

El papel de la prensa y la opinión pública

José Miguel Cruz

Resumen

Basado en los datos de un sondeo del IUDOP realizado en julio del presente año, el autor analiza el impacto de los medios de prensa en el público salvadoreño: a quiénes llega la prensa, qué medio tiene más cobertura, cuál tipo de prensa tiene mayor impacto en los niveles de información pública y la forma en que la prensa puede determinar algunos aspectos de la opinión pública. El artículo revela que la prensa escrita y televisada es responsable en buena medida del nivel de información con que dispone el público; el artículo también revela que la influencia de los medios sobre la opinión pública salvadoreña es muy compleja, pues es capaz de determinar la concepción que tienen los salvadoreños sobre el principal problema del país, pero no de modificar las opiniones sobre algunas instituciones.

1. Introducción

En los últimos años, sobre todo después de la firma de los acuerdos de paz, los medios de comunicación, específicamente la prensa, han ocupado un espacio fundamental en el proceso de discusión, debate y formación de la opinión pública de la sociedad salvadoreña. Tal espacio no sólo ha sido ocupado en tanto que instrumentos facilitado-

res y canalizadores de la dinámica de la discusión pública sobre los asuntos nacionales, sino que —sobre todo en los últimos tiempos— los medios de comunicación se han convertido en uno de los temas centrales de ese debate nacional.

Los procesos judiciales en contra de algunos periodistas acusados de difamación; los reiterados llamamientos del gobierno para que la prensa

“oriente sus mensajes de manera positiva”, a los que se han sumado algunos sectores de la empresa privada, el arzobispo de San Salvador y algún centro de estudios superiores; las denuncias de algunos periodistas sobre las presiones y el acoso del que han sido objeto por parte de miembros de la Policía Nacional Civil, sospechosos de crímenes; la disputa sobre la legalidad de las radios comunitarias y los señalamientos de algunos medios de comunicación de que son víctimas de embargos publicitarios cuando la agenda informativa contradice los intereses de los anunciantes, es muestra de la magnitud con la cual la prensa salvadoreña ha pasado a ser uno de los puntos centrales del debate nacional.

La mayor parte de los acontecimientos señalados arriba ha sido interpretada como parte del problema del ejercicio de la libertad de prensa en este pequeño país centroamericano, dando por supuesta la influencia y el poder que efectivamente ha logrado la información de la prensa en la etapa de postguerra. Pero rara vez, ese debate sobre los medios de comunicación ha sido llevado más allá del dilema de la libertad de prensa, ignorando a veces problemas no menos importantes, relacionados con la prensa, como la calidad de la información, la accesibilidad de los ciudadanos a la misma o la influencia que ejercen los medios sobre la opinión pública salvadoreña.

El presente artículo es un intento, sobre la base de la investigación de la opinión pública, por abrir la discusión sobre la influencia de la prensa en la actualidad. Esto se hace mostrando algo que, pese a la conciencia colectiva sobre la importancia de la prensa, probablemente nadie ha tomado como punto de partida: presentar la capacidad de las instancias informativas de los medios de comunicación para llegar a la población y para determinar, en mayor o menor medida, una visión específica sobre la realidad. Y es que para debatir sobre la libertad de prensa o la independencia de las agencias de noticias es necesario tener cierta idea del poder y de la particularidad de las mismas para llegar a la audiencia. Por ello, las siguientes páginas muestran el alcance de la prensa —en sus distintas modalidades: televisión, periódico y radio— y la manera en que las opiniones de los ciudadanos pueden variar en función del tipo de medio al cual se está más expuesto. De una manera breve —quizás más resumida de lo que hubiera deseado—, el presente artículo se desglosa en cuatro

partes: una rápida revisión teórica, necesaria para definir un lenguaje común; una imprescindible descripción metodológica del origen de los datos, una sistemática presentación de los resultados acompañados de sus respectivas reflexiones y deducciones; y un ejercicio de conclusiones al final. Todo lo anterior, claro está, en el entendido que éste es sólo un primer y limitado esfuerzo para estudiar el impacto de la prensa en El Salvador.

2. La concepción teórica sobre la influencia de los medios

La concepción acerca de la influencia y los efectos sociales de los medios de comunicación y más específicamente de la prensa ha variado mucho a través del tiempo. Según José Luis Dader (1990), en las primeras décadas del presente siglo predominaba la idea de que los medios ejercían una influencia unidireccionalmente poderosa sobre los individuos; esta corriente de pensamiento suponía que los individuos eran “inyectados” por la información proveniente de los *mass media* y que esencialmente esta transfusión se daba sin ninguna interferencia. Como respuesta a esta visión de los medios, a mediados de siglo comenzó a generalizarse la idea de que los medios “sólo tienen capacidad para reforzar las actitudes y opiniones ya existentes en el público y sólo en condiciones muy excepcionales podrían actuar como agentes de persuasión más poderosa...” (*ibid.*, p. 228). Desde mediados de los años sesenta, el concepto sobre los medios comenzó a cambiar al atribuirles nuevamente y de manera creciente una poderosa capacidad de influjo sobre las personas. Las teorías que desde los años sesenta volvieron a valorar el poder de los medios —con mayor o menor intensidad— se han distinguido, a pesar de sus diferencias, por hacer una interpretación más compleja de su acción, incluyendo una serie de variables, que van desde la lectura histórica de la sociedad en que los medios se encuentran hasta el examen de ciertas variables de orden individual en el público.

Dentro de esta tendencia de pensamiento surgió una teoría que, no necesariamente, es una construcción centrada en los medios de comunicación, sino más bien en los mecanismos bajo los cuales se forma y se moldea la opinión de las masas. En un libro muy reciente, publicado en 1993, un profesor de la Universidad de California, John Zaller, señala que el discurso de las élites políticas

y sociales de una colectividad es una de las variables centrales para la formación y el cambio de la opinión pública. Según Zaller, las personas adquieren o modifican sus actitudes, representaciones y pensamientos sociales en respuesta a los mensajes que reciben de las élites de la sociedad y en función del nivel de información política disponible. Las élites estarían conformadas por las autoridades nacionales, los dirigentes políticos, los líderes de opinión y la prensa misma; mientras que la información política (*awareness* en inglés) estaría conformada por el nivel de escolaridad y la exposición a la prensa por parte de los individuos. En otras palabras, la capacidad del público para modificar su opinión como respuesta al discurso de las élites vendría dada por el grado de información y conocimiento al cual está expuesto el público.

Ahora bien, esa sensibilidad al mensaje de las élites no ocurre de manera directamente proporcional con el nivel de información política de la persona. De acuerdo a la teoría, las personas que menos cambian el conjunto de sus opiniones acerca de la realidad son, por un lado, aquéllas con menores niveles de conocimiento político, porque no suelen recibir los mensajes nuevos y cambiantes; y, por otro lado, las que poseen los mayores niveles de conocimiento político porque tienen una estructura de representaciones ideológicas bastante consolidada y resistente a los cambios de visión. En cambio, los individuos que cambian más frecuentemente sus opiniones en respuesta a los mensajes de las élites, son aquellos con niveles intermedios de conocimiento político; ello sucede porque tienen capacidad para recibir las comunicaciones políticas, pero carecen del conocimiento suficiente para contextualizarlas y diferenciarlas (Coleman, 1996).

Dentro de esto, la prensa tiene un papel fundamental en los dos sentidos que constituyen las variables fundamentales del modelo. En primer lugar, la prensa proporciona los canales a través de los cuales las élites envían sus mensajes a la población; ciertamente, los noticieros y las notas periodísticas constituyen los medios por los cuales los dirigentes logran tener audiencia y entrar en la conciencia pública, alimentando el nivel de infor-

mación política de las masas. En segundo lugar, la prensa no sólo se limita a servir de canal, sino que también promueve sus propios puntos de vista acerca de la realidad, con mayor o menor sutileza, formando parte entonces de las élites, al enviar su mensaje al público y al intentar imponer su visión de la realidad (Price, 1994). En este sentido, se podría decir que la capacidad de la prensa para determinar la opinión pública es el doble de la del resto de las élites. Dada la estructura de los medios, la prensa no sólo controla el canal, sino también el mensaje.

La capacidad de la prensa
para determinar la opinión pública
es el doble de la del resto de las élites.

¿Cómo se mide operativamente el nivel de información política de

las personas? Existen varias formas para calcular el nivel de conocimiento político. Algunos métodos incluyen la exposición del público a los medios de comunicación, el nivel de participación socio-política, el grado de escolaridad o el interés del ciudadano en los asuntos sociales. De acuerdo al mismo Zaller, la mejor manera para calcular el nivel de conocimiento político es preguntar sobre hechos que llama "neutrales", por ejemplo, quién es el presidente de la Corte Suprema de Justicia o quién es su representante en el Congreso (*ibid.*, 1993).

Sin embargo, para los objetivos de este artículo, en las siguientes páginas se analizarán datos que muestran el nivel de exposición de los salvadoreños a los tres tipos de prensa: los noticieros de televisión, las noticias en los periódicos y los noticieros de la radio. Esto porque se busca poner de relieve el influjo de la prensa, con sus distintas modalidades, en la opinión pública, más que estudiar el tipo de mensaje que las élites envían a través de los medios.

Ahora bien, el análisis de la exposición de los salvadoreños a la prensa obliga a considerar las peculiaridades de cada tipo de medio. Es muy distinto informarse a través de los periódicos, que a través de la radio o la televisión, y esto no tanto por las agendas propias de cada medio —lo cual sin duda interviene—, sino por la naturaleza misma del medio de comunicación. Según Young (1995), el periódico se caracteriza por exigir cierto nivel de interacción e interés por parte del lector. A diferencia de medios como la radio o la televi-

sión, informarse por medio de la prensa escrita implica una conducta activa de búsqueda y supone también que las personas disponen de ciertas habilidades para hacerlo: deben saber leer. A esto habría que agregar el carácter original del periódico, el cual nació y se mantiene, en gran medida, como un medio para informar. En cambio, medios como la radio o la televisión para captar la atención del público no demandan de éste un interés intenso, ni exigen que aquél sepa leer: una persona puede escuchar noticias en la radio o verlas en la televisión sin buscarlas activamente. Por otro lado, tanto la radio como la televisión se caracterizan por dedicar buena parte de su tiempo al entretenimiento y no a las noticias. Esto es especialmente cierto en el caso de la radio, la cual ha tenido dificultades para ampliar su esfuerzo informativo frente al avance y la versatilidad que, por el contrario, ha mostrado la televisión en las últimas dos décadas.

3. Encuesta y población encuestada

Los datos que serán objeto de examen en estas páginas provienen esencialmente de un sondeo de opinión pública realizado por el Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP) de la UCA, entre el 13 de julio y el 9 de agosto de 1996. Esta investigación, efectuada con financiamiento del Departamento de Ciencias Políticas de la Universidad Cristiana de Texas y de la Unión Europea a través del Instituto de Derechos Humanos de la UCA (IDHUCA), se diseñó con el objeto de conocer la opinión y las actitudes de los salvadoreños sobre los derechos humanos y el sistema judicial.

En este sentido, el cuestionario empleado para la encuesta contemplaba una larga serie de reactivos —120 en total—, que recogía entre otras cosas: la noción sobre el principal problema del país; la frecuencia con que los consultados leen, escuchan o ven noticias en los medios de comunicación; los conceptos sobre los derechos humanos; la opinión sobre el proceso de los acuerdos de paz; las actitudes políticas; las opiniones acerca de la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos, la Corte Suprema de Justicia y los jueces; la confianza en algunas instituciones del país, incluyendo las instancias informativas de los medios de comunicación; las preferencias políticas y, claro está, ciertos datos demográficos.

Los datos que utilizaremos en el presente artículo son sólo una pequeña parte del cúmulo de información brindado por la encuesta. Concretamente, provienen de los resultados a las preguntas sobre la frecuencia con que los encuestados leen, escuchan o miran noticias en el periódico, la radio y la televisión, los principales problemas del país, la opinión de cuán informados están y las evaluaciones de algunas instituciones nacionales (ver IUDOP, 1996a).

La investigación de opinión pública fue realizada con una muestra por cuotas, que representa la totalidad de la población salvadoreña, siguiendo la distribución poblacional indicada por el informe del V Censo Nacional de Población. El diseño muestral incluyó los catorce departamentos de El Salvador, tanto a nivel urbano como rural. La muestra urbana se estratificó en cinco sectores sociales: alto, medio-alto, medio-bajo, obrero y marginal, siguiendo la distribución de ingreso mostrada por las Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples; mientras que el grupo rural se dejó como una categoría independiente. En el muestreo se consideraron también las variables de sexo y edad de los encuestados.

La aplicación del cuestionario de 120 reactivos se hizo por aproximación no sistemática a los hogares, ubicados en los municipios y en las zonas establecidas, definidas aleatoriamente. Los encuestadores fueron de casa en casa, preguntando a las personas que cumplían con las características consignadas en el cuestionario —el género y la edad. En cada caso se entrevistó a una persona por hogar y únicamente a las personas que estuvieran dispuestas a colaborar, respondiendo a toda la encuesta. El total de entrevistas válidas fue de 1,199, con un margen de error muestral estimado de ± 0.04 (4 por ciento). El 47.4 por ciento de las personas entrevistadas pertenece al sexo masculino, mientras que el 52.6 por ciento corresponde al sexo femenino. El rango de edades de los consultados va desde los 18 años hasta los 88 años, con una edad promedio de 35.1 años y una desviación típica de 13.3 años. Dos terceras partes de los encuestados viven en zonas urbanas o semi-urbanas, mientras que el resto vive en áreas rurales. El Cuadro 1 muestra la distribución general de la población encuestada por departamento y sector social.

Cuadro 1
Distribución de la población encuestada, según departamento y sector social
(En porcentajes)

Departamento	Sector social						Todos		
	Alto	Medio-alto	Medio-bajo	Obrero	Marginal	Rural	N	%	
Departamento									
Ahuachapán	2	5	3	7	2	41	60	5.0	
Santa Ana	7	13	13	20	14	39	106	8.8	
Sonsonate	4	10	10	15	10	34	83	6.9	
La Libertad	6	15	13	23	15	52	124	10.3	
Chalatenango	3	5	4	6	4	22	44	3.7	
San Salvador	30	61	67	91	61	46	356	29.7	
Cabañas	2	3	3	5	3	16	32	2.7	
Cuscatlán	2	7	5	7	5	13	39	3.3	
San Vicente	2	4	4	6	4	12	32	2.7	
La Paz	3	9	7	12	8	18	57	4.8	
Usulután	3	10	9	12	9	34	77	6.4	
San Miguel	6	14	14	21	14	20	89	7.4	
Morazán	1	4	4	6	4	22	41	3.4	
La Unión	4	6	6	10	6	27	59	4.9	
Todos	N	75	166	162	241	159	396	1199	–
	%	6.3	13.8	13.5	20.1	13.3	33.0	–	100.0

4. El papel de la prensa

4.1. La audiencia de la prensa salvadoreña

Como ya se ha dicho, el sondeo del IUDOP incluyó tres preguntas sobre la frecuencia con la cual los encuestados se informan, a través de cada uno de los medios de comunicación; los resultados de tales interrogantes serán el eje del análisis. Para comenzar, en el Cuadro 2 se presentan los resultados a esas preguntas. Según el cuadro, la modalidad de prensa que posee el mayor nivel de público

es, por mucho, el noticiero de televisión. Cuatro de cada diez salvadoreños ven noticias por la televisión todos los días y sólo uno de esos diez nunca lo hace; ello convierte a la televisión en la fuente de información sobre la realidad de mayor cobertura en este país, muy por encima de los periódicos y más aún de los noticieros radiales. De hecho, la proporción de personas que se informan diariamente a través de los periódicos o la radio es la mitad o menos de la mitad de los que se informan por televisión.

Cuadro 2
Frecuencia con que los salvadoreños atienden la prensa, según tipo de medio
(En porcentajes)

Tipo	Todos	Muchas los días	Una o veces semana	Rara dos veces	Nunca vez	No responde
Mira noticias en la televisión	43.3	12.7	16.9	14.9	12.0	0.2
Lee noticias en el diario	22.6	9.9	15.8	25.5	25.9	0.3
Escucha noticias en la radio	17.6	9.2	13.3	25.1	34.6	0.3

¿Con qué frecuencia Ud...?

Lo anterior puede resultar sorprendente, sobre todo si se considera la idea generalizada de que la radio constituye el medio más popular y, por ende, el que puede ofrecer noticias a una mayor cantidad de público. Esta idea proviene esencialmente del hecho innegable de que el medio de comunicación más común es la radio y que, en comparación con la televisión, la cantidad de viviendas con receptores de radio supera en más de 200,000 a las viviendas con aparatos de televisión, según el último censo nacional de población (DIGESTYC, 1995). Por otro lado, en comparación con los periódicos, la radio no requiere un nivel mínimo de educación.

Este fenómeno —el menor público de los noticieros de radio— se explicaría por el hecho de que una mayor audiencia de la radio no necesariamente implica que los noticieros radiales tengan una mayor cantidad de oyentes. Esto porque prevalece la idea de la radio como un medio de entretenimiento y no como un medio de información. De hecho, en una encuesta realizada por el IUDOP en 1995 con mujeres de escasos recursos a nivel nacional, se encontró que sólo el 15.5 por ciento de las encuestadas piensa que la radio es un medio para conocer la situación del país; la mayoría señaló que la función principal de la radio es el entretenimiento (1995, p. 100). Sin embargo, la televisión cumple también con una función de entretenimiento, quizás inclusive con mayor éxito que la radio, y aun así, los noticieros de televisión son los más atendidos por la población. La interpretación de esta conducta podría encontrarse en el carácter mismo de la televisión. El “juego de imágenes” que ofrece este sistema permite que los televidentes “vean” la noticia, el suceso, y no sólo se limitan a escuchar a través de terceros, tal como sucede con la radio. Frente al público, las imágenes testimonian lo sucedido y los videntes tienen la sensación de ser espectadores “en vivo” de los sucesos.

Por el otro lado, la prensa escrita sostiene su audiencia frente a la radio, probablemente, gracias a su propia naturaleza como medio informativo. A pesar del avance de la televisión y de la capacidad de la radio para llegar a más personas, los periódicos parecen apoyarse sobre la base de su utilidad primera: informar. Las noticias del periódico, con todos sus recursos, ofrecen la oportunidad para encontrar notas más reflexivas y —aunque no tan vivenciales como la televisión o tan rápidas como

en la radio— proporcionan, en teoría, una cobertura más amplia y más interpretativa del suceso.

4.2. ¿A quiénes llega la prensa?

Para entender el impacto de la prensa en todas sus modalidades, es necesario conocer quién es su público. Esto porque no todos los salvadoreños, como ya se ha visto, se informan de la misma manera; no todos escuchan, ven y leen noticias con la misma intensidad e incluso, una buena parte de la población no lo hace en absoluto. Para poder obtener una medida de la frecuencia con que las personas atienden a los distintos medios se promediaron las respuestas sobre una escala de 1 a 5. En el entendido que 1 significa el nivel menor de atención (las personas que *nunca* leen, escuchan o ven noticias), mientras que 5 representa el nivel mayor de audiencia (las personas que se informan *todos los días*). El Cuadro 3 muestra los promedios de atención a la prensa, según el sexo y la edad de los consultados.

El cuadro ratifica los resultados mostrados anteriormente. Observando los promedios totales, los noticieros de televisión muestran el mayor nivel de audiencia, muy por encima de la prensa escrita y la prensa radial. Este comportamiento, sin embargo, varía en función del sexo y la edad. En primer lugar, vale decir que las personas del sexo masculino muestran, en todas las modalidades de la prensa, un nivel mayor de atención que las mujeres. La diferencia es mayor cuando se trata de la prensa escrita, aparentemente los hombres leen mucho más los periódicos que las mujeres; pero, por otro lado, cuando se trata de la televisión, la diferencia es escasa —aunque estadísticamente significativa.

Si se consideran las diferencias por edad, el comportamiento es más complejo. Si bien es cierto, la televisión se impone siempre en todos grupos de edad, la intensidad con que lo hace frente al peso de la radio y el periódico es distinta. Por ejemplo, los noticieros de la televisión tienen mayor receptividad entre los adultos medios (de 36 a 50 años de edad), pero decaen en audiencia a medida que la edad de las personas aumenta. En el caso de la prensa escrita, la edad no parece ejercer una influencia regular en el nivel de lectores: los promedios de atención se mantienen sin variaciones sustantivas, con excepción de las personas entre los 50 y 65 años de edad, quienes presentan el

puntaje menor de interés. Por otro lado, la atención a la prensa radial aparece como la más susceptible a sufrir variaciones, en función de la edad del público. Sustentado en una fuerte significación de orden estadístico (un análisis de varianza revela una $F = 4.27$ para una $p = 0.0019$), el nivel de

atención o audiencia que tienen los noticieros radiales aumenta decididamente con la edad, lo cual quiere decir que entre más años de vida tenga una persona, mayor será su interés en los noticieros radiofónicos.

Cuadro 3
Nivel de atención a las noticias de los medios, según sexo y edad*
(En promedios)

Variables	Medio de comunicación		
	Televisión	Periódico	Radio
<i>Sexo</i>			
Masculino	3,7148	3,0616	2,6349
Femenino	3,5040	2,5215	2,3768
<i>Edad</i>			
18-25 años	3,5826	2,8087	2,2572
26-35 años	3,6098	2,7312	2,5145
36-50 años	3,7071	2,8902	2,5994
50-65 años	3,4436	2,5606	2,7500
66 años y más	3,4118	2,7059	2,8824
<i>Total</i>	<i>3,6054</i>	<i>2,7789</i>	<i>2,5004</i>

* El nivel de atención se expresa en promedios de una escala que tiene los siguientes puntos: nunca atiende las noticias (1), rara vez (2), una o dos veces por semana (3), muchas veces a la semana (4), todos los días (5).

Sin embargo, los resultados de la investigación revelan que las variables que intervienen más en los niveles de atención a la prensa no son las de orden puramente individual —como el sexo y la edad—, sino aquellas que se construyen socialmente, esto es, la educación y el estrato socioeconómico. De acuerdo a las figuras 1 y 2, los niveles de atención de los medios informativos varían con más intensidad en función del nivel de escolaridad que del público y en relación a la pertenencia a un estrato social determinado.

Observando las tendencias generales de la Figura 1, se puede decir que el nivel de atención prestado a la prensa, en términos generales, aumenta con el grado de instrucción educativa de los salvadoreños: a mayor educación, mayor nivel de atención dado a la prensa. Esta tendencia se observa, esencialmente, en cuanto a la prensa escrita y televisada, no tanto a la prensa radial. La atención

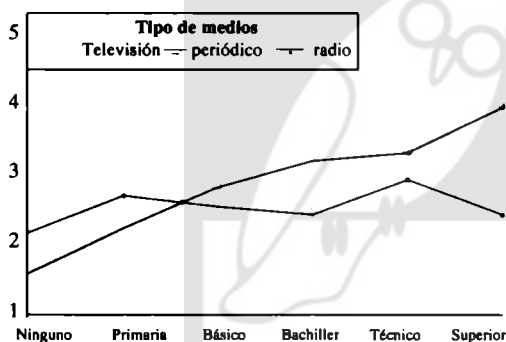
prestada a los periódicos es la que muestra la variación más radical en respuesta a la educación, y es lógico: entre mayor sea el grado de formación educativa, los salvadoreños disponen de más recursos para leer e interpretar la información ofrecida por los periódicos. No se puede esperar que una población que apenas sabe leer y escribir “lea noticias”. Sin embargo, es interesante notar en la misma figura cómo la audiencia de los noticieros de televisión presenta una tendencia similar, a pesar de que no es necesario tener educación para atender a las noticias de la televisión. De forma no tan pronunciada como en el caso de la línea de la prensa escrita, la curva de los noticieros televisados muestra que también existe una fuerte relación entre el aumento de la escolaridad y la frecuencia con la cual se presta atención a la televisión.

¿A qué se debe esto?, ¿será que la educación en sí misma contribuye a comprender mejor los

mensajes de la televisión? Los datos sugieren eso, y dado el fuerte influjo de la educación, es innegable que la formación académica aporta recursos que, en el fondo, ayudan a la persona a "leer" las noticias de la televisión. Sin embargo, también sería ingenuo pensar que todo ese influjo se debe a la educación por sí misma; junto a la escolaridad, formando una constelación de factores, se halla una serie de elementos que tienen que ver con la mayor o menor atención a las noticias de la televisión, como el nivel socioeconómico, el nivel de participación social, el tipo de ocupación, etc. Lo mismo sucede —aunque con mucha menor intensidad— con la prensa radial. De forma más errática y con un comportamiento muy propio, los noticieros de radio tienden a ser más escuchados por personas con ciertos niveles de educación; la relación no es lineal y ello provoca que la audiencia de la radio parezca más horizontal en todos los niveles.

Figura 1

Nivel de atención a las noticias de los medios según escolaridad



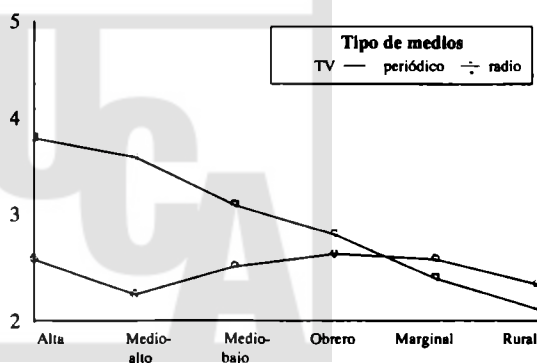
Tendencias parecidas se observan en los niveles de audiencia radial, en virtud del estrato socioeconómico (ver la Figura 2). Frente a comportamientos claros en los casos de la prensa escrita y televisada, la prensa radial registra una audiencia más caprichosa: los sectores donde posee más público se encuentran en los extremos socioeconómicos del área urbana —estratos alto, obrero y marginal—; mientras que en los estratos medios urbanos y, sorprendentemente, en el área rural, la audiencia de los noticieros es menor. Advertidos sobre la difusión de la radio en el medio rural, la explicación más razonable a estos resulta-

dos remitiría a lo dicho anteriormente: la radio constituye más un medio de entretenimiento que de información, y esto sería especialmente cierto en el caso de los campesinos salvadoreños.

Por otro lado, la audiencia de los noticieros televisados muestra una peculiaridad por causa del estrato social. La televisión es casi igualmente vista en las clases altas y medias urbanas, lo cual quiere decir que las clases medias urbanas atienden tanto a la prensa televisada como las clases altas; pero a partir de los sectores obreros, la audiencia decae progresivamente hasta llegar a su mínimo nivel entre los campesinos. En cambio, la atención prestada a la prensa escrita muestra una tendencia totalmente proporcional al estrato social: a medida que se "desciende" en la escala socioeconómica, la lectura de noticias en los periódicos disminuye dramáticamente. Con todo, en estos casos no se puede hablar, sin embargo, de una influencia "pura" por parte de la variable estrato social. El nivel socioeconómico de las personas está asociado a la escolaridad, al lugar de residencia, a la participación política y al tipo de empleo también. Todos estos factores contribuyen también a estas tendencias.

Figura 2

Nivel de atención a las noticias de los medios según sector social



Resumiendo, la prensa no llega a todas las personas con la misma intensidad. Los noticieros de televisión, por un lado, encuentran mayor receptividad entre las personas de sexo masculino, cuyas edades oscilan entre los 26 y los 50 años, con un nivel de educación que sobrepasa el bachi-

llerato y pertenecientes a las clases medias y altas de las ciudades. Sobre la prensa escrita, aunque los lectores muestran un promedio de edad más bajo que los televidentes, éstos suelen ser más del sexo masculino que del femenino, poseen un nivel de educación superior y ocupan los extremos más altos de la escala socioeconómica. Finalmente, las personas que escuchan con más frecuencia las noticias de la radio pertenecen a ambos sexos —aunque con una leve ventaja por parte de los hombres—, suelen tener más años de vida —más de 50—, poseen cierto nivel de educación, aunque no superior, y se encuentran en los sectores obreros y marginales urbanos de la escala socioeconómica.

Conocer lo anterior es importante no sólo como un ejercicio de caracterización del público receptor de las noticias, sino porque también constituye la base para poder precisar mejor los posibles efectos de la prensa en la opinión pública. No se trata sólo de saber a quiénes puede llegar mejor la prensa, sino también de comprender quiénes son éstos y qué papel juegan en la sociedad. El análisis hecho arriba permite saber que la televisión y los periódicos son las modalidades de prensa con más poder para llegar a los grupos de ciudadanos donde se encuentran los dirigentes del país y los líderes de opinión —ciudadanos con nivel académico alto y con nivel socioeconómico alto o medio alto urbano—, los cuales determinan, en buena medida, los mensajes que la opinión pública va a procesar y reflejar.

Ahora bien, se podría alegar que una exposición más frecuente a los medios de prensa no necesariamente se traduce en un nivel de información y conocimiento sobre la realidad social y política del país más elevado. Esto podría ser cierto, sobre todo si se piensa en otras fuentes de información ajenas a los medios de comunicación. Por ello, en el siguiente apartado se correlaciona el nivel de atención dado a la prensa con el grado de información sobre la realidad que los encuestados poseen.

4.3. La atención dada a la prensa y el nivel de información de los ciudadanos

En el mismo sondeo se recogió el juicio de los salvadoreños sobre el nivel de información y conocimiento que poseen sobre la realidad del país. Para ello, el cuestionario contenía dos reactivos para medir la misma variable, pero con una

formulación distinto. Un ítem rezaba de la siguiente manera: "Usted tiene una buena comprensión de las situaciones políticas por las que atraviesa el país". El otro decía así: "Usted tiene suficiente información sobre la política y las acciones del gobierno". Ambos ítems eran leídos de esa manera, y los encuestados debían contestar en una escala de Likert de cinco puntos, que iba desde *muy de acuerdo* (1) hasta *muy en desacuerdo* (5). Con ambas preguntas se construyó una variable que, para efectos de este trabajo, llamaremos "nivel de información", la cual indica precisamente el grado de información que los encuestados admiten tener. Los resultados se muestran en el Cuadro 4.

Cuadro 4
Niveles de información y grado de exposición a la prensa, según nivel de información

Nivel de información *	% de la población	Nivel de exposición a la prensa
Muy informado (5)	13,0	2,4545
Bastante informado (4)	19,9	2,3416
Algo informado (3)	24,0	2,2469
Poco informado (2)	17,4	2,1250
Nada informado (1)	25,7	1,8077

* Variable construida a partir de dos reactivos: "Usted tiene una buena comprensión de las situaciones políticas por las que atraviesa el país" y "Usted tiene suficiente información sobre la política y las acciones del gobierno".

El Cuadro 4 muestra dos cosas. Por un lado, presenta, en porcentajes, el nivel de información que los salvadoreños juzgan tener (la columna de en medio); y, por el otro lado, muestra el nivel de exposición a la prensa que cada grupo de personas tiene con un nivel específico de información (columna de la derecha). El nivel de exposición a la prensa está expresado en puntajes promediados, obtenidos de las preguntas sobre la frecuencia con que atiende a cada uno de los noticieros. Observando el Cuadro 4, se puede decir que la tercera parte de la población se juzga a sí misma como informada acerca de lo que sucede en el país (muy informada, 13 por ciento; bastante informada, 19.9 por ciento). Alrededor de un 40 por ciento tendría

un bajo nivel de información (algo y poco informada) y la cuarta parte restante (25.7 por ciento) se considera a sí misma como nada informada. Esto significa que cuatro de cada diez salvadoreños no tienen un conocimiento lo suficientemente adecuado sobre lo que ocurre en el país, en términos políticos y sociales. Esto es importante porque, según la teoría expuesta con anterioridad, el grupo que posee un nivel mediano de información es el más susceptible a cambiar de opinión.

Ahora bien, ¿cómo se correlaciona esto con la frecuencia con que la gente atiende los noticieros y con el nivel de atención a la prensa? Según el mismo Cuadro 4, existe una tendencia lineal muy clara, según la cual las personas más informadas obtienen el mayor puntaje de atención a los medios de prensa en comparación con las menos informadas; lo cual es lógico y previsible. Por tanto, se puede decir que el nivel de información que tienen los salvadoreños está relacionado directamente con la frecuencia con la cual atienden a los noticieros. La pregunta que surge a continuación, entonces, es ¿qué medio de prensa es el que ejerce el mayor influjo sobre el conocimiento de la gente?, ¿es que todos los medios influyen con la misma intensidad? Adelantando la respuesta, por lo visto en el apartado anterior, se podría decir que no. Las razones aparecen claras en el Cuadro 5.

Cuadro 5
Nivel de información según frecuencia con que atiende noticias en cada medio de prensa

Frecuencia con que atiende noticias	Nivel de información		
	En la TV	En periódico	En radio
Nunca	2,3519	2,2155	2,6714
Rara vez	2,7037	2,6520	2,7431
Una o dos veces	2,5227	2,8121	2,7364
Muchas veces	2,8605	2,8957	2,8065
Todos días	2,9655	3,3360	3,0000
<i>Valores de ANOVA</i>	<i>F</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
	6,6995	4	0,000
	22,7964	4	0,000
	1,8454	4	0,1180

En el Cuadro 5 se muestran los niveles de información que poseen los ciudadanos en función de la frecuencia con la que prestan atención a los medios de prensa. Los niveles de información es-

tán expresados en puntajes promedios de una escala de 1 a 5, donde 1 es igual a "nada informado" y 5 representa "muy informado". Como puede verse en todos los casos, en la medida en que la persona ve, lee o escucha las noticias, en esa medida, su nivel de información sobre la realidad es mayor. Ahora bien, el medio de comunicación que parece influir más en el nivel de conocimiento sobre la realidad es la prensa escrita. Al observar la columna de puntajes "En periódico" se puede ver que la diferencia entre quienes "nunca" leen el periódico (2.21) y los que lo hacen todos los días (3.33) es de más de 1 punto, lo cual no ocurre con los otros medios de prensa. Es más, el análisis de varianza (ANOVA) aplicado a las variables en cuestión muestra que las diferencias son estadísticamente significativas (con una F altísima: 22.7964, y una $p = 0.000$) y, por tanto, la variación en los puntajes de información puede atribuirse decididamente a la frecuencia con la que las personas leen el periódico. En otras palabras, entre más lee una persona las noticias en los diarios, su nivel de información sobre la realidad salvadoreña es mayor.

Algo parecido sucede con las noticias de la televisión, aunque la diferencia de puntajes es menor (2.35 para los que "nunca" ven noticieros y 2.96 para los que los ven "todos los días"). A medida que se ve más televisión, el nivel de información aumenta. Las diferencias son también estadísticamente significantes ($p = 0.0000$), pero la varianza ($F = 6.6995$) no es tan alta como en el caso del periódico. Lo anterior quiere decir que la televisión ejerce un influjo importante en el nivel de información que tiene la gente, aunque no constituye la influencia más poderosa. Finalmente, los noticieros de radio se sitúan como los que menos determinan el nivel de información de los ciudadanos. Examinando el Cuadro 5 puede verse que, aunque hay cierta variación en los puntajes, a medida que aumenta la audición de los noticieros radiofónicos, esta diferencia no es estadísticamente significativa ($p = 0.1180$) y, por lo tanto, las diferencias no pueden atribuirse a la atención radial.

En conclusión, el nivel de conocimiento político y social que tienen los salvadoreños está relacionado con la insistencia con la cual reciben noticias escritas o televisadas. Sin embargo, la intensidad del influjo no es la misma por parte de los medios. Los datos sugieren dos cosas. Pri-

mero, que la radio por sí sola no llega a modificar sustancialmente el nivel de información de la gente. Segundo, que a pesar del alcance de los noticieros de televisión, los cuales tienen el doble de cobertura que la prensa escrita, no son los que ejercen la influencia mayor a la hora de informar al público, sino la prensa escrita, esto es, los periódicos. La importancia de todo lo anterior deviene en el hecho de que si los medios llegan a modificar la cantidad de información que poseen los salvadoreños es muy probable que modifiquen también la calidad de dicha información y, en ese sentido, influyan asimismo en la opinión pública.

4.4. Los medios de prensa y la opinión pública

La hipótesis fundamental es que la prensa y sus distintas modalidades —la prensa escrita, la televisada y la radial— determinan buena parte de lo que se conoce como opinión pública. Esto, claro está, dejando de lado otras variables. ¿Cómo influye la prensa? Es difícil saberlo y no es el propósito del artículo establecer una teoría sobre cómo opera esta influencia, pero al menos intentaremos demostrar que el efecto de la prensa es muy complejo y su influencia no es la misma en todos los temas de los que se ocupa la opinión pública. A continuación se presentan dos tipos de relación entre la opinión pública y la prensa. En primer lugar, se muestran los efectos de la prensa sobre la concepción del principal problema del país y, en segundo lugar, se relaciona la prensa con la opinión que los ciudadanos tienen sobre dos instituciones que generan debate público: la Policía Nacional Civil y el sistema de justicia.

4.4.1. El principal problema del país y la información de la prensa

Uno de los datos que el IUDOP ha recogido con más insistencia a través de diez años de trabajo y que refleja uno de los aspectos más consolidados dentro de la opinión pública, es la concepción que los ciudadanos tienen sobre el principal problema del país. A lo largo de todo este tiempo, las encuestas de opinión pública han mostrado que todos los salvadoreños poseen una opinión relativamente constante sobre las principales dificultades

nacionales, las cuales constituyen esencialmente dos: el problema económico —incluyendo la inflación, la pobreza, el desempleo— y el problema delincuencia. Estos dos problemas han venido dominando las preocupaciones del público por varios años y se han venido disputando alternativamente el primer lugar en la ansiedad popular. Los factores que intervienen para que uno de los problemas sea más citado que el otro en un momento determinado son varios y complejos. Ahora bien, ¿interviene en esto la prensa? Si es así, ¿qué visión del problema favorece?

Tomando la encuesta de agosto del IUDOP, se agruparon los datos sobre el principal problema del país en los dos tópicos más importantes: economía (se incluyeron las respuestas: situación económica, inflación, pobreza y desempleo) y delincuencia (se incluyeron también violencia y “maras”). Así, se obtuvo que un 45 por ciento señala los aspectos económicos como el problema principal; mientras que un porcentaje parecido, el 46.3 por ciento, señaló el crimen y sus componentes. El 8.8 por ciento restante señaló otras problemáticas (ver el Cuadro 6).

Ahora bien, ¿varía la proporción de respuestas que indican uno u otro problema en función del nivel de información de la gente? Según el Cuadro 6, sí. La varianza mayor se da en el porcentaje de personas que señala el problema económico; los datos sugieren que en la medida en que aumenta el nivel de información política del público, en esa medida disminuye la alusión a la economía y se dan cambios importantes en el señalamiento del problema del crimen. Un análisis de Chi-cuadrada revela que la relación entre las variables *nivel de información* y *principal problema del país* es estadísticamente significativa ($p = 0.00711$), lo cual quiere decir que la noción del problema nacional varía en función del nivel de información que tiene la gente. Lo anterior es importante porque significaría que la visión nacional sobre los problemas del país depende, en gran medida, de la prensa. Más aún, regresando a la teoría expuesta por Zaller, que dice que el grupo más susceptible de cambio es el “medio-informado”, los datos sugieren que el cambio mayor en la visión de la delincuencia como problema ocurre, precisamente, en los grupos informados medianamente.

Cuadro 6
Principal problema del país,
según nivel de información
(En porcentajes)

Nivel de información	Principal problema del país		
	Economía	Delincuencia	Otros
Nada informado	54,0	42,5	3,6
Poco informado	44,6	45,7	9,7
Algo informado	40,8	48,3	10,9
Bastante informado	42,7	48,7	8,5
Muy informado	39,2	46,9	13,8
Todos	45,0	46,3	8,8

“Por favor dígame el principal problema que tiene actualmente El Salvador”.

¿Sucede lo mismo con la prensa directamente? ¿Cómo opera esa relación con la prensa? ¿Qué tipo de medio es el que tiene mayor impacto? Una aproximación a las respuestas puede encontrarse en el Cuadro 7. Ahí se presentan las proporciones de los problemas nacionales, en función de la frecuencia con que la gente ve, lee o escucha noticias. Los resultados son interesantes. Como era de esperarse por lo observado en el Cuadro 6, los datos indican que existen variaciones importantes en los porcentajes de los problemas en la medida en que las personas reciben más noticias. Esto es así en los casos de la televisión y el periódico, pero no en el caso de la radio.

Los análisis estadísticos correspondientes, utilizando nuevamente Chi—cuadrada, mostraron que existe relación en el caso de la prensa televisada (Chi = 26.87; p = 0.00074) y en el caso del periódico (Chi= 29.42; p = 0.00027), pero no en el de la prensa radial (Chi= 5.34; p = 0.72064). Un examen de los datos corrobora esto claramente (ver el Cuadro 7). En los noticieros de la televisión, la economía como problema disminuye en función del aumento de la dosis de televisión. En cambio, la alusión al crimen como problema principal aumenta —aunque de manera irregular— en virtud de la frecuencia con la que se ven los noticieros televisados, lo mismo sucede con la alusión a otros problemas. Lo anterior significa que entre más noticias televisadas vea una persona, existen mayores probabilidades de que considere a la delincuencia como el principal problema del país y menores probabilidades de señalar a la economía.

En el caso de la prensa escrita ocurre algo

muy similar. El incremento en la lectura de los periódicos disminuye, de manera irregular, la alusión al problema económico del país y, por el contrario, aumenta el porcentaje de personas que señala el crimen y los otros problemas. Quizás esta última sea la característica más sobresaliente de los periódicos: la referencia a “otros problemas” —lo cual incluye la corrupción, la ecología, los servicios básicos, etc.— es casi directamente proporcional a la lectura de las noticias, lo cual podría sugerir que la prensa escrita ofrece más versatilidad en la información que proporciona al público, no sólo estimulando la visión de la delincuencia, sino también de otras problemáticas.

Finalmente, los datos indican que la prensa radiofónica se separa de las tendencias mostradas por los otros medios. Si se observan los porcentajes que caen dentro del grupo de la radio, se puede ver que, esencialmente, no existen variaciones sustantivas en la percepción de los problemas nacionales concomitantes a la frecuencia con que se escuchan los noticieros radiales. Esto significaría que oír más o menos noticias por la radio no modifica sustancialmente la idea que tiene una persona sobre la problemática nacional. La visión de las dificultades nacionales se mantendría sin cambio, pese a oír noticias en la radio todos los días.

¿A qué se deben estos resultados del Cuadro 7? Se pueden dar muchas razones para intentar explicar la influencia de la televisión y la prensa escrita en la percepción del crimen como el problema nacional más grande; no obstante, una de las razones de más peso habría que buscarla precisamente en la agenda informativa de estos medios, en los últimos meses. Se podría argumentar, por el contrario, que la prensa televisada y escrita sólo están reflejando el deterioro de la seguridad pública en la realidad salvadoreña. Sin embargo, hay que recordar que el problema del crimen no es nuevo en el país y, más aún, las encuestas de opinión pública revelan que en el último año la proporción de personas asaltadas ha disminuido en relación a años anteriores (ver IUDOP, 1996b), pero no así la percepción como problema. De esta manera, buena parte de esa visión, cargada de ansiedad y en ciertos momentos de histeria, sería el resultado de unas agendas informativas demasiado orientadas al sensacionalismo —que tiene un efecto directo en el *rating* y, claro está, en los ingresos de las empresas de comunicación. Algo que ha sido observado en la televisión y los periódicos, en los últimos tiempos, pero no en la radio.

Cuadro 7
Principal problema del país según frecuencia con que atiende noticias
en los distintos medios de prensa
(En porcentajes)

Frecuencia que atiende los medios	Tipo de prensa que atiende y problema principal								
	Televisión			Periódico			Radio		
	Economía	Crimen	Otros	Economía	Crimen	Otros	Economía	Crimen	Otros
Nunca	59,6	35,3	5,1	56,4	38,5	5,1	44,7	48,0	7,3
Rara vez	50,3	44,5	5,2	44,8	48,5	6,7	45,0	45,0	10,0
1 ó 2 veces por semana	51,5	42,0	6,5	44,4	46,0	9,6	48,7	45,5	5,8
Muchas veces a la semana	46,0	44,0	10,0	48,7	42,0	9,2	45,5	43,6	10,9
Todos los días	39,0	50,8	10,2	36,0	52,1	12,0	48,8	43,5	7,7

En cierta forma, estos datos indicarían que buena parte de la ansiedad social ante la delincuencia es resultado del ejercicio de los medios de prensa más influyentes en la opinión pública. Ello sin negar que el crimen y la violencia son, de suyo, un problema grave en El Salvador. Por el otro lado, la elevada preocupación por la situación económica del país en quienes no reciben noticias por la televisión y los periódicos, hace pensar que éste aspecto de la opinión pública se encuentra más vinculado a la experiencia cotidiana personal. Mencionar el alto costo de la vida o el desempleo como problema no viene tanto del nivel de información que una persona pueda obtener de la prensa, sino de su experiencia diaria, de la realidad que le muestra que el dinero no alcanza para cubrir sus gastos o que no encuentra trabajo. En este sentido, habría que preguntarse qué tanto la prensa ha avanzado, sin impedimentos ideológicos o comerciales, en aras de reflejar la realidad salvadoreña.

Lo anterior pareciera contradecir la teoría expuesta antes, pues los datos indican que quienes reciben más noticias son los más susceptibles al cambiar su percepción respecto a la problemática nacional. Sin embargo, hay que recordar que lo que se ha mostrado en el Cuadro 7 es la varianza de la opinión a causa de la "exposición" a los noticieros y no en función del nivel de información que la gente tiene. Al relacionar con el nivel de información (Cuadro 6), los resultados parecen acercarse más al marco teórico en cuestión. Ello sugiere, entonces, que a pesar de la alta correlación entre el nivel de información de la gente y la frecuencia con que ésta atiende a los medios, no

siempre los efectos de estas variables serán los mismos en un tema de opinión pública.

4.4.2. La información de la prensa y las opiniones sobre las instituciones

El apartado anterior mostraba cómo la prensa puede influir en la percepción del principal problema del país. Esta evidencia deja por sentado el hecho de que los medios pueden —y de hecho lo hacen— influir en la opinión pública. Ahora bien, sería un error pensar, a partir de tales evidencias, que todos los asuntos que se constituyen en temas de opinión pública son susceptibles al cambio de la misma manera, por influjo de la prensa. Los resultados que se presentan a continuación revelan que la influencia de los medios de comunicación a través de sus departamentos de prensa no es siempre la misma, pues existen esferas de información en la cual el efecto de los medios debe lidiar con otros factores que los mediatizan. Para desarrollar esto brevemente escogimos dos temas incluidos en el sondeo del IUDOP: la evaluación del trabajo de la Policía Nacional Civil y la opinión que los salvadoreños tienen del sistema judicial. Ambos temas son parte de un debate público muy intenso en la actualidad y la opinión sobre los mismos no es uniforme, ni consensuada sino, por el contrario, diversa.

El primer caso se refiere a la evaluación que los salvadoreños hacen de la labor de la Policía Nacional Civil. Para ello usamos los resultados de la pregunta "¿cómo evaluaría Ud. el trabajo de la PNC, muy bueno, bueno, malo o muy malo?, los cuales se cruzan con la frecuencia con la que los

ciudadanos atienden a los distintos medios de prensa. Las respuestas a la pregunta sobre el trabajo de la Policía Nacional Civil fueron las siguientes: muy bueno, 5.7 por ciento; bueno, 42.3 por ciento; regular, 38.2 por ciento; malo, 8.3 por ciento; muy malo, 3.3 por ciento; un 2.3 por ciento se rehusó a contestar. Para obtener un promedio de evaluación de la policía se asignaron valores a cada tipo de respuesta en una escala de cinco puntos, según la cual 1 sería igual a "muy bueno" y 5 representaría "muy malo"; las "no respuestas" se eliminaron del cómputo.

Así, la Policía Nacional Civil obtuvo un promedio de evaluación de 2.60 (más cerca del 1 "muy bueno" que del 5 "muy malo"). El Cuadro 8 revela que el promedio de evaluación de la policía no varía sustancialmente en relación a la fre-

cuencia con que el público presta atención a la prensa, sea ésta del tipo que sea. Observando las tres columnas que presentan los promedios correspondientes, se puede corroborar que las variaciones en los promedios son demasiado estrechas como para inferir algún tipo de influencia por parte de la mayor o menor asiduidad a los medios de prensa. Esto es confirmado por el análisis de varianzas, efectuado para cada caso: ninguno de los tipos de prensa llega a producir varianzas en los promedios de valoración de la Policía Nacional Civil que sean significativas en términos estadísticos (ninguna p es menor de 0.05). A lo sumo, la mayor variación parece estar en los promedios cruzados con la frecuencia de escucha radial, pero los mismos no llegan a tener ningún peso estadístico que haga inferir algún tipo de efecto.

Cuadro 8
Evaluación de la PNC según nivel de atención a la prensa en conjunto
(En promedios)

Frecuencia	Evaluación de la PNC		
	Mira televisión	Lee periódico	Escucha radio
Nunca	2,6343	2,5839	2,5682
Rara vez	2,5771	2,5987	2,6519
1 ó 2 veces semana	2,5950	2,6117	2,4968
Muchas veces sem.	2,6490	2,6983	2,7075
Todos los días	2,5961	2,5843	2,6333
Valores de ANOVA	F 0,2070	0,4370	1,4830
	gl 4	4	4
	p 0,9346	0,7819	0,2050

"¿Como evaluaría Ud. el trabajo de la Policía Nacional Civil...?"

Por lo tanto, contrario a lo visto en la percepción de los problemas principales del país, los datos sugieren que el nivel de atención prestado a los medios de prensa no es determinante en la valoración general que los ciudadanos salvadoreños tienen del trabajo de la Policía Nacional Civil. En otras palabras, según estos resultados, un ciudadano común puede ver, leer y oír noticias todos los días, pero su opinión sobre la policía no va a variar radicalmente de aquél que no lo hace. Y es que, en este caso, parece que buena parte de los elementos que contribuyen a formarse una idea so-

bre la policía no dependen del tratamiento de la prensa, sino de otros factores, que no están directamente relacionados con ella y cuya naturaleza excede la competencia del presente análisis.

En cambio, no sucede lo mismo cuando se trata de la opinión que los salvadoreños tienen sobre su sistema judicial. Preguntada sobre él, casi la mitad de la población (el 47.1 por ciento) lo describió como corrupto; el 11.6 por ciento lo definió como honesto y cerca de la tercera parte (32.1 por ciento) afirmó que el sistema posee ambas caracte-

rísticas. Según el Cuadro 9, esta distribución de las opiniones cambia en virtud del nivel de atención dado a la prensa por una persona. Utilizando una variable que reúne los tres tipos de prensa (por efectos de espacio) se puede establecer una relación entre el nivel de atención a la prensa y la opinión que se tiene sobre el sistema judicial. Si bien es cierto que los porcentajes no llegan a invertirse, de manera tal que la opinión sobre la honestidad del sistema llegue a imponerse en un subgrupo, es claro que una mayor atención a la prensa implica también una proporción más alta de personas que describen como corrupto al sistema judicial. De hecho, un análisis de Chi—cuadrada señaló que existe una fuerte relación entre ambas variables ($\chi^2 = 40.51$; $p = 0.00001$). Es decir, entre más expuesta se encuentre una persona a la prensa, existen más probabilidades de que ésta califique como “corrupto” al sistema de justicia salvadoreño. Ahora bien, no es propósito de este ejemplo diferenciar la influencia de los tres tipos de prensa, basta con saber que la prensa puede influir también en otros temas que no constituyen el principal problema nacional.

Cuadro 9
Opinión sobre el sistema de justicia, según nivel de atención a la prensa en conjunto
(En porcentajes)

Nivel de atención a la prensa	Opinión sobre el sistema de justicia			
	Honesto	Corrupto	De ambos	No sabe
Ninguno	14,1	39,1	33,1	13,7
Bajo	8,9	50,9	32,6	7,5
Moderado	12,1	48,9	34,9	4,0
Elevado	9,7	59,7	21,0	9,7
Todos	11,6	47,1	32,1	9,2

5. A manera de conclusión

Sería difícil obtener conclusiones definitivas sobre un tema tan amplio y complejo, así como tan poco estudiado como lo es la relación entre la prensa y la opinión pública. El presente artículo constituye, como mucho, el primer paso sobre un asunto que necesita mucha investigación y no menos reflexión. Por ello, lo que sigue a continuación son ideas obtenidas buscando respuestas, pero que,

en sí mismas, necesitan de otras respuestas para permitir un acercamiento más fiel a la realidad y para contribuir eficazmente a la comprensión de la dinámica social salvadoreña.

En primer lugar, los datos obtenidos por la encuesta del IUDOP realizada en julio de 1996, revelan que la prensa más popular es la televisada. Los televidentes de las noticias superan por un buen margen a cualquier otro tipo de medio; la prensa radial constituye, por el otro lado y paradójicamente, el medio de información con menos público, aun por debajo de los periódicos. Lo anterior se explica porque la radio, a diferencia de los periódicos, suele ser considerada más como un medio de entretenimiento que como un medio de información. En este sentido, la capacidad de la televisión para superar su etiqueta de medio de entretenimiento para convertirse en un medio de información, vendría dada por su capacidad especial para mostrar la información en imágenes.

En segundo lugar, los resultados de la investigación señalan que los medios de prensa no llegan a todos los ciudadanos de la misma manera. Aparentemente, las características que más diferencian al público de uno y otro medio son las que se construyen socialmente, esto es, la educación y el nivel socioeconómico. Mientras que la radio parece ser un medio que diferencia poco entre clases sociales y nivel educativo, la prensa escrita y televisada tienden a encontrar mayor receptividad entre los grupos más aventajados socialmente, esto les otorga una capacidad para influir mucho mayor, ya que son estos sectores los que conducen, en buena medida, la discusión de la agenda nacional.

En tercer lugar, los análisis muestran, sin embargo, que a pesar de la mayor capacidad de cobertura de la televisión, no es ésta la que presenta la mayor habilidad para determinar el nivel de información del público, sino los periódicos. La prensa escrita ejerce un influjo mayor en el nivel de información y conocimiento de la audiencia, por encima de la televisión y más aún de la radio.

En términos de opinión pública, la influencia de los medios de prensa es muy compleja. Los resultados revelan que la prensa es capaz de determinar la visión sobre ciertos asuntos nacionales, pero no otros. Por ejemplo, la televisión y la prensa escrita intervienen directamente en la percepción del principal problema del país, estimulando

la noción de inseguridad ciudadana causada por la delincuencia, al igual que son capaces de estimular cierto tipo de opinión ante algunas instituciones como el sistema judicial; pero parecen ser insuficientes para modificar las opiniones hacia otras realidades de la vida nacional como la policía, mostrando así que su influencia no es ilimitada.

En todo caso, lo que se puede concluir de todo esto es que el papel de la prensa en la determinación del pensamiento social es mucho más complejo que la mera imposición de ideas o de agendas noticiosas. Al analizar la labor de los medios de comunicación hay que preguntarse a quiénes llegan y a quiénes no llegan, que transmiten y qué no transmiten, en qué contexto se divulgan los mensajes, a qué intereses sirven y a cuáles no. Contestar a todas esas preguntas no tiene que ver tanto con el debate sobre la libertad de prensa en este pequeño país centroamericano —debate necesario—, sino que también está relacionado con una discusión de carácter ético sobre la responsabilidad de la prensa en la transición política salvadoreña, discusión que nunca ha sido abordada seriamente. La importancia de encontrar respuestas a estas interrogantes y a otras se vuelve mayor al ser la prensa uno de los pilares fundamentales de la dinámica social y política, si no el central. Hoy más que nunca, posibilitada por los acuerdos de paz, la prensa tiene una oportunidad para crear las condiciones para que la población comprenda la importancia de alcanzar efectivamente la justicia y la democracia, en una sociedad que no termina

de hallar la paz.

Referencias bibliográficas

- Coleman, Kenneth M. (1996). "Élites, masas y la estructuración de la opinión pública: reflexiones sobre la teoría de John Zaller". San Salvador. (Mimeo).
- Dader, José Luis (1990). "La evolución de las investigaciones sobre la influencia de los medios y su primera etapa: teorías del impacto directo". En Alejandro Muñoz Alonso y otros (eds.), *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: EUEDEMA.
- DIGESTYC (1995). *Censos nacionales. V de población y IV de vivienda, 1992. Tomo general El Salvador*. San Salvador: Ministerio de Economía.
- IUDOP (1996a). *Encuesta sobre derechos humanos y sistema judicial*. Serie de informes: 57. San Salvador: UCA.
- IUDOP (1996b). *Encuesta sobre la ley de emergencia y opiniones sobre la delincuencia*. Serie de informes: 54. San Salvador: UCA.
- IUDOP (1995). *Investigación sobre gustos de audiencia radial y problemáticas de las mujeres salvadoreñas de escasos recursos*. Serie de informes: estudio privado. San Salvador: UCA.
- Price, Vincent (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Young, K. (1995). "Los medios de formación de la opinión". En K. Young y otros. *La opinión pública y la propaganda*. México: Ediciones Paidós.
- Zaller, John R. (1993). *The nature and origins of mass opinion*. New York: Cambridge University Press.