falta educación en ese sentido, formación en las materias de las Universidades, en el colegio tendría que haber para educar y sensibilizar a la gente y de acuerdo a las carreras tendría que saber por lo menos identificarlas a un bebé sordo.

— **Cómo evalúa la participación de personas con discapacidad en el evento de la Teletón, si piensa que se manipula la imagen o es explotada la imagen de las personas con discapacidad en este evento**

— Los discapacitados solo son visibilizados en épocas electorales, claro dígame que nos van a incluir a todos. Las políticas de gobierno, nos llaman a las mesas de trabajo, nosotros tenemos ya elaboradas las propuestas, puese con mucho gusto necesitamos las propuestas aunque no se tomen en cuenta pero digo yo, algo tomaran algún elemento vaya en la

política sea quien sea que llegue que lográramos el respeto por los menos a las personas con discapacidad, la formación académica por un lado, la salud y la inserción laboral estaríamos muy satisfechos. Nosotros hemos presentado bastante nuestro trabajo y ya nos empezaron a llamar, ya empezamos a mandar gente y llevar las propuestas, incluirlas pero que realmente se hagan las cosas vamos a ver, seguimos esperando.

Se manipula a la gente, se pone en los medios de comunicación en las campañas, bueno todos lo hacen, todos lo hacen porque como es la parte de incluir creo yo. Si lo vemos positivo están incluyendo una imagen que antes no se miraba que escondía a la gente, un niño en silla de ruedas, un muchacho en silla de ruedas, un ciego, un sordo; la gente antes los escondía ahora ellos los están sacando como diciendo soy sensible yo lo voy a apoyar, yo soy bueno, yo soy el mejor porque yo soy sensible entonces ese es el aporte que ellos quieren explotar, bueno si la persona quiere salir y es de ese partido ta bueno si le van a pagar por salir mejor, no vamos a decir hay que barbaros como están poniendo, si nos ponemos en ese estilo como no nos han explotado a las mujeres los medios; las pobres cipotas salen con las pompis, el trasero y el delantero por todos lados y nadie dice nada solo las organizaciones femeninas y ahora como esta en los medios con tantas películas y cosas que pasan donde hay personas homosexuales y antes no los ponían hoy los ponen, entonces es como las tendencias digo yo y no es que compare una cosa con la otra, lo que te estoy tratando de decir es que si lo hace, lo hacen y yo no voy a decir mire no pongan a este ciego y a este sordo en la campaña; porqué no, ojala que no los pusieran de modelos, lo pusieran de candidatos sean personas que hayan estudiado, que tengan el poder de decisión, que no sean manipulados porque en otros países hay ciegos que son diputados, aquí todavía no; solo está David Reyes alguien más que tiene un problema,

pero de ahí nadie más ojala tengamos en el futuro y que se animen y que sigan trabajando. El liderazgo de las personas con discapacidad está creciendo y eso es bueno, eso se ha dado, ahí vemos la mesa, vemos asociaciones y ahí hay de todo, todo tipo de pensamientos e ideologías que todos sigan un mismo fin que es el del desarrollo de la persona con discapacidad en forma integral, entonces eso es bueno, antes no había hoy usted los oye hablar, manejan la convención, manejan la constitución sus derechos laborales, entonces ya ellos pueden ir afuera van y hacen un buen papel, antes no teníamos gente así y no le digo que es este gobierno que es un logro del gobierno, no es logro del gobierno no me vaya a confundir es logro de ellos de esas mismas asociaciones que siendo pequeñitas han ido educando y formando a los integrantes.

— **Cree que se está creando un estereotipo de discapacidad en El Salvador de que solo las discapacidades físicas son discapacidad**

— Lo que pasa es que son las que entre comillas causan más lástima, incluso los ciegos causan entre comillas lástima mucho más un niño chiquito ciego que un niño sordo, van los dos por la calle caminando en una acera y ve usted un niño ciego de cuatro años el corazón se le hace pequeñito ve al sordo y dice ah mira, si me pregunta a mi yo le diré que la sordera es una discapacidad bastante dura porque hay una barrera de comunicación, es un aislado son un mundo aparte o sea aislamiento no hay comunicación no hay acceso a la información, nadie sabe la lengua de señas, no hay interpretes no hay subtítulos, no hay recuadros y a veces ponen subtítulos y nadie va a estudiar a las escuelas, entonces a quien le están poniendo los subtítulos al menos del 1 por ciento de la población que es la que sabe a medias medio entender el español. Por eso se necesitan los recuadros, entonces

ponen a las personas creo yo con sillas de ruedas porque tal vez con eso motivan un poquito

— **Valora usted que existe manipulación en las audiencias para que contribuyan a la causa de la Teletón**

— Manipulación, por qué manipulación?

— **Para que ellas donen**

— Es que no es la palabra manipulación, manipular para mí es algo negativo o sea así como lo está enfocando porque manipular a las masas para que donen para un proyecto de Funter o para un proyecto de una organización X es como decir huy yo las domino, no. Es sensibilizar, entonces sería, existe una sensibilización? Le dije que no había una sensibilización todavía, para que donen; lo que hay es una moda, manipulación no lo veo así. Que intentan tal vez de una forma inadecuada sensibilizar colocando casos yucas, con niños bien fregados para que la gente hay se le haga el corazón de pollo y de el dólar, esa es otra cosa, pero eso yo no lo llamo manipulación sino que es un mal uso de la imagen de un niño con una discapacidad porque tal vez las personas que dirigen las campañas publicitarias ven que en esta forma los salvadoreños dan el pisto porque de otra forma no lo dan, un punto mucho más profundo en cuanto a que por qué los salvadoreños solo damos dinero cuando nos presentan casos así; quien es el que está errando más porqué para que dé un dólar un salvadoreño tienen que presentarle un niño bien fregado, no bastaría decirle mire existe tanto niños con discapacidad en El Salvador, tantos niños que no van a la escuela, no tiene acceso a la salud, no tienen alimentación adecuada que la discapacidad es producto la mayoría de la desnutrición severa en este país que no tenemos

acceso a una canasta básica, no bastaría decirle que toda esta gente del 70 por ciento o 80 por ciento de esta gente no tiene trabajo y que por eso su discapacidad empeora porque no puede ir a una rehabilitación porque los médicos son carísimos y ni siquiera para el pasaje tiene para ir a una rehabilitación, bastaría con darle datos numéricos si es que hubiesen, ni censo tienen aquí no sabemos ni cuántas personas con discapacidad hay se les viene diciendo y no lo han hecho y no decir hay, mundialmente se dice que el 10 por ciento de la población de cada país tiene discapacidad, en el mundo le puedo decir hay 70 millones de personas con discapacidad aproximadamente y de esos 70 millones imagínese si fuera el 10 por ciento de El Salvador somos como 6 millones y fíjese seríamos con 600 mil habitantes con discapacidad de eso se supone que 250 mil desde el año de la cucaracha allá hace más de 48 años tienen sordera o sea que estamos hablando que 50 por ciento aproximadamente de las discapacidades sería sordera y es a la que menos le dan ayuda, ayuda técnica, ayuda de formas educativas interpretes, nada y allá está la escolita de Griselda Zeledón atrás de atrás de atrás de un traspatio de una cancha de polvo lodosa, tragando polvo, tragando lluvia y eso no es valorar a un niño con discapacidad, esa es la primera violación que hay, le tienen que dar un espacio limpio con aire fresco, aire puro visible donde pueden llegar todos y sentirse bien, no atrás de atrás como una galera. Para mí como le digo depende de adonde está la manipulación a nosotros que nos tienen que vender la imagen de un niño bien amolado para dar un pinche dólar o en ellos que no nos presentan los datos porque no existen porque el gobierno ha sacado los censos. Hay que proponer cosas de cómo lograr hacer una recaudación sin llegar a esos extremos, pero para eso tendríamos que educar primero al pueblo salvadoreño, sensibilizar y que no necesiten ver situaciones trágicas para aportar algo.

**C. ASOCIACIÓN DE PADRES Y FAMILIARES DE HIJOS/AS CON DISCAPACIDAD
(LOS ANGELITOS)**

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

— **Cuál es su nombre y el cargo que desempeña dentro de la asociación?**

— Mi nombre es Michael Kleutgens, conocido socialmente como Paco y soy el Coordinador del equipo técnico de la asociación

— **Cómo definiría usted el concepto de discapacidad**

— La discapacidad es la limitante de la interacción entre las deficiencias de una persona con las barreras que esta persona con deficiencias encuentra en el entorno, sea esa barrera de carácter actitudinal, económica, arquitectónica, de comunicación o de cualquier índole.

