

## Capítulo 4

### Antecedentes del problema de investigación

Este capítulo expone los antecedentes del problema que vamos a estudiar: mientras la investigación de campo –analizada en el capítulo 5— procura obtener un retrato de la prensa escrita salvadoreña en el período 2000-2003, las próximas páginas se basan exclusivamente en fuentes bibliográficas y documentales que se ocupan del período que va desde los últimos meses de 1991 al primer trimestre de 2003. Se trata, entonces, de un recuento del estado de la cuestión en el campo de los estudios sobre los medios salvadoreños, en el cual se da cuenta de textos publicados hasta mediados de 2003, algunos de ellos elaborados fuera de El Salvador.

Este material se analizará con el esquema de categorías ya explicado en el capítulo teórico, es decir, los distintos imperativos que operan en la prensa. Vamos a responder, con base exclusiva en la documentación aquí presentada, las siguientes interrogantes: 1) si tras los Acuerdos de Paz los imperativos periodísticos ganaron fuerza frente a los imperativos movilizadores <sup>1</sup>. 2) Si el clima político social de la década 1991-2000 favoreció o no una retroalimentación positiva entre imperativos económicos e imperativos periodísticos (en la medida que predomine una retroalimentación positiva, los medios estarían interesados en abrir espacio a los imperativos periodísticos). 3) Si la transición política durante la década 1991-2000 ha llevado a los medios a modificar sus imperativos-político ideológicos en un sentido que permita la práctica de los imperativos periodísticos.

Aunque la tesis se ocupa solamente de la prensa escrita, este capítulo toma en cuenta estudios sobre la radio y la televisión en la medida que ello revele procesos y situaciones a las que tendremos que volcar nuestra atención en el capítulo de análisis del material de campo.

#### 1. Contexto económico y político de la prensa salvadoreña

Las variables que condicionan el tipo de imperativo movilizador que predomina en una organización o sistema de prensa son el grado de subdesarrollo de un país y el grado de

---

<sup>1</sup> Durante la guerra civil, el periodismo salvadoreño estaba dominado por imperativos movilizadores. Véase UCA (1982).

autoritarismo de su régimen <sup>2</sup>. La primera variable implica restricciones para la prensa escrita: la pobreza, los bajos niveles de instrucción y el analfabetismo restringen las dimensiones del mercado consumidor de periódicos y los recursos aprovechables para distribuirlos. Aunque El Salvador presenta varias de estas características, cuenta con suficientes lectores como para sostener dos diarios matutinos; aunque la situación de los diarios de la tarde es incierta <sup>3</sup>. Pero el medio más utilizado por los (las) salvadoreños(as) para informarse es la televisión. Los datos de la tabla 1 indican que casi la mitad de la población mira noticias en la televisión todos los días. La prensa escrita se coloca antes de la radio, pero ha perdido lectores durante los últimos años: en 1996 el porcentaje de personas que leían un periódico todos los días estaba arriba del 20%, seis años más tarde llegaba a 15%.

**Tabla 1. Frecuencia con que los (las) salvadoreños(as) atienden noticias en la prensa, según tipo de medio. Años 1996, 2001 y 2002. (En porcentajes).**

	Todos los días			Nunca			Frecuencias intermedias (1)		
	1996	2000	2002	1996	2001	2002	1996	2001	2002
Mira noticias en la televisión	43.3	48.1	43.4	12.0	6.6	6.8	44.5	45.2	49.9
Lee noticias en los periódicos	22.6	18.9	15.7	25.9	28.0	24.4	51.2	53.2	59.8
Escucha noticias en la radio	17.6	13.6	12.4	34.6	38.2	40.8	47.6	48.1	46.8

**Notas:** (1) La columna agrupa frecuencias diversas: "Muchas veces a la semana", "una o dos veces a la semana", "rara vez" (1996); "algunas veces" y "rara vez" (2001); "algunas veces por semana" y "rara vez" (2002).  
**Fuentes:** Datos de 1996: Cruz, José Miguel. "El papel de la prensa y la opinión pública". En: Revista ECA: julio-agosto 1996, p.619. (Con base en un estudio privado elaborado por IUDOP). Datos de 2001: IUDOP (2002). Informe: sondeo de evaluación del año 2001, pp.20-92. Datos de 2002: IUDOP (2003). Informe: encuesta de evaluación del año 2002, pp.102-104.

Adicionalmente, el subdesarrollo limita las fuentes de financiamiento para la prensa comercial. Por una parte, la economía agraria de subsistencia no demanda servicios de publicidad; por otra, cuando existen monopolios y el mercado consumidor de bienes manufacturados y servicios es pequeño las empresas no tienen que anunciarse tanto como lo harían en una economía más grande y más competitiva. Así, no es extraño que el gobierno sea

<sup>2</sup> Jones (2001).

<sup>3</sup> De acuerdo con datos recogidos por la revista *Estrategia y Negocios*, la circulación de tres de los cuatro periódicos considerados para esta investigación es: *La Prensa Gráfica*, 115 mil ejemplares diarios; *El Diario de Hoy*, 110 mil; *El Mundo*, 40 mil (cifra no auditada). En: Mora y Labadía (2000: 34). La cifra de *Co-Latino* está entre 15 mil y 30 mil ejemplares, alcanza la circulación más alta los días sábados, de acuerdo con un(a) periodista del medio consultado(a) para esta tesis.

el principal anunciante <sup>4</sup>. En El Salvador, al igual que en otros países de América Latina, el gobierno es el mayor anunciante del país <sup>5</sup>. En qué porcentaje es uno de los mayores misterios, porque tampoco se conoce públicamente la magnitud de los gastos totales de publicidad de las empresas salvadoreñas <sup>6</sup>.

También es importante ocuparnos, aunque sea de manera breve, de la relación entre la prensa y el régimen político durante las décadas anteriores a la firma de los Acuerdos de Paz. La transición de un sistema autoritario a uno que no lo es implica que sectores previamente excluidos del debate público se integran al mismo. La transición refiere a una historia previa de exclusión aplicada a movimientos, partidos, organizaciones, individuos, etc. Pero los sectores excluidos del debate no necesariamente guardar silencio: por ejemplo, la esfera pública de los países europeos del siglo XIX se encontraba fracturada en una esfera de acción del público burgués y otra ocupada por el movimiento obrero <sup>7</sup>. Se ha propuesto el término “públicos subalternos” <sup>8</sup> para dar cuenta de los que se constituyen en los espacios discursivos paralelos a una esfera pública oficial, espacios donde dichos públicos crean y hacen circular discursos contestatarios acerca de sus identidades, intereses y necesidades. Es decir, los grupos subordinados tienden a formar esferas públicas propias, acotadas, donde hacen circular discursos alternativos <sup>9</sup>. Así, cuando hablamos de exclusión del debate público queremos decir exclusión de los espacios de debate controlados o tutelados por el régimen. Podemos referirnos a estos espacios como la “esfera pública hegemónica” porque en ella se reproduce la hegemonía, en el sentido gramsciano; por otra parte pueden existir “esferas públicas alternativas”, alternativas en el sentido de que en ella circulan discursos contestatarios de la hegemonía, a veces discursos contrahegemónicos <sup>10</sup>.

---

<sup>4</sup> Jones (2002: s.p.).

<sup>5</sup> Janus y Rockwell (2003: 133).

<sup>6</sup> Comunicación personal con Rick Rockwell (2002).

<sup>7</sup> Eley (1992).

<sup>8</sup> El término original es “subaltern counterpublics”, literalmente “contra-públicos subalternos”. Véase: Fraser (1992: 123).

<sup>9</sup> Quizás el principal ejemplo contemporáneo de este tipo de “públicos contestatarios subalternos” lo constituye el público feminista norteamericano, el cual cuenta con sus propios periódicos, librerías, casas editoriales, redes de distribución de productos audiovisuales, programas académicos, festivales culturales, lugares de encuentro, etc. Fraser (1992: 123).

<sup>10</sup> El uso de la palabra “alternativa” tiene múltiples connotaciones, pero otros autores la han usado en el sentido arriba indicado. Cohen (1999) relata que la oposición al régimen socialista húngaro utilizó el término “esfera alternativa”. Por mi parte, el término “esferas públicas alternativas” me fue inspirado por la tradición

Al trasladar esas reflexiones a la historia salvadoreña, uno observa que durante décadas existió en el país una esfera pública hegemónica, tutelada por poderes políticos y económicos, de la cual se excluían asuntos, discursos y actores. Simultáneamente, los actores excluidos producían para sí una esfera propia que se expresaba, principalmente, en la actividad desarrollada por las organizaciones populares, grupos de la Iglesia Católica, partidos opositores, etc. La coyuntura 1979-1980 significó, con respecto a los años anteriores, un cierre mayor de las oportunidades brindadas por la esfera hegemónica. Simultáneamente, la esfera pública alternativa fue atacada con toda la fuerza del Estado. Esa coyuntura también significó el fin de un régimen: en 1979 un sector de las Fuerzas Armadas tomó medidas contra su tradicional aliado, el empresariado agrícola-industrial-financiero, y se alió con sectores reformistas. En los meses siguientes las fuerzas leales a la vieja alianza pudieron desarticular el nuevo gobierno, pero no les fue posible restablecer el antiguo régimen. Estados Unidos apoyó un gobierno encabezado por sectores duros de la Fuerza Armada y un sector del Partido Demócrata Cristiano (PDC). La oligarquía quedó fuera de la coalición de gobierno y creó su propio partido, ARENA, con el concurso de militares que habían sido cesados por el breve gobierno reformista <sup>11</sup>. Las elecciones de 1982, la Constitución de 1983 y las elecciones de 1984, fueron presentadas como el inicio de la vida en democracia. Pero ello no significó un incremento de la representatividad del sistema político, tampoco una apertura de la esfera pública hegemónica, ni una restitución de la esfera alternativa. Sucedió así porque los sectores previamente excluidos del sistema político y de la esfera pública hegemónica se habían alzado en armas y no consideraban, por el momento, participar del sistema político. Lo que sí se dio fue un cambio total de escenario después de 1982-1984.

¿Qué había sucedido con la prensa a lo largo de éste período? Durante la década de 1970, la defensa del régimen fue un imperativo de importancia para los periódicos escritos. En 1979 la prensa escrita no se opuso al golpe de 1979, pero una parte de ella rechazó los intentos reformistas, de ese manera reveló su vínculo con los duros del régimen recién depuesto. Luego, en los años 1980, los periódicos respaldaron plenamente a las Fuerzas Armadas y el proyecto contrainsurgente, al punto de que la institución militar quedó eximida de toda crítica

---

latinoamericana de la comunicación alternativa, con ello me refiero a los espacios de comunicación donde los sectores previamente excluidos del régimen, o los nuevos sectores que surgen durante la transición, definen cómo se autorepresentan y se muestran ante el conjunto social.

<sup>11</sup> Véase: LaFeber (1989), Montobbio (1998), Béjar (1995).

pública. Pero al menos *El Diario de Hoy* continuó leal a los duros del antiguo régimen, y eso le llevó a apoyar al partido ARENA y hacer oposición al PDC, incluso contra sus intereses económicos<sup>12</sup>. Es decir, los imperativos políticos dominaron el sistema de prensa hasta bien entrada la década de 1980. Pero la transformación del sistema político había introducido un elemento de competencia a lo interno de la élite, de manera que apoyar al régimen ya no era sinónimo de apoyar al partido de gobierno.

En síntesis, la prensa de la esfera pública hegemónica nunca estuvo amenazada por el régimen, ni aún cuando en los años 1980 criticaba al partido en el poder. La esfera pública alternativa, por el contrario, fue llevada casi a su desaparición en 1980-1981: los integrantes de su público tomaron las armas, se fueron al exilio, pasaron a la clandestinidad o se refugiaron en su vida privada. Fue hasta 1986 que se dio un resurgimiento de la esfera pública contrahegemónica<sup>13</sup>.

## 2. El primer lustro de los años 1990

A principios de la década de 1990, cuando se preveía el fin negociado del conflicto armado, algunos(as) comunicadores(as) abogaron por abandonar la polarización ideológica que caracterizó al periodismo durante la guerra. “Estamos hablando de paz pero los periodistas no contribuimos mucho a ella”: esa era la autocrítica que hacía el periodista Guillermo Mejía en junio de 1991, meses antes de que se firmaran los Acuerdos de Paz. Mejía continuaba así: “la ideologización extremada de algunos de nosotros, cualquiera sea la dirección donde estemos, conlleva al atraso, sobre todo ahora que es oportuno avanzar en el proceso de buscar un consenso que lleva a la pacificación nacional”<sup>14</sup>. En síntesis, Mejía señalaba la necesidad de profesionalizar el periodismo, autonomizarlo de las estructuras de poder político y económico.

La firma de los Acuerdos de Paz llegó en enero del 1992. Casi dos años después, en diciembre de 1993, la revista *Tendencias* –hoy desaparecida-- organizó un foro sobre “Opinión pública y democracia”. En esa ocasión, Carlos Fernando Chamorro, para entonces director del diario nicaragüense *Barricada*, se refirió a una Nicaragua “con altísimo grado de polarización política, en la que los medios de comunicación no escapan a tal polarización”. Según lo dicho

<sup>12</sup> El PDC ganó las elecciones presidenciales de 1984. Una fuente entrevistada para esta investigación indicó que *El Diario de Hoy*, resistió recortes de publicidad gubernamental durante el gobierno del PDC en los años 1980.

<sup>13</sup> Figueroa Ibarra (1993: 47).

<sup>14</sup> Mejía (1992: 52-53).

por Mejía, líneas arriba, este comentario debía ser válido para El Salvador, al igual que las siguientes reflexiones sobre el periodismo y el compromiso político: “debería existir una ética común en el ejercicio del periodismo, con independencia de si este se ejerce desde la derecha, la izquierda o el centro”. Al explicar lo que entendía por ética, Chamorro dijo: “me refiero a algunos parámetros profesionales compartidos de aproximación a la verdad. No creo que haya un periodismo neutral, ni un periodismo totalmente objetivo. Sí debe de haber un compromiso de aproximarnos a la verdad, con elementos interpretativos que pueden diferir”. Para ello había que “desterrar de las prácticas informativas el rumor, la injuria y la descalificación”; había que “separar más información de opinión”<sup>15</sup>. En términos de las categorías de análisis utilizadas aquí, Chamorro proponía modificar los imperativos movilizados de manera que pudiera desarrollarse un periodismo que, guiado por imperativos periodísticos, también reconociera imperativos ideológicos legítimos.

En 1995 *Tendencias* volvió a ocuparse del tema, esta vez con la participación de periodistas salvadoreños, quienes reflexionaban sobre los imperativos periodísticos que debían fortalecerse en el nuevo escenario político. Un editor del semanario *Primera Plana*, Pablo Cerna, invitaba a “superar la etapa del autoritarismo en nuestro país, esa que concibe mantener la prensa obediente y diseñada más para ocultar que para informar. Es también el tiempo para desechar el modelo leninista de agitación y propaganda”<sup>16</sup>. Marvin Galeas, entonces jefe de prensa de *Radio Venceremos*, señalaba que “lo que falla no es la objetividad ni el tan consabido compromiso con la verdad. Lo que falla es el balance o equilibrio informativo”; es decir, exponer “la versión de todos los encontrados en el hecho informativo”<sup>17</sup>.

Por otra parte, Rolando Monterrosa, jefe de redacción de *El Diario de Hoy*, inspirado en una noción liberal de la gestión de los medios de comunicación, denunciaba que “en la Asamblea Legislativa hay no menos de tres anteproyectos de ley denominados de ‘garantía de la libertad de expresión’, que pretenden poner brida a lo que por su naturaleza misma, no puede ser sujeto de freno”<sup>18</sup>. Mauricio Funes, director del noticiero de televisión *Al Día* (rebautizado en 1997 como *Hechos*), señalaba que el debate sobre los medios se había “centrado en torno al derecho

<sup>15</sup> Chamorro (1994: 31-32).

<sup>16</sup> Cerna (1995: 26).

<sup>17</sup> Galeas (1995: 23).

<sup>18</sup> Monterrosa (1995: 18).

que tienen los ciudadanos de estar informados” pero que era más importante garantizar “el derecho de cualquier ciudadano o grupo legalmente organizado a expresar sus ideas, críticas y mensajes”<sup>19</sup>.

En las citas anteriores hay referencias un varios imperativos periodísticos que todavía no se encontraban institucionalizados a tres años del fin de la guerra. Se hablaba de la búsqueda de la verdad, de la separación entre información y opinión, por lo tanto la diferenciación del periodismo de la propaganda; la búsqueda de la objetividad y el balance; la autonomía de los medios y periodistas; también de brindar un servicio a todos los sectores de la sociedad para que puedan expresarse a través de los medios.

Se debe aclarar que no todos los (las) periodistas estaban pensando en una misma jerarquía de imperativos. Nótese, por ejemplo, las diferencias entre Monterrosa y Galeas. El primero opinaba que “los periodistas tienen sobre sí no sólo la enorme responsabilidad de preservar la libertad de expresión, sino también el deber de enseñar y orientar a sus audiencias acerca de cómo defender sus derechos civiles”<sup>20</sup>. Lo que Galeas proponía como rol de los (las) periodistas era muy diferente: “No somos militantes políticos. El periodismo comprometido es obsoleto. No somos jueces para salvar y condenar personas e instituciones. No somos mártires ni personas especiales. Somos sencillamente trabajadores de segunda mano. Es decir, escribimos sobre lo que otros hacen, escriben y dicen”<sup>21</sup>. Las opiniones de Galeas debieron resultar sorprendentes pues las decía una persona que por muchos años había hecho un tipo de comunicación orientada por imperativos ideológicos. Pero reflejaban lo que estaba pasando en *Radio Venceremos*.

### 2.1 Las radios exguerrilleras y el nacimiento de las radios comunitarias

Desde su nacimiento y durante la guerra, las emisoras del FMLN, *Radio Venceremos* y *Radio Farabundo Martí*, funcionaron bajo un modelo movilizador, es decir, en ellas primaban imperativos ideológicos. Después de que fueron legalizadas por los acuerdos de paz, las organizaciones de las que dependían financieramente pensaron poner fin a ese subsidio, y señalaron que las radioemisoras debían obtener ingresos propios. Es decir, súbitamente, debían

<sup>19</sup> Funes (1995: 20-21).

<sup>20</sup> Monterrosa (1995: 18).

<sup>21</sup> Galeas (1995: 24).

asumir imperativos de los cuales nunca se había preocupado: obtener un nicho en la audiencia, vender pauta publicitaria, y garantizar el pago de planillas que superaban las 30 personas. Pero los ingresos no llegaron por razones diversas: falta de experiencia para actuar en el mercado, pero también porque –en un principio-- hubo empresas que por motivos políticos se negaron a pautar publicidad <sup>22</sup>. Entonces se dieron tensiones por la necesidad de realizar despidos y por diferencias en torno a la relación que debía existir entre imperativos ideológicos y periodísticos.

Cada radio implementó soluciones diferentes. En el inicio de su vida legalizada *Radio Venceremos* hizo del modelo de responsabilidad social y el principio de supervisión los ingredientes principales de un periodismo contestatario. Por ejemplo, el programa “Conexión Directa” abría el micrófono a llamadas del público. Pero, según ha observado una evaluación encargada por los donantes europeos que apoyaron a *Radio Venceremos*, hacia finales de 1994 la emisora “había avanzado demasiado por el camino de la radio comercial. Sus programas noticiosos se hicieron cada vez más escasos, sus comentarios más y más ‘equilibrados’ y su punto de vista terminó sin perfil propio”, mientras que “Conexión Directa” fue clausurado porque se prestaba para denuncias contra dependencias del Estado y otros potenciales anunciantes <sup>23</sup>. En 1995 la emisora pasó a llamarse *RV*; actualmente es una radio rentable, propiedad de algunos ex-integrantes del Ejército Revolucionario del Pueblo <sup>24</sup>. El cambio de perfil de *Radio Venceremos* había pasado por dos momentos: una modificación de los imperativos ideológicos para abrir espacio a los imperativos periodísticos y, luego, un estrechamiento de tal espacio en función de los imperativos económicos. Estos cambios encontraron justificación en el tipo de discurso expuesto por Galeas párrafos atrás.

*Radio Farabundo Martí* también pasó por conflictos internos relacionados con recortes de personal, cambios de programación y dudas sobre su público meta. Para 1996 había cambiado

---

<sup>22</sup> Leonhard (1999) dice acerca de Radio Doble F –antes Radio Farabundo Martí-- que hacia 1995 “ya no se podía hablar de un boicot sistemático de la empresa privada a la ex-radio clandestina” y que “si bien los representantes de la Coca-Cola se negaban categóricamente a poner anuncios porque no han olvidado ni perdonado las frecuentes quemas de sus camiones a manos de los guerrilleros, otras empresas importantes como *Pizza Hut*, *Domino's Pizza* o *Burger King* mostraban posiciones más flexibles”. Este investigador, sugiere, entonces, que luego de tres años de firmados los acuerdos de paz el empresariado mostraba actitudes diversas hacia la idea de pautar publicitar en medios de la izquierda.

<sup>23</sup> Leonhard (1999: 40, 29).

<sup>24</sup> Una de las cinco organizaciones que conformaron el FMLN hasta la primera mitad de la década de 1990.

su nombre a *Doble F* a petición de las agencias de publicidad, ya no sufría de un boicot publicitario, pero sus ingresos “quedaban muy detrás de pequeñas radios comerciales”<sup>25</sup>. En 1999 un periodista escribió que la radio era un “híbrido” que no decidía si “ser netamente comercial o defender su vocación educativa”<sup>26</sup>.

Por otra parte, en los primeros dos años de la posguerra, mientras las radios exguerrilleras definían su nueva identidad, se fundaron nuevas y pequeñas radioemisoras orientadas a la comunicación popular y alternativa. Algunas surgieron de comunidades de repatriados, es decir, exrefugiados de la guerra<sup>27</sup>. Otras afiliadas a la red se fundaron durante transcurso del año 1992, por iniciativa de los partidos que formaban el FMLN<sup>28</sup>.

La comunicación popular y alternativa está guiada por un tipo de imperativo político-ideológico. No se trata de consideraciones partidarias pero sí de consideraciones políticas pues su objetivo es que los sectores populares —marginados, excluidos, explotados, como quiera llamárseles— participen en la esfera pública (en organizaciones sociales o en los mismos proyectos de comunicación) con base en una comprensión de los factores socio-económicos y políticos que condicionan su existencia<sup>29</sup>. Quienes se dedican a la comunicación alternativa no son periodistas objetivistas, practican una modalidad de periodismo “de defensa”.

Con la firma de los acuerdos de paz, estaban dadas las condiciones políticas para un desarrollo de la comunicación alternativa. Las nuevas radioemisoras fundaron en 1994 la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) y emprendieron gestiones para normalizar su situación ante el Estado. El gobierno, apoyado por el gremio de radiodifusores, les negó las licencias de transmisión. En agosto de 1995, la Policía Nacional Civil procedió a cerrar las radios “ilegales”, pero la Corte Suprema de Justicia anuló el secuestro de los equipos, y las radios continuaron transmitiendo sin autorización gubernamental. Luego, una ley estableció que las frecuencias serían otorgadas por subasta<sup>30</sup>. Para seguir funcionando, las radios se valieron de que la ley permite compartir una sola frecuencia a emisoras ubicadas en

---

<sup>25</sup> Leonhard (1999: 52).

<sup>26</sup> Leonhard (1999: 59).

<sup>27</sup> Gumucio (2001: 169).

<sup>28</sup> Leonhard (1999: 32).

<sup>29</sup> Sandoval (1988). También: Magallón (1992).

<sup>30</sup> Ladutke (2000: 139-140).

diferentes zonas geográficas <sup>31</sup>. Ciertamente, no son empresas que dejen importantes réditos, pero quienes laboran en ellas ha estado dispuesta a mantener imperativos económicos poco ambiciosos con tal de no modificar demasiado sus imperativos político-ideológicos: “El personal de Mayavisión, por ejemplo, tiene otro empleo fuera de la radio para poder subsistir [...] Para la Derecha, la Doble F, a pesar de ser comercial, sigue siendo una emisora del FMLN con todas las consecuencias para la publicidad” <sup>32</sup>.

La suerte de las radios del FMLN histórico y de las nuevas radios comunitarias no debe interpretarse como una incompatibilidad entre los imperativos ideológicos de la izquierda, o de la comunicación alternativa, con la economía de mercado, en general. Solamente señala ciertas condiciones del mercado salvadoreño. Conforme vayamos repasando la historia del periodismo después de la posguerra, iremos observando esas condiciones con más claridad.

## *2.2 Política y mercado en los grandes medios (primera mitad de la década de 1990)*

En marzo de 1992, dos meses después de firmados los Acuerdos de Paz, un comentarista observaba que los medios de comunicación: “lejos de orientar hacia los caminos de la paz, de diálogo, de concertación, lo que hacen es desorientar con planteamientos falsos e ideologizados. Ya es tiempo para que los medios de comunicación social, principalmente los escritos, sean objetivos” <sup>33</sup>. Tres años más tarde, los periodistas convocados por *Tendencias*, llegaban a conclusiones similares. Por ejemplo, Marvin Galeas <sup>34</sup> identificó algunos factores que actuaban en contra de el balance en la información periodística: propietarios y directores parcializados y con agendas personales, periodistas mal formados, figuras públicas que se negaban a “dar cuenta de sus hechos y decisiones”; también anunciantes que “no vacilan en ahogar un medio” cuando se sienten agredidos. Mauricio Funes denunciaba casi las mismas situaciones: “hay temas de la agenda nacional que siguen sin investigarse y que son bloqueados por los intereses empresariales, tanto de propietarios como de anunciantes”. Agregaba que “la apertura informativa no alcanza a los anunciantes y las agencias de

---

<sup>31</sup> Leonhard (1999: 46).

<sup>32</sup> Leonhard (1999: 59).

<sup>33</sup> A.M. (1992: 262).

<sup>34</sup> Galeas (1995, 24).

publicidad” y que la prensa vivía un “conflicto de intereses entre la profesión periodística y la búsqueda de rentabilidad”<sup>35</sup>.

Pablo Cerna, relataba cómo el semanario *Primera Plana* era incomprendido por gente de izquierda mientras que causaba temores en la derecha, pues se le identificaba con “la maquinaria oculta de la izquierda salvadoreña.” Además, advertía sobre un bloqueo de parte de potenciales anunciantes: “uno de los amos de la prensa local, durante una exquisita cena con publicistas, sentenció que no habría posibilidad de pautar publicidad en los medios que se insertaron recientemente”<sup>36</sup>. Cuando estas denuncias fueron publicadas, en mayo de 1995, *Primera Plana* circulaba por última vez. Hasta el día de hoy, la versión más conocida sobre el fin del semanario es que un boicot publicitario provocó el cierre. Pero también se ha señalado que a los responsables del proyecto les faltó capacidad administrativa<sup>37</sup>. Otra versión indica que ningún empresario salvadoreño quiso invertir en el medio pues nadie se mete a lo que consideran es un negocio de otros<sup>38</sup>. El caso de *Primera Plana* hizo sonar las alarmas pues había sido un medio innovador en formatos, géneros periodísticos, diagramación y temario<sup>39</sup>.

Todo lo anterior nos dice que en 1995 había una situación en la que distintos agentes, ubicados dentro y fuera de los medios, movilizaban sus intereses para frenar el despliegue de ciertos imperativos de la profesión periodística. En términos de nuestras categorías, el funcionamiento de la prensa, exceptuando los medios alternativos, estaba guiado por imperativos económicos, en un mercado en el cual los recursos necesarios para los medios podían ser asignados a discreción de agentes gubernamentales o privados. La actitud de publicistas, propietarios y periodistas tampoco favorecía la institucionalización del periodismo: ni dentro ni fuera de los medios había suficiente consideración por sus procedimientos y valores.

### 3. Avance de los imperativos periodísticos en la segunda mitad de la década de 1990

En la segunda mitad de los años 1990, los dos matutinos impresos de mayor circulación en el país, realizaron una serie de cambios que resultaron en un periodismo más profesional. Según

<sup>35</sup> Funes (1995: 22).

<sup>36</sup> Cerna (1995: 25).

<sup>37</sup> Beloso y otros (1996).

<sup>38</sup> Ladutke (2002: 137).

<sup>39</sup> Beloso y otros (1996). Por ejemplo, fue uno de los primeros medios del país que abrió espacio al feminismo y a la discusión sobre género.

Rockwell y Janus<sup>40</sup>, la familia Dutriz, propietaria de *La Prensa Gráfica*, moderó el tono ideológico del periódico inmediatamente después de los Acuerdos de Paz: desde 1992 la publicación se habría vuelto más objetiva y su diseño gráfico más moderno y atractivo. Otro investigador recogió la versión de que en el año 1993, *La Prensa Gráfica* reemplazó al 70% de sus editores<sup>41</sup>. Pero el primer matutino que realizó “dramáticos cambios” fue *El Diario de Hoy*, dice el periodista Marcelo Betancourt. Los cambios se atribuyen a Lafitte Fernández, periodista costarricense, que aceptó el cargo de Jefe de Redacción en 1995<sup>42</sup>. Tras la llegada de Fernández, una “vieja guardia” de “empíricos” fue sustituida por “la nueva generación” de periodistas graduados en las universidades<sup>43</sup>. Se reorganizó la redacción y se introdujo la práctica de las reuniones entre jefes y redactores<sup>44</sup>. También se atribuye a Fernández haber aprovechado la “actitud de cuestionamiento” de la nueva generación<sup>45</sup>. Los cambios que *El Diario de Hoy* introdujo a partir de 1995 habrían sido motivados por lo que venía sucediendo en su competidor<sup>46</sup>.

El impacto de la renovación periodística realizada por *El Diario de Hoy* se pudo reconocer durante el proceso electoral de 1997. El conservadurismo del periódico “quedó constreñido a, como última trinchera, a sus páginas editoriales”. En cambio, las páginas en las informativas se hizo “una cobertura seria, que dio espacios por igual a todos los candidatos a la comuna capitalina [...] dio en algunos momentos de la campaña un verdadero ejemplo de cobertura y rigurosidad metodológica”<sup>47</sup>. Algunos meses después, el 12 de octubre de 1997, la edición dominical de *El Diario de Hoy* distribuyó un nuevo producto periodístico: la revista *Vértice*, un proyecto dedicado al reportaje de investigación y profundidad, el análisis, la entrevista, según Fernández<sup>48</sup>. Parte del crédito de este proyecto sería atribuible a *Primera Plana*, cuyos reportajes habrían inspirado a “muchos periodistas salvadoreños jóvenes”<sup>49</sup>. Observadores extranjeros como Rockwell y Janus aplaudieron al renovado matutino: “*El Diario de Hoy* ha

<sup>40</sup> Rockwell y Janus (2003).

<sup>41</sup> Ladutke (2002: 154).

<sup>42</sup> Betancourt (2002).

<sup>43</sup> Rockwell y Janus (2003: 30); Betancourt (2002).

<sup>44</sup> Acevedo y otros (1997: 60, 74)

<sup>45</sup> Smeets (1999).

<sup>46</sup> Rockwell y Janus (2003: 38).

<sup>47</sup> Villalta (1997: 302-303).

<sup>48</sup> Lafitte Fernández en *Vértice*, *El Diario de Hoy*, 18-10-1998. Citado por Ortiz (2000: 2).

<sup>49</sup> Smeets (1999).

cambiado su apariencia: pasó de ser una publicación corrupta, repleta de publicidad de la extrema derecha a transformarse en un diario moderno, independiente y equilibrado" <sup>50</sup>.

*La Prensa Gráfica* se había quedado atrás en la aplicación de imperativos periodísticos. Según el mismo comentarista que elogió la cobertura de *El Diario de Hoy* durante la campaña electoral de 1997, en aquella ocasión *La Prensa Gráfica* "sirvió literalmente de trampolín" a la imagen del candidato de ARENA [...] En términos simples, el centro derechismo de los Dutriz sólo evidenció su incapacidad para leer los signos del momento, dejando escapar el chance de consolidar su imagen de medio objetivo y no comprometido" <sup>51</sup>. En abril de 1998 cuatro editores dejaron el medio y estalló una huelga de periodistas que buscaban más independencia del partido de gobierno <sup>52</sup>. Después de eso llegó Cecilia Gallardo de Cano al puesto de Gerente de Redacción. El nombramiento fue criticado porque la nueva jefa de editores había sido ministra de gobierno durante nueve años y no tenía preparación en periodismo. Sin embargo, bajo su dirección se lanzó la revista dominical *Enfoques*, el 7 de junio de 1998 <sup>53</sup>. Con este proyecto, orientado a la investigación y el análisis al igual que *Vértice*, *La Prensa Gráfica* daba un paso hacia la adopción de imperativos periodísticos.

¿Qué nos dice todo lo anterior sobre el juego entre imperativos periodísticos, imperativos económicos e imperativos ideológicos? De acuerdo con una periodista, la calidad de los periódicos se elevó gracias a los y las jóvenes periodistas que llegaron a las salas de redacción, calidad a la cual se habría acostumbrado la audiencia:

“una nueva generación de periodistas ha abierto espacios para los reportajes críticos, pese a las concentraciones excesivas de poder político y económico. Los lectores han llegado a esperar niveles más altos de periodismo. Como resultado, los propietarios están aprendiendo, poco a poco, a darle latitud a los reporteros para que satisfagan estas exigencias. Con el tiempo, este mecanismo de mercado le ha permitido a los periodistas escribir más para el público que para sus patrones” <sup>54</sup>.

<sup>50</sup> Rockwell y Janus (2001: 495)

<sup>51</sup> Villalta (1997: 303).

<sup>52</sup> Los editores que dejaron su puesto dijeron que no tenían suficiente independencia para trabajar, sin embargo, fuentes consultadas en esta investigación indican que la renuncia se dio porque los editores tomaron partido en una disputa interna de la familia Dutriz en torno al futuro de la empresa periodística.

<sup>53</sup> Ortiz (2000: 2).

<sup>54</sup> Smeets (1999).

Es decir, la adopción de imperativos periodísticos habría favorecido a los imperativos económicos, lo que a su vez cual habría llevado a los propietarios a dar más autonomía a los y las periodistas. Según lo que hemos visto, habría sido *La Prensa Gráfica* la que dio el primer paso en este proceso cuando moderó el vocabulario de los tiempos de guerra. Habría que comprobar si eso significó una ventaja en el mercado —mayores ventas o más prestigio— para *La Prensa Gráfica* en detrimento de *El Diario de Hoy*. Es decir, merece estudiarse la hipótesis de que la adopción de un elemento periodístico muy básico —el uso de lenguaje denotativo en lugar de lenguaje connotativo— favoreció a los imperativos de mercado de *La Prensa Gráfica*, y que la reacción de *El Diario de Hoy* —avanzar de manera más decidida que su competidor en la práctica de los imperativos periodísticos— generó una competencia por el prestigio profesional entre ambos medios <sup>55</sup>.

Sin embargo, existen evidencias de que los espacios abiertos a los imperativos periodísticos en ambos periódicos no son tan amplios como lo sugiere el material que hemos citado. Por ejemplo, hay quienes no están de acuerdo con que *Vértice* y *Enfoques* hayan avanzado