— **Qué opinión merece para usted el fenómeno mediático de la Teletón**

— Creo que hacen demasiado o poca referencia a que la personas con discapacidad tienen derechos. Están demasiado enfocada a mover sentimientos y no tanto a promover conciencia sobre los derechos de las personas con discapacidad

— **Validan la labor ustedes como organización que hace Funter**

— En principio no tanto porque creemos de que si existe una recaudación de fondos a nivel nacional para mejorar, para brindar servicios de rehabilitación a las personas con discapacidad en vez de crear esfuerzos dobles como por ejemplo el ISRI, crear paralelamente Funter no nos parece muy chistoso, creo que hubiera sido mucho mejor si esos fondos reforzaran el trabajo que hace la institución que está obligada a prestar ese

servicio que es el ISRI. Segundo siguen existiendo las barreras económicas en Funter para la persona con discapacidad o sea la gente tiene que pagar la atención y tomando en cuenta la relación entre pobreza y discapacidad, discapacidad y pobreza; mucha gente no tiene la capacidad económica en ese sentido Funter no es accesible para muchas gente que nosotros conocemos y con la cual nosotros trabajamos

— **A qué le atribuyen ustedes el éxito que ha tenido esta Fundación acá en el país**

— Bueno el éxito es relativo. Si lo vemos en términos económicos seguramente el éxito yo creo que por un lado o sea su capacidad de movilizar los sentimientos de la gente con la imágenes de niños con discapacidad, especialmente aquellos que mueven los sentimientos; los niños con síndrome de down, etc.

Por otro lado hay gente que está de alguna manera consciente que la sociedad en general tiene una actitud excluyente hacia las personas con discapacidad, entonces logran a través de su donación calmar su propia mala conciencia y sobre todo porque es un mecanismo para las empresas de ahorrar impuestos de incidir en la política social del Estado a su conveniencia

— **Cuál cree que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación**

— Es el poco conocimiento que tiene realmente la gente, el hecho que de parte de las autoridades del Estado y de las diferentes instituciones del Estado, realmente la oferta en cuanto a servicios de rehabilitación es mínima, se limita lo que presta el ISRI en la capital y en sus centros en San Miguel y Santa Ana y que recién a partir del nuevo gobierno se ha comenzado a por ejemplo desde el Ministerio de Salud a reconocer que el

tema de discapacidad es un tema que también le toca al Ministerio de Salud que antes esa conciencia no existía en los últimos treinta años o más.

— **Creen que en el fenómeno de la Teletón se generaliza la ayuda que ellos brindan, de decir que ellos ayudan a todos los discapacitados del país.**

— No, no lo hacen por el simple hecho por lo que ya decía, a partir del hecho de que hay que pagar hay barreras económicas, a partir del hecho que sus instalaciones aunque ahora han empezado a descentralizar, pero durante muchísimos años de su existencia han hecho un trabajo paralelo a lo que hace el ISRI en la capital hasta ahora que han descentralizado hacia San Vicente y el centro que están creando en ciudad de Sonsonate, pero en realidad antes no han hecho más accesible los servicios que brinda Funter

— **Consideran que la Teletón ha venido a opacar el trabajo que hacen las diferentes organizaciones sociales acá en el país como ustedes**

— No, yo no los puedo acusar de haberlo opacado porque al final depende de las asociaciones mismas hasta donde tienen capacidad a presentar nuestro trabajo, de eso no son culpables ellos ahora de que hay entre los medios de comunicación un interés de presentar a Funter como la institución de la rehabilitación eso también es cierto, pero o sea ahí en la maraña de intereses, pero no los acusaría a Funter

— **Qué opina del apoyo que recibe la Teletón de parte de empresas privadas**

— Como ya le decía, me parece hasta cierta medida perversa, en el sentido de que las empresas en parte recaudan dinero y que la población en general después que ellos lo donan y lo descuentan de los impuestos que ellos mismos tendrían que pagar o sea y eso es perverso, es un negocio redondo y además están saludando con sombrero ajeno y generalmente creo que no es la forma correcta que la empresa privada ahorrándose

impuesto puede incidir, pueden tomar decisión o a través de eso tengan la capacidad de decidir en qué tipo de servicios sociales se invierte, no me parece la forma correcta.

— **Cree que el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación en el tema de discapacidad y dejando en manos eso en organismos privados como lo es Funter**

— Lo ha hecho todo el tiempo y de hecho a partir del actual gobierno se empieza a reconocer la responsabilidad del Estado, lo que antes en los gobierno anteriores nunca se ha reconocido sino que el enfoque siempre ha sido que Ministerio de Salud siempre ha dicho que bueno usted persona con discapacidad no tenemos nada que ver váyase al ISRI, el ISRI durante 20 años ha tenido siempre el mismo presupuesto de 6 millones de dólares que nunca ha sido aumentado durante 20 años ha sido mínima la inversión del Estado en el ISRI y como le digo por primera vez ahora por lo menos Ministerio de Salud ha reconocido esa responsabilidad en el tema aunque muy incipiente, el Ministerio de Educación por lo menos ha lanzado la política de la educación inclusiva aunque con muchas lagunas, pero digamos se está experimentando por lo menos una mayor voluntad política aunque falta mucho de concretar

— **Cómo evalúa la participación de personas con discapacidad en la Teletón, piensa que se manipula la imagen de éstas**

— En parte seguramente se manipula, en parte no voy a, hay personas que yo conozco que participan que lo hacen también con la intención de cambiar la imagen que la Teletón siempre ha proyectado o sea también hay esfuerzos de gente de adentro queriendo cambiar esta imagen lastimera que la Teletón ha proyectado durante mucho tiempo desde su existencia así que creo que hay diferentes motivaciones y diferentes niveles de conciencia de las personas con discapacidad que participan entonces hay que respetarlos

- **Creen de que se está creando un estereotipo de la discapacidad en El Salvador de decir que solo las personas con discapacidades físicas son discapacidad**
- Generalmente cuando se habla de las personas con discapacidad o sea a lo que todo el mundo le viene a la mente es a la persona en silla de ruedas o sea hay muy poco conocimiento, conciencia sobre las diferentes tipos de discapacidad y sobre todo las diferentes formas de cómo violar los derechos de las personas con discapacidad o sea cuando se habla de barreras solo se piensa en barreras arquitectónicas y ahí termina todo y los problemas que enfrenta la persona con discapacidad son más amplios
- **Valoran que existe manipulación en las audiencias para que contribuyan a la causa de la Teletón**
- Si, son campañas obviamente muy bien asesoradas por publicistas que siguen la lógica de lo que se puede vender eso está claro y un niño o una niña con síndrome down con la cara feliz es más fácil vendible que un niño para decir algo con secuelas de grave que está batiendo que tiene ataques para toser, con movimientos a tácticos, etc, etc, y eso no se ve, está muy claro.

D. ASOCIACIÓN DE LISIADOS DE GUERRA DE EL SALVADOR (ALGES)

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

- **Cuál es su nombre y qué cargo desempeña en la organización?**
- Olga Serrano y soy la Secretaria Ejecutiva de la asociación
- **Cómo definiría usted el concepto de discapacidad**
- Como asociación lo definimos como una persona que tiene limitaciones física para poder desenvolverse digamos en la vida diaria, sin embargo no es una causa para que esta persona sea marginada; de hecho está demostrado que muchas personas con una discapacidad cuando se les da una oportunidad de desarrollarse ejercen una labor como cualquier otra persona. Entonces para mi discapacidad no es sinónimo de no poder hacer las cosas.
- **Qué opinión merece para ustedes el fenómeno mediático de la Teletón**
- Fíjese nosotros como asociación esto de la Teletón, para nosotros es como, como le podría decir; algo como querer o sea es un evento que realizan como para ver a la persona con discapacidad como una persona indigente, Ay que pobrecito, hay que ayudarle y recojamos dinero y le vamos a comprar la sillita de rueda o le vamos hacer terapia para que mueva la pierna o mueva el brazo. Entonces lo vemos así como un hecho que es como querer tapar una realidad con un dedo, verdad y se deberían de hacer diferentes eventos pero para sensibilizar a los diferentes sectores de nuestro país a las mismas instancias del Estado para hacer un trabajo integral a la persona con discapacidad, que la

persona con discapacidad se sienta libre de hacer todo lo que quieran hacer como cualquier otra persona; que puedan ir al parque, puedan ir a la misa, puedan ir de compras, puedan ir al banco; puedan hacer de todo, puedan estudiar y entonces para eso se requiere que toda la sociedad en general permita esos espacios a la persona con discapacidad. En cambio, esta institución de la Teletón lo que hacen es recaudar fondos para darle migajas a la persona con discapacidad y en nuestro país la gran empresa en vez de pagarle el impuesto al estado, o sea dan una cosa ahí que a saber cómo lo camuflagean y evaden los impuestos; incluso sirve para evadir los impuestos, entonces es una cosa que debemos la misma sociedad y las mismas organizaciones que trabajamos el tema de discapacidad buscarle de darle vuelta, como decimos en buen salvadoreño; a este tipo de actividades que no vienen a favorecer en nada a la persona con discapacidad que se sienta una persona involucrada o parte de la sociedad porque lastimosamente entre más fuerte es la discapacidad de una persona es más aislada, entonces eso no debería de ser porque de hecho es un ser humano. Así que nosotros así como asociación y yo en lo personal estoy en contra de la manera en que hacen esa actividad, lo hacen para recaudar fondos y le dan una migaja a la persona con discapacidad.

— **Entonces, no validan la labor que realiza Funter**

— Yo en lo personal no, por la forma en que lo hacen; imagínese que por ejemplo nosotros tenemos conocimiento de gente que ha llegado a solicitar algún apoyo para que le den una cosa así digamos una pequeña silla de ruedas tienen que, la gran foto con el no sé quien ahí, firma aquí, firma allá, y un montón de procedimientos y es la gente la que tiene que andar buscando esa ayuda y si hay estas instituciones son para ofrecerla y divulgarla: mire nosotros tenemos tantos programas, trabajamos en esta zona del país, acérquese aquí

estamos para ayudarlo. Pero no trabajan así y son instituciones que nacen para eso como para darle migajas o sea lo que le sobra a la gente.

— **A qué le atribuyen ustedes el éxito que ha tenido Funter acá en el país**

— La misma ignorancia de la gente, la misma desinformación porque usted sabe que aquí los medios de comunicación están en manos de los ricos de nuestro país, de los que mandan en nuestro país, entonces todos los programas que transmiten están vinculados a que la gente: ah, sí que bonito! Ah, si así es. Incluso la misma curricula del Ministerio de Educación está relacionada para que uno no sea una persona pensante y en buen salvadoreño como yo les digo es como machos de carga: Aprende hacer esto y lo tenes que hacer cumpliendo este horario y te vamos a paga por esto. Y a usted no lo preparan desde Kinder a ser un ser pensante, que usted ponga en discusión lo que le dicen; entonces esa labor así que hace Funter con toda esa campaña que hacen hasta que llega el día está relacionado a cómo los mismos medios de comunicación son utilizados para tenernos como adormecidos y: Ay que bonito, como se ve ahí. Entonces, no nos educan, no nos han educado para seres que pensemos y que pongamos en discusión lo que vemos, lo que oímos, lo que nos dicen, lo que sentimos sino solo decir: si, si. Entonces, creo que por eso.

— **Y cree que por eso se deba a que las personas con discapacidad vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación**

— Nosotros tenemos 16 años de trabajar y yo ahí nunca, o sea no he sentido que la gente diga que Funter es como la única institución en la que se rehabilitan, más bien he oído más el ISRI, que si es una institución que les ayuda mucho y que no hacen como tanta publicidad de lo que hacen; entonces por eso que un poco se desconocen y en el caso de

la persona con discapacidad a consecuencia de la guerra como es el caso nuestro es el Fondo de Lisiados, la institución que nace con los Acuerdos de Paz y las organizaciones como la nuestra que nacen también para complementar lo que esta institución del Estado no hace, pero así como que Funter sea como que la organización en que la gente diga: Ahí me rehabilité, ahí me dieron esto; serán contados y la misma gentecita que bueno como el diputado David Reyes que fueron uno de los que participó en las campañas como el niño que se había rehabilitado y que todo eso, pero es diputado y David Reyes viene de una, me imagino yo; viene de una familia que tiene algunas condiciones económicas pero tantísimo niño como él en el área rural o en las grandes ciudades que ni siquiera te conocen.

— **Y cree que ahí en este fenómeno de la Teletón se generaliza la ayuda que ellos brindan, de decir que ellos ayudan a todas las personas con discapacidad**

— Se supone que le ayudan o sea se sabe en teoría verdad que le ayudan a todas las personas con discapacidad, pero en la práctica no es cierto porque si no, no hubieran personas que necesiten la silla de ruedas, personas que necesiten hacer algún tipo de terapia, personas que necesiten estudiar o sea no hubieran pero son miles en nuestro país, nadie los atiende.

— **Piensen que esto de la Teletón ha venido a opacar el trabajo que realizan organizaciones como la de ustedes**

— No, nosotros, yo en lo personal creo que no; aunque ellos imagínese toda esa campaña que hacen en la televisión es millonaria o sea nosotros como asociación una vez nomás hemos tenido un spot que fue regalado por el canal 21 y cuando nos han hecho entrevistas, así cuando hay fechas que son históricas de nuestro sector como lo de los Acuerdos de Paz y todo eso, pero quizás opacarlo ante los medios sí verdad, pero ya en la

realidad usted yo la llevó a una comunidad en Morazán y ni saben que existe la Teletón o se les olvidó cuando ya pasó la campaña porque solo se conocen cuando hacen la campaña para recoger los millones de dólares que ahí les van a dar verdad y de ahí no. Entonces, no tienen un trabajo así como real en el territorio.

— **Qué opinan del apoyo que recibe la Teletón de parte de empresas privadas**

— Era lo que le decía que en mi opinión eso debería de quitarse porque lo utilizan para evadir los impuestos, entonces dan ahí no sé cuánto y ya no pagan el impuesto que les corresponden por la empresa que tienen

— **Piensan que el Estado salvadoreño está renunciando a la obligación que tienen en el tema de discapacidad y dejando en manos de organismos privados como lo es Funter**

— Fíjese que en los gobiernos de ARENA ha sido así, han evadido el trabajo real que debería hacer el gobierno con las personas que tienen una discapacidad y lo han dejado ahí como que la Teletón es aquí. Sin embargo, hoy con el gobierno del FMLN yo siento que ha habido un pequeño giro pero no podemos pedir mucho porque el tiempo es corto, pero si por ejemplo el CONAIPD, que es el Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad; ahora este Consejo lo forman los Ministros de, valga la redundancia, de los Ministerios que conforman el Estado salvadoreño y antes iba cualquier persona de esos Ministerios que no tenía poder de decisión, entonces ahora se ha hecho esa modificación y son los propios Ministros o Viceministros que son parte del Consejo. Entonces, creo yo que esa es una ya como un caminito que se va abriendo en la que el Estado, el gobierno y sus dependencias van entrando en esa temática, conociendo esa realidad que existe en El Salvador y que hay que trabajar, ir conociendo y tomando

conciencia, buscando de ser sensibles en ese tema. Entonces, siento yo que no se lo están (dejando en manos de organismos privados), o sea que actualmente, pero antes así era.

— **Cómo evalúan la participación de personas con discapacidad en la Teletón, si piensan de que la imagen de ellos es explotada**

— Es explotada, si.

— **Cree que se está un estereotipo de discapacidad acá en El Salvador de decir que solo las discapacidades físicas son discapacidad**

— Si, aunque, es por el mismo desconocimiento porque por ejemplo en el CONAIPD hay siete representantes de la sociedad civil de las diferentes discapacidades. La discapacidad física, lo que usted llama sicomotriz, que nosotros le llamamos discapacidad física, que son los que son amputados de los brazos, de las piernas o andan en silla de ruedas por problemas en la columna y todo eso; es la discapacidad física, entonces no es solo eso, hay tipos de discapacidad. Muchas veces solo decimos a solo el que anda en una silla de ruedas tiene una discapacidad, pero no es así.

— **Valoran que existe manipulación en las audiencias para que éstas contribuyan a la causa de la Teletón**

— Claro, hay manipulación desde que arranca la campaña, que la pulserita, que mire, que el niño ahí riéndose, que lo sacan en las vallas, en la misma televisión, en todos los medios, entonces, es así.

E. ASOCIACIÓN DE CAPACITACIÓN E INVESTIGACIÓN PARA LA SALUD MENTAL (ACISAM)

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

— **Cuál es su nombre y cuál es su cargo aquí dentro de la asociación?**

— Raúl Durán, Director Ejecutivo

— **Cómo definiría usted el concepto de discapacidad**

— Bueno sobre eso hay incluso un debate todavía porque una persona no está completamente discapacitada a pesar que puede tener una capacidades limitadas, incluso en el debate unos mencionan discapacidades especiales otros mencionan con otro tipo de capacidades o sea que el término discapacidad es el que está siendo cuestionado, que no se han puesto de acuerdo incluso como dejarlo definitivamente porque ciertamente uno puede tener limitaciones en algunos aspectos, va por ejemplo yo en la época última uso lentes o sea que la capacidades visual las he ido perdiendo, pero tengo esa capacidad pero no soy limitado, bueno soy limitado visual; entonces ahí entramos en una discusión dependiendo que es lo que se quiere abordar uno. Lo que quieren quitar al menos es que las personas no son discapacitadas en el sentido de poner un término así básicamente anula a toda la persona, entonces lo que tratan en la discusión de mantener el carácter de persona con algunas limitaciones sean físicas, mentales o lo que sea, pero aun en esa parte es la discusión; quizás lo central de la discusión es que recupera la condición de persona, de personas que puedan tener algún tipo de limitaciones, ya en eso me podría

quedar con el comentario porque si van a encontrar varias conceptualizaciones, pero quizás lo más rescatable de eso es precisamente la condición de persona porque antes había personas discapacitadas, hoy está diciendo usted toda la persona es discapacitada y entonces ahí prácticamente lo anula por alguna características y algunas personas que tienen algún tipo de limitaciones a veces potencian otras, por ejemplo las personas que son ciegas para el caso, desarrollan oído, sentido de la orientación o sea que otras capacidades se ponen por encima de lo común.

— **Qué opinión merece para ustedes el fenómeno mediático de la Teletón**

— Bueno la Teletón tiene su carácter, en el fondo tiene un carácter político, tiene un carácter comercial y tiene un carácter comunicacional también.

— **Y validan ustedes la labor que desarrolla Funter**

— Bueno, no conozco en detalle lo que Funter hace, oigo referencias a lo que ellos hacen, pero no conozco directamente. Comúnmente lo que se escucha es que es una actividad bastante existencial, un carácter en sentido más o menos una relación vertical como otras ramas de la Medicina que a veces va el paciente y las personas profesionales y la relaciones asimétricas en términos de relaciones de poder, eso es lo que podría comentar.

— **Y a qué creen que se deba el éxito que ha tenido esta fundación acá en el país**

— Bueno si se refiere al éxito, no sé qué tantos casos atienden ni sé qué resultado tienen los casos al final, pero lo que si se mira es que si cuentan con recursos económicos que es una de las cuestiones que se dificultan a las instituciones como ésta conseguir recursos para mantener programas y este precisamente es la Teletón la que les provee los recursos que tiene. La Teletón ha sido cuestionada no solamente aquí en el país, en México; otras

partes también se le cuestiona como programas que es una forma de evadir impuestos de los grandes empresarios dedicados a las comunicación eso es lo que comúnmente se critica en México y aquí he visto algunos comentarios en ese sentido, he oído incluso que a veces donaciones que hacen empresas hacen recolectas entre los empleados y las presentan como una donación de tal fábrica, o sea lo que ayudan los trabajadores lo asumen como que fuera donación propia. Entonces, es una forma de evadir impuestos que por lo general es la crítica principal que se le ha hecho a la Teletón tanto en México como en El Salvador y tienen más o menos la misma matriz más o menos de funcionar.

— **Cuál cree que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación**

— Bueno, la única no sé si será así, pero si es a la que más publicidad se le hace, se le hace en la Teletón y se le hace en otros momentos he visto spot dirigidos a Funter a la labor que hacen y son spot más que todo publicitarios, y sale un niño o una niña y por lo general antes le daban más un carácter lastimero a la presentación de los spot y en los últimos tiempos siento que han cambiado un poquito, en el sentido que ya no sacan algún niño o alguna niña con una condición bastante que despierta mucho la parte emotiva o sea en ese sentido utilizaban la condición del niño o de la niña para conseguir recurso. Ahora al menos algunos spot que he visto los han sacado por lo menos más, menos en condición lastimera.

— **Y cree que ahí en eso de la Teletón se generaliza la ayuda que ellos brindan, de decir que ellos ayudan a todos los discapacitados de acá del país**

— No, no creo que les alcance para tanto; habría que hacer un estudio realmente de la inversión, número de casos que atienden y cuál es el resultado de los casos que han

atendido. Digo que la Teletón y Funter es más conocida por la publicidad que hacen en los medios de comunicación, lo que hacen otros organismos del Estado que dan y servicios para las personas con discapacidad no se les promueve mucho y no sé qué tanto presupuesto pueden tener las instancias de gobierno, pero si conozco instituciones del gobierno no sé si serán autónomas pero que si atienden casos de niños con algún nivel de discapacidad.

— **Consideran que la Teletón ha venido a opacar el trabajo que hacen diversas organizaciones de la sociedad civil**

— Bueno, a opacar no sé en qué medida, pero si a resaltar un tipo de intercambio sentiría también un poco sobredimensionada la parte de las instituciones que promueven con respecto a la publicidad que realizan en la Teletón y previamente al evento de la Teletón.

— **Piensan de que el Estado salvadoreño está renunciando a su obligación en el tema de discapacidad y dejando esta obligación en manos de organismos privados como lo es Funter**

— Bueno depende del enfoque y del gobierno que hay. Yo hablé con gobiernos anteriores vinculados a la derecha, ARENA en particular; que venían haciendo trabajos de trasladar algunos servicios que le correspondería al Estado a algún tipo de instituciones. Ellos venían privatizando servicios a cada ratito. Entonces, desde esa perspectiva ellos se pueden desligar de la labor que realiza el Estado en ese tipo de atención, pero un gobierno como el que está actualmente que tiene una idea de que el gobierno, el Estado retome el servicio que le corresponde indudablemente dentro de ese enfoque lo más probable es que tendrían que fortalecer esos servicios en salud y lo hemos visto en este gobierno porque si han fortalecido al salir nuevos programas de atención comunitaria

como los secos para el caso que se va al interior del país, lugar donde nunca había llegado atención medica, entonces dentro de un enfoque de responsabilidad del Estado en ofrecer los servicios indudablemente no estaría bien con estar privatizando o trasladando esa responsabilidad a las instancias de la sociedad que pueden ser complementarias pero no desligarse de su responsabilidad.

— **Cómo se llama el programa que me acaba de mencionar?**

— Los Secos, son un equipo multidisciplinario que se traslada, de médicos; al interior del país, a las comunidades, creo que también ellos hacen detección de casos de discapacidad

— **Creen de que se está creando un estereotipo acá en el país de decir que solo las discapacidades físicas físicas son discapacidad**

— El énfasis cuando se habla de discapacidad ha sido en esa y otras no aparecen como discapacidades al menos en los medios públicos, más bien en los grandes medios de comunicación; particularmente la discapacidad mental no aparece, incluso no es ni reconocida por instancias, incluso el mismo sistema de salud algunas discapacidades que tendrían que tener algún grado de indemnización por no poder laborar, para ponerle un ejemplo una persona que padezca de depresión difícilmente le dan permiso cuando está en una crisis depresiva para no trabajar, entonces hasta lo pueden despedir, difícilmente es una discapacidad mental que si afecta directamente su trabajo y no está reconocido pero en otro tipo de discapacidades si y aun con limitantes de darle tiempo y el tipo de indemnización eso bastante peleado por las personas que padecen de eso, entonces como que no hay una política y una atención realmente humanista referida a este sector poblacional

— **Valoran que existe manipulación en las audiencias para que estas donen a la causa de la Teletón**

— Sí, hay una manipulación mediática bastante abierta y resaltar precisamente algunos elementos de la emotividad de las personas y lo hacen precisamente nada más en periodos de campaña, pero el resto del año no veo que haya mucha sensibilidad social de canales estos que se encadenan para transmitir la Teletón, el resto del año como que son insensibles y de repente se hacen bien sensible en ese cortito tiempo.

F. ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE SORDOS (ASS)

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

— **Cuál es el nombre de ella?**

— Emma Flores de Walker

— **Cómo definiría ella la discapacidad**

— Yo pienso dice, que a nivel Nacional la discapacidad en personas oyentes son mayoría dice, igual ciegos, personas con discapacidad física y si hay muchas discapacidades dice; que tienen accidentes y hay un sin fin, por ejemplo en la guerra cuando estallan las bombas igual dice, igual en realidad los sordos no, los sordos no dice, los sordos son un poco población. La comunidad sorda dice, en El Salvador mayoría por ejemplo muchos sordos no dice, son pocos que significa dice que son una minoría lingüística. No, no hay mucha discapacidad en sordera porque ellos prácticamente la discapacidad no la tienen física porque pueden hablar su propio lenguaje que es su cultura y hablan en lenguaje de señas dice, es nuestro propio lenguaje. La mayoría tiene muchos paradigmas de las personas con discapacidad, que los sordos son pobrecitos, que piensan que son enfermos dice por eso padecen una discapacidad, pero cuál es el problema que tenemos; nosotros nos miramos simplemente lo que tenemos es que no escuchamos, aparentemente no se nos nota pero si nos podemos comunicar en señas.

— **Qué opinión tiene ella del fenómeno de la Teletón**

— Es bastante difícil dice. Tiene 26 años de estar luchando y nunca les han puesto atención no les dan oportunidad por ejemplo. Tienen 26 años de estar luchando dice, pidiéndoles apoyo a las diferentes instituciones, al gobierno, ya les han dado mucha información, tienen muchos años y nunca han cambiado. Nunca les han ayudado, prácticamente a ellos no les prestan atención igual les han mandado propuestas para enfocarse en ellos y no solamente les mandan por ejemplo unas cosas simples se podría decir que no les prestan atención, ellos tocan y tocan las puertas y no se las abren. Ellos mismos están viendo cómo luchan y cómo salen adelante.

— **Validan la labor ellos que hace Funter, piensan que es buena?**

— No dice, es diferente dice. A los sordos no dice, a los sordos prácticamente no los apoyan.

No, nunca han estado de acuerdo

— **El éxito que ha tenido esta fundación acá en el país, a que piensan ellos que**

— La asociación?

— **Si**

— Funter?

— **Si, Funter**

— Ellos tienen sus propias políticas e intereses económicos dice, por ejemplo en su infraestructura, ellos se preocupan más por, no apoyan prácticamente a la discapacidad lo único que hacen es un negocio de buscar ayuda de otros lugares, y tal vez del pueblo también se podrían aprovechar o sea es pura política económica porque ellos quieren abarcar más tal vez, pero ellos deciden dice. Quién es el que los manipula, los controla, son los grupos de Funter que hacen programas y contactos para tener apoyo y se les facilita y a ellos que son una asociación salvadoreña sin fines de lucro no.

— **Cuál creen que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación**

— No sé dice. Ella trabaja en el ISRI. Yo trabajo con el ISRI, tiene 16 años de trabajar con el ISRI y si ellos si pertenecen al gobierno, tienen talleres, tienen terapia de lenguaje, tienen terapia física, personas que tienen poco habla, tienen, prácticamente tiene todo lo que Funter tiene. Hay centros diferentes por ejemplo el Centro de Ciegos, el Centro de Audición y Lenguaje, el Asilo Sara o sea tienen muchos lugares donde ir pero cada uno están aliados con el Ministerio de Salud, ellos están aliados con el Ministerio de Salud. Son una cadena, tienen una cadena formada. Funter, eso es algo privado dice, que piden y piden y qué hacen, no sé qué es lo que hacen; hay muchos lugares diferentes que cada año fundan o cada año piden dinero y eso no es real la rehabilitación que dan porque ella nunca ha tenido conocimiento de entrar pero tal vez no les interesa llegar a las personas. Ella no lo aprueba, no está de acuerdo.

— **Si piensa que en la Teletón se generaliza la ayuda que ellos brinda a todas las personas con discapacidad**

— Que sea real las rehabilitaciones eso tal vez no dice, por lo menos a ellos nunca los han invitado a reuniones, ella si ha ido reuniones al CONAIPD, tienen representantes, tiene cada delegado, ahí hay representante de Funter que piden por ejemplo las rehabilitaciones a las personas con discapacidad, la infraestructura, los problemas de ayuda, parece tal vez igual por ejemplo el Ministerio de Salud, las unidades de salud casi igual que solamente, o sea se distribuyen pero que sea real lo que dan, no tal vez no dice.

— **Si piensa que lo que hace la Teletón ha venido a opacar el trabajo que hacen las diversas organizaciones de la sociedad civil como ustedes**

— Si, tal vez si dice porque la mayor parte de personas que trabajan ahí en Funter son personas oyentes y no tienen un desarrollo de la sociedad de las personas con discapacidad porque todas son prácticamente oyentes y las personas con discapacidad, pero no ven personas, ven personas profesionales que si o sea porque son profesionales pueden trabajar ahí y no tienen personas con discapacidad trabajando casi, son pocas prácticamente; significa que nosotros todavía estamos cruzados de brazos dice, y no hay un mayor aprovechamiento para nosotros. Para su opinión no sabe dice, la forma de trabajar de ellos. Ellos han pedido que debe de ser real prestarle atención al gobierno, pero como por ser sordos dice: no, no hay que prestarles atención o hay que generalizarles en todo. No, eso no tiene que ser así, todos tenemos que estar preparados.

— **Qué piensan del apoyo que recibe la Teletón de empresas privadas**

— Que la empresa privada tal vez piensa que son pobrecitos y que necesitan porque ellos hacen los programas y los contactos y ellos aceptan, todas las fábricas aceptan la donación porque piensan que son para las personas con discapacidad por eso aceptan las empresas privadas, igual tal vez el gobierno también; todos lo apoyan. Hay que darles oportunidades de infraestructura, si necesitan lugares por ejemplo acá en el centro falta fundar y divulgarlo, pero como nosotros no estamos apoyados por ellos; por eso ellos no reciben mayor apoyo.

— **Si piensan que el Estado salvadoreño o el gobierno está dejando su obligación en el tema de discapacidad en organismos privados como lo es Funter**

- Si, dice, tienen un aporte económico significa que si tienen un apoyo de parte del gobierno porque tal vez no hay una ley dice, por ejemplo la Constitución que sea real y que se cumpla lo que dice ahí, que los obligaran para que nos apoyaran a las personas con discapacidad, pero por ejemplo ahí no dice; ellos hacen sus negocios en privados, hacen sus contactos y ellos tienen un mejor apoyo del gobierno tal vez y el gobierno podría simular que no los apoya pero si los apoya en privado.
- **Cómo evalúan la participación de personas con discapacidad en la Teletón, si piensa que es explotada la imagen de ellos en las campañas**
- Las personas dice, me cuentan de las comunidades que falta apoyo a las personas con discapacidad o sea que se sienten frustradas, abusadas porque quién propone, quién da las respuestas; proponen las personas oyentes, pero no las personas con discapacidad prácticamente solo nos utilizan por ejemplo, les piden. Eso de pedir el aparatito para las personas sordas que dicen que lo dan en promoción o en donación, o sea ellos se sienten felices tal vez felices y se sientes utilizados, pero ella no comparte ese significado que las personas sordas a veces aceptan como que son, como para un bebé que se le pone algo que gire la cabecita y él acepta, pero recursos por ejemplo cosas más importantes y a los padres la información; como que les lavan el cerebro o no sé, no sé porque tal vez pueden aceptar, pero le voy a explicar por ejemplo cuántas personas se aprovecha de las personas sordas, necesitan aparatos, necesita recursos; ajá se los dan, vaya Funter ya le dio aparatos por ejemplo todos vayan allá; si a una persona le dan, todos llegan ahí, pero que eso sea real la investigación o algo que el niño crezca. Una persona que pierda la audición dice ella, necesita apoyarse de un aparato, pero una persona con sordera profunda parece que se lo dan solo por utilizarlo, pero que ellos sepan bien en la

investigación que si le va a funcionar eso es un abuso lo que se hace. Las personas con discapacidad no sé la realidad porque, qué es lo que sienten o que no porque no sabemos.

— **Si piensan de que se está creando un estereotipo de discapacidad acá en el país de decir que solo las discapacidades físicas son discapacidad**

— No dice, todos son iguales, las discapacidades no dice. Ella fue a Suecia, tuvo la oportunidad de viajar a Suecia la discapacidad, la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad dicen que las discapacidades en general tienen sus propios representantes por ejemplo la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad antes no tenía dice, no había; ahora si ya tienen una Convención.

La esposa de Tony Saca cuando estuvo ella, fue dice; fue a la Organización de las Naciones Unidas a Nueva York en el 2007 se firmó la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad y se hicieron todos los artículos para divulgar aquí en El Salvador ya está aprobado, pero que todos se obliguen a cumplirla no dice, de diferentes formas cada uno lo hace a su propia conveniencia; por ejemplo yo tengo mis propios derechos, pero nadie los obliga a que los cumplan. Por ejemplo yo tengo mi derecho a hablar en lenguaje de señas, es mi derecho dice ella, que es lo que más necesito y eso es lo que yo decido, por ejemplo las personas ciegas ellas deciden qué es lo que necesitan, las personas con discapacidad física ellas deciden; cada discapacidad decide qué es lo que necesita, pero acá a mayor discapacidad mayor problema porque tal vez no nos prestan atención y no hay ayudan, no hay educación. Por ejemplo, acá en El Salvador no hay bilingüismo para las personas sordas dice, primero es la lengua de señas y después el español escrito más la profesión pero acá no hay dice; por ejemplo los intérpretes graduados de cinco años acá no hay tampoco en El Salvador dice, eso es un problema por

el cual nosotros estamos luchando y nos enfocamos en nuestros derechos. La sociedad dice, por ejemplo la accesibilidad a las diferentes instituciones a las comunicación falta, por ejemplo siempre encontramos barreras; por ejemplo cuando hay desastres sobrenaturales no sabemos, no nos damos cuenta o sea que nosotros estamos sumamente sumergidos y peor las personas que viven en los diferentes departamentos ahí tenemos mucho problema, falta mucho por hacer, por ejemplo las personas ciegas en el método braille si, si hay un proceso que dice que lo utilizan las personas ciegas, pero falta más en los diferentes departamentos porque no a todos llega; ellos necesitan en eso, ahí tiene su derecho por el cual luchar y así en cada una. Las personas con discapacidad física, por ejemplo transporte público para ellos no hay, cómo dice, por ejemplo quieren subir a un edificio cómo suben tienen problemas, la construcción tiene que haber una solución y acá tampoco hay para eso. Significa que tenemos diferentes, diferentes formas de pedir pero sin los mismos derechos, por ejemplo yo no soy igual a las personas que hablaban antes nahuat, todavía existen en algunos lugares la cultura nahuat, pero las personas sordas, nosotros somos una cultura diferente porque nosotros hablamos en lenguaje de señas; el gobierno nos quiere obligar a que hablemos español o que hablemos su lenguaje que ellos deciden pero no nos pueden obligar, tal vez lo que necesitamos es unirnos y divulgarlo pero ya lo hemos hecho y ni aun así nos han prestado atención.

— **Si piensan de que existe manipulación en las audiencias, en los televidentes para que ellos donen a lo de la Teletón**

— Por ejemplo acá dice, la institución de la asociación buscarlos a ellos nunca dice, nunca han venido a pedir a la asociación, invitarnos a preguntarnos, que queremos saber información nunca han venido, piensan mejor al ISRI, piensan mejor al CONAIPD; a lugares importantes se dirigen ellos, a la rehabilitación, a lugares así, al Ministerio de Educación algunas personas con discapacidad pero nunca la asociación. Por ejemplo usted si, se ha animado a venir a visitarnos y a encuestarnos dice, pero hay otras instituciones que nos les interesa preguntarnos y si tal vez puedan tener una manipulación ellos pero nosotros no nos sentimos manipulados en su caso de ellos. Si manipulan al pueblo salvadoreño, ella no sabe bien de eso dice, no está muy al tanto porque es bien difícil, pero si mira que cada año recaudan fondos y ella no sabe, no comparte esa educación piden demasiado y falta mucho por hacer, hay muchas necesidades.

**G. ENTREVISTA REALIZADA AL INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR
ESPIRITU SANTO**

Licenciada en Psicología María Cecilia Lara, Docente en asignatura Necesidades Educativas Especiales

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

¿Cómo definen ustedes, como institución, a la discapacidad?

- Nosotros acá la manejamos en una asignatura como Niños con necesidades educativas especiales. Lo enfocamos desde el punto de vista educativo, que pueden hacer los docentes si les llegan a su aula niños con necesidades especiales como problemas auditivos, problemas visuales, desde el uso de lentes, que no es algo muy normal, a hacer ajustes al currículo como pasar al estudiante adelante o enviarlo a aulas especiales.

En toda nuestra asignatura que se llama así, empezamos definiendo que son, luego vamos viendo cada una de esas necesidades, lo teórico.

-¿Qué opinión le merece para ustedes el fenómeno mediático de la teletón?

- Si les soy sincera, cuando he desarrollado la asignatura a eso no le he dado valor como fenómeno para tomarlo en cuenta.

-¿Y personalmente?

- Me parece una utilización de las personas para conseguir fondos. Habría que ver en la investigación que ustedes van a descubrir, si en verdad, de ese dinero que se reúne ahí si se ve el producto, si lo están aplicando. Pero, si le soy sincera, nunca en las veces que he desarrollado la asignatura ni siquiera menciono el tema de la teletón.

-Como organización que velan por los derechos de las personas con discapacidad

¿Validan ustedes que realiza FUNTER?

- Acá no se tiene encargada de ese proyecto con servicios, no sé si se ha incluido a FUNTER, pero no, en el desarrollo que he ido como sicóloga lo más que veo es cómo lo podemos atender y a la entidad que recurrimos es al Ministerio de Educación, y a las instituciones más formales como ISNA, Ministerio de Salud y todas las instituciones reconocidas legalmente.

- ¿A qué le pudiésemos atribuir, desde la percepción propia, el éxito que tiene la teletón? Porque todas estas instituciones violentan los derechos de las personas con discapacidad

-Yo creo que el éxito, y ustedes los han tomado en cuenta al decir que es mediático, es el manejo de los medios de comunicación, eso es innegable. Pagaron tres canales para la misma actividad, es obvio que ahí hay un gran poder.

- ¿Y por eso mismo, cree usted que las personas ven como única posibilidad rehabilitarse ahí en FUNTER?

-No, de hecho cuando doy la asignatura nunca he ido a FUNTER, pero sí he llevado a mis estudiantes a la Escuela de Educación Especial que es del Ministerio, también a instituciones como a la de audición y lenguaje, que está por el zoológico. Cuando estudiaba mi carrera fuimos a instituciones respaldadas por el gobierno, no de la empresa privada.

- ¿Considera usted que el fenómeno de teletón generaliza la ayuda que brindan? Independientemente, porque ellos en su discurso usan la palabra discapacidad, pero sólo atienden ciertas discapacidades

- Tengo entendido que es más para parálisis cerebral, PORQUE COMO USTED ES MÁS ORIENTADO EN UNA OFICINA (NO ENTIENDO LO QUE DICE). Pero sí, no se podría generalizar porque no van a trabajar con toda la sociedad. Y no, el Ministerio no tiene una entidad para todas ellas. Ahí está uno, el Centro de Invalideces Múltiples, que lleva el nombre de múltiples sólo porque (NO ENTIENDO QUE DICE), Entonces está un poco descentralizado.

- **¿Considera que el fenómeno teletón ha venido a opacar la labor que realizan diferentes organizaciones de la sociedad civil?**

-Sí, si lo vemos desde esta entrevista, la publicidad sí, porque parecería que solo la teletón hace todo. Como la gente es de escasos recursos, a donde va es a lo conocido: a audición y lenguaje, al Centro de Invalideces Múltiples, a la Escuela de Educación Especial, es a donde van. Si ustedes van a alguno de estos lugares, se van a dar a cuenta que es gente muy necesitada.

-**Entonces, como no son empresas privadas, ¿No sería considerable también que estas instituciones recibieran donaciones? ¿Está permitido eso?**

- Se supone que sí. Todas las instituciones públicas aceptan donaciones, no se enojan que les lleguen a dar su equipo. De hecho en las aulas regulares en las que nosotros vamos a supervisar a nuestros estudiantes, se reciben de ONGS, lápices, papel. Hay algunas que han contribuido con laptops. Entonces si se aceptan donaciones, no está prohibido.

-**¿Entonces no se podría que el gobierno ha relegado parte de su responsabilidad como ente rector de garantizar los derechos de todos los ciudadanos a la empresa privada? Porque ha habido ocasiones, incluso, que no recuerdo la aclaración del**

Presidente de la República en que si llega a hacer una donación del gobierno o a título personal.

-De hecho, sí la hace a nombre del Presidente de la República.

¿Entonces eso no implicaría estar técnicamente delegando la responsabilidad?

-Habría que ver si así como ustedes están hablando de la manipulación, están manipulando su imagen para, más para las elecciones próximas. Manipulando a la gente para que digan: ah, el Presidente es una buena persona. Yo creo que los que pueden tener una imagen distorsionada y creer que la teletón es la panacea, es la gente que nunca han visitado las instituciones públicas y que no saben que tenemos a nivel público, instituciones que pueden ayudar.

-¿Y ya en todo caso, las personas que visitan estas instituciones es porque están solicitando la ayuda o porque son académicos que quieren conocer?, porque el ciudadano común por la misma estrategia conoce más el fenómeno de teletón.

-Sí, porque al menos cuando he visitado estas instituciones públicas, veo que muchas de las personas que llegan son de la zona rural, que hasta a la misma institución le consta que se les da para el bus. Entonces, la teletón no es accesible para ellos.

-¿Cómo evalúa la participación del personal con discapacidad en la teletón? ¿La imagen de ellos es explotada?

-Si lo vemos desde el punto de vista que los presentan para conseguir algo, sí. Porque lo hacen para manejar la lástima de los demás y para estimular la parte emotiva de todos los salvadoreños.

- Y más ante la propuesta de la LEPINA, que prohíbe el uso imágenes deliberantes, de impacto

-Sí, y quizá porque la LEPINA está mal interpretada, entonces la gente podría pensar que es denigrante que pongamos un niño en situaciones inapropiadas, no ven como denigrante que se utilice la imagen de un niño discapacitado para generar lástima.

¿Considera que por el alcance que tiene teletón, y el uso de su concepto de que sólo la parálisis cerebral es discapacidad, podría generarse un estereotipo en toda la población que se piense que la discapacidad es sólo eso?

-Es posible, no podría generalizar porque hay personas que piensan “Ya me dio curiosidad, lo voy a investigar la próxima vez que pase la asignatura”, porque acá les aclaramos que es la necesidad educativa y empezamos a ver una por una.

Entonces creo que a lo que lleva la asignatura es a la posibilidad de un panorama. El problema aquí en esta situación es que yo nunca he visitado FUNTER, no sé cómo trabajan. Sí se que tienen personal especializado porque se han ido unas licenciadas en psicología que trabajan allí, pero nunca he ido. Como le repito cuando he llevado a mis alumnos, jamás se me ha ocurrido ir ahí.

H. ENTREVISTA REALIZADA ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE REHABILITACIÓN

-Adela de Denys, Presidenta

-Licenciada Edith de Ramírez, Asistente Administrativa

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

1) ¿Cómo definiría la discapacidad?

Por lo mismo que hemos aprendido al integrarnos al CONAIPD, la discapacidad es una deficiencia física o mental de las personas, hasta hace no mucho las personas se referían a ellos como minusválidos, retrasados mentales y en realidad no son esas formas de llamarlas, no es la forma correcta, sino que es la palabra discapacidad, es una deficiencia física o intelectual, entonces ya lo vemos como una persona con discapacidad intelectual, o una persona con discapacidad física, que no le permite desarrollar sus actividades de una manera normal, que requiere alguna ayuda para movilizarse o para hacer alguna actividad.

2) ¿Qué opinión merece para ustedes el fenómeno mediático de la Teletón?

Nosotros no estamos en contra de la actividad que ellos desarrollan, lamentable mente como le menciono, en el CONAIP no era muy buena la percepción del fenómeno porque decían que era más propaganda y negocio, también personalmente tuve la oportunidad de ir a FUNTER por un problema auditivo que tenía visite el lugar, llega bastante gente al lugar, pero en el caso siento que a nivel de terapias están fuertes, pero no me consta como trabaja la institución para incorporar a las personas una vez rehabilitadas si hacen algo para incorporarlas a la sociedad.

3) ¿A qué le atribuyen el éxito que ha tenido la Fundación Teletón pro-rehabilitación en el país?

Por la misma publicidad que se le da, siempre es la publicidad la que triunfa en la campaña

4) ¿Cuál creen que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación?

Quizá por lo mismo, por la publicidad tan grande, porque se salen, quizá todos los días vemos en San Miguel, en San Vicente, pero no nos consta el tipo de atención que dan.

5) ¿Consideran que la Teletón ha venido a opacar la labor que realizan las diferentes organizaciones de la sociedad civil?

Quizá si por eso mismo que no hay promoción o las mismas asociaciones no tienen como para estas haciendo una publicidad tan grande sabemos nosotros de asociaciones pequeñas formadas a veces por una persona que se involucra en el tema.

Cuando son asociaciones bien pequeñas en un pueblo y ellos están trabajando por los niños, con necesidades económicas increíbles, que no tienen ropita, y como transportarse, niños que necesitan movilizarse con silla de ruedas, sin accesibilidad

para llegar a ningún lugar ellas se encargan ellas van a verlos a su casa para ayudarles en nivel intelectual para ayudarles dándoles clases, así como aprender una manualidad tenemos esta escuela a distancia los integrantes de la directiva los distribuyen para ayudarles pero como le digo no tienen quizá los medios como para estar anunciando que nosotros hacemos estoy ese tipo de publicidad es la que le ayuda a Funter y como le digo nos tendría que constar de que realmente atienden a las personas que llegan sin ponerles traba porque muchas veces tienen que pagar una diferencia, pagar una cantidad de dinero para que los atiendan, no es tan gratis que se diga, esa vez que llegue había que pagar una cantidad por pasar la consulta no sé si la persona de escasos recursos la paga o no la paga

6) ¿Qué opinan del apoyo que recibe la Teletón de empresas privadas?

Yo lo vería bueno si en realidad se transmitiera para la persona que lo necesita, nosotros a diferencia no cobramos la entrada a la instancia nosotros corremos con los gastos, muchas veces el presupuesto se nos dispara por el transporte porque pagamos el bus que vienen de San Miguel cobra \$300, si la zona no lo logra porque a ellos les dan también un presupuesto a veces no logran sacar para el pago del bus, nosotros con tal de que los niños vayan pagamos el bus, entonces no es lo mismo que una empresa nos esté ayudando el dinero que nosotros tenemos por qué algún lo dono y lo ocupamos para no cobrarle a la persona o la escuela o al padre de familia para que venga a veces no nos alcanza el presupuesto y tratan de reunir para poder pagar el transporte, si la empresa

privada le da esa gran ayuda a Funter yo no le niego que habrá algún fondo que se va para mantenimiento pago de empleados.

- 7) **¿Creen usted que el Estado salvadoreño en ese sentido a veces renuncia a esa obligación, porque la ley manda que todos somos iguales ante la ley y tiene que velar por el derecho de todos, por ejemplo en algunos eventos de teletón se ve que los presidentes van y hacen una donación?**

Nunca se aclarado en todo caso no debería ser así porque el mismo gobierno debería de proporcionar una institución, está el ISRI pero ya creo que el ISRI no da abasto es más antes teníamos varios centros del ISRI inscritos para traer los niños eran como 6 en S.S ya ahorita solo nos quedan 4 o 2. A nivel de educación quedan unas escuelas de educación especial

- 8) **Cómo evalúan la participación de personas con discapacidad en la Teletón ¿piensan que la imagen de las personas con discapacidad es explotada de una forma intensiva en la campaña de este evento?**

Yo al menos en lo personal no estoy de acuerdo en utilizar la imagen de un niño, y considero que no es necesario y más que todo que con esa imagen quieren causar lastima, sacan la imagen de las familias y eso. Considero que no es necesario y más que todo que con esa imagen muy lejos del aporte económico degradan la imagen. La concientización más va en como valorar a las personas.

- 9) **¿Cree que se está creando un estereotipo de la discapacidad en El Salvador, como el que solo las discapacidades sicomotrices son discapacidad?**

En el caso de Funter quizá si porque se estanca en esa área no tiende a promover el lenguaje a señas en el caso de las personas sordas, o el caso de otras áreas.

- 10) **¿Valoran que existe manipulación en las audiencias para que contribuyan a la causa de la Teletón?**

Si, por el uso de imagen y la publicidad que dan, porque con la excusa de ayudar generan lastima. Porque lo que necesitan es ser apoyados y no queridos y no reafirmar los estereotipos.

I. ENTREVISTA REALIZADA ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE DEPORTE SOBRE SILLA DE RUEDA

-Filemón Medrano

-Presidente

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

1) ¿Cómo definiría la discapacidad?

La discapacidad es un fenómeno que se dá por un accidente o incidente o por x o y situación, e incluso discapacidades congénitas, todo eso entra en el tema de discapacidad.

2) ¿Qué opinión merece para ustedes el fenómeno mediático de la Teletón?

En lo personal me reservo mis comentarios, solo le voy a decir que no tengo buenas ni positivas percepciones.

3) ¿A qué le atribuyen el éxito que ha tenido la Fundación Teletón pro-rehabilitación en el país?

A la campaña denigrante que tienen.

4) ¿Cuál creen que sea el motivo de que las personas vean en Funter la única posibilidad de rehabilitación?

Lo ve asi la gente que no conoce como funciona la rehabilitación para los discapacitados, porque teletón no rehabilita, teletón genera símbolos, pero no rehabilita, porque cobran, nada ahí es gratis lo que hacen es realizar una burbuja publicitaria.

5) ¿Consideran que la Teletón ha venido a opacar la labor que realizan las diferentes organizaciones de la sociedad civil?

Para nada, nosotros somos una institución que formamos atletas de alto rendimiento y luchamos por masificar el deporte; no nos opacan en nada porque tenemos rubros diferentes.

6) ¿Qué opinan del apoyo que recibe la Teletón de empresas privadas?

Nosotros funcionamos muchas veces a base de donaciones y patrocinios, y las utilizamos muy bien y la donación se ve; ellos no se para que la utilicen.

7) Cómo evalúan la participación de personas con discapacidad en la Teletón ¿piensan que la imagen de las personas con discapacidad es explotada de una forma intensiva en la campaña de este evento?

Yo al menos en lo personal no estoy de acuerdo con el uso inadecuado que hacen de las personas con discapacidad.

8) ¿Valoran que existe manipulación en las audiencias para que contribuyan a la causa de la Teletón?

Si.

J. ENTREVISTA REALIZADA A CONSEJO NACIONAL DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA PERSONA CON DISCAPACIDAD CONAIP

-Licda. Nancy Zelaya

Oficial de Prensa

Tema: “La Manipulación Implementada a través de los Mensajes promocionales difundidos por la Tele Corporación Salvadoreña (TCS) en el Desarrollo de la Teletón 2012-2013

¿Qué es el CONAIPD?

Entonces el CONAIPD es el ente rector en materia de derechos de personas con discapacidad, es decir, tiene una figura, similar a la de la procuraduría de derechos humanos solo que especializada en el tema de derechos de personas con discapacidad, entonces el CONAIP se encarga de trabajar de manera coordinada con todos los sectores vinculados a la aplicación de los derechos de las personas con discapacidad, en este caso la conformación del CONAIPD está creada a través de un pleno , y comité técnico y una dirección ejecutiva, el pleno del consejo se integra por representantes de organizaciones gubernamentales, en este caso los ministros de cada una de las instituciones, ministerio de obras públicas, salud, hacienda gobernación y la representación de la secretaria y otros; pero en el pleno además del gobierno hay representantes de las diferentes asociaciones de la sociedad civil que son los representantes de las diferentes organizaciones específicas de todas las discapacidades, discapacidad física, auditiva, mental, intelectual incluso la representación de padres, madres , amigos y familiares de personas con discapacidad a fin de que las decisiones de todo el accionar que se maneja en materia de derechos, pase por las decisiones de las personas involucradas. El comité

técnico esta como abajo del consejo y se encarga de trabajar las propuestas alrededor del tema de las personas con discapacidad.

Desde antaño se ha visualizado a los discapacitados de manera inadecuada, ya que anteriormente se veía a una persona discapacitada como que no era útil a la sociedad por lo tanto los tiraban de un despeñadero. Mucho tiempo después se cambió ese paradigma o visión que se tenía a las personas con discapacidad y se veía a las personas con discapacidad desde un enfoque biológico o médico, pues se consideraba que todas las personas con discapacidad son enfermas y una discapacidad no es una enfermedad, una enfermedad es una gripe, perder una pierna o que se use una silla de ruedas no es una enfermedad, o que tengas alguna discapacidad visual o sensorial, entonces esto se ha superado totalmente por que la discapacidad no se puede ver desde ese punto, sin embargo hay muchos sectores que todavía lo ven desde ese ámbito. Pero el ámbito exacto en que se debe de visualizar es desde un paradigma de derechos humanos, que todos somos diferentes y dentro de esas diferencias todos tenemos los mismos derechos.

Es importante destacar una diversidad de discapacidades, porque por lo general por ser las más notorias solo puede identificarse las discapacidades físicas, sin embargo existe la discapacidad mental, la discapacidad intelectual, o las discapacidades sensoriales como la discapacidad visual o la discapacidad auditiva, entonces es un grupo de población un poco más amplio

¿Qué genera la discapacidad?

Los accidentes de tránsito que lastimosamente en nuestro país están a la orden del día por la irresponsabilidad al volante, el conflicto armado, enfermedades comunes como la diabetes que producen muchas amputaciones, las congénitas y la violencia social, entre otras como accidentes naturales o comunes.

¿Existen datos estadísticos, o un catastro nacional de las personas con discapacidad?

Lastimosamente en el país no se cuenta con datos exactos de cuanta población con discapacidad hay, sin embargo a raíz de un convenio que se realizó con el registro nacional de las personas naturales, ha abril de este año nos han dado un resultado de que personas mayores de dieciochos años que ellos tienen inscritos refleja un total de 254 mil 222 personas con discapacidad. Claro es de tomar en cuenta que hay un margen de error, porque no es un censo específico y no está la población menor de dieciocho años.

Hay datos como el del censo de la población de 2007 que refleja que el 4% de la población sufre discapacidad, que es como 235 mil, es mucho menos que el otro.

¿Existen normas para el uso de lenguaje inclusivo en los medios de comunicación?

También es importante el uso de terminología adecuada, porque si no se hace uso de la terminología adecuada, para no hacer referencia a los paradigmas que están desactualizados, o que en alguna forma son peyorativos y atentan contra la dignidad de las personas con discapacidad.

Ante todo si vamos a dirigirnos a una persona, es mejor con su nombre, pero si es a la población o como término genérico lo correcto es persona con discapacidad, eso si es de

forma general, si es específica, persona con discapacidad auditiva, persona con discapacidad visual, o persona con discapacidad física.

Pero siempre bajo este término de persona con discapacidad, y no “persona discapacitada” porque ahí se está adjetivando, o persona incapacitada, porque esas son las que se concede en enfermedad para permiso laboral, o persona invalida, que no vale, o persona especial, términos que no valen. Entonces es aparte, esta connotación de especial, te quiere hacer diferente para no herir susceptibilidades, lo que se busca es buscar un visión de autonomía, no la retroalimentación de patrones erróneos.

Es importante hablar sobre el marco legal en el país, como la ley de equiparación de oportunidades para las personas de personas con discapacidad y su reglamento, las normas técnicas de accesibilidad urbanísticas, arquitectónico, transporte y comunicaciones que estas normas técnicas son como un paso a paso a seguir para que se brinde la accesibilidad en los diferentes espacios.

A nivel internacional hay una serie de instrumentos como la convención sobre los derechos de las personas con discapacidad y su protocolo facultativo.

Los comunicadores tienen la obligación y responsabilidad de informar de forma correcta, y no debe de reforzar actitudes inadecuadas sobre el tema.

Para eso se debe de mostrar a las personas con discapacidad en situaciones cotidianas, evitar la imagen conmovedora, ya que lo que necesita es reforzar la imagen positiva.

Informar sobre los servicios hacia las personas con discapacidad para cambiar a una cultura de tolerancia.

Prepara las condiciones mentales de la población para generar una cultura de inclusión

No usar la imagen de las personas en titulares para llamar la atención.

En cuanto al uso de la imagen no es adecuado, no es adecuado el uso de primeros planos, en tanto en la parte de la discapacidad, o en apoyos técnicos, porque el enfoque que se realizara es hacia la persona.

¿Qué hace el CONAIPD ante el uso de la imagen errónea en los Medios de Comunicación?

La normativa técnica de accesibilidad urbanística, arquitectónica, transporte y comunicación hace un apartado sobre el abordaje de la imagen, ahora se está en el proceso de la actualización de la normativa y se pretende que se incluyan aspectos técnicos sobre el uso de la imagen, porque es importante que este asentado en un sitio para que las instituciones privadas retomen su responsabilidad, sin embargo si existen marco legales.

La convención de los derechos de las personas con discapacidad personas con discapacidad te hace referencia a la dignidad inherente de las personas entonces son como aspectos importantes en tomar en cuenta

Hoy por hoy Con la Dirección de Espectáculos públicos radio y TV, en esta normativa, porque será un propuesta de ley sobre el uso de la imagen sobre el tema niñez, discapacidad, adulto mayor, entre otros, porque son todos estos abordajes que necesitan un protocolo específico, aunque sería un marco general de regulación.

Sin embargo con los medios se vienen trabajando desde hace mucho tiempo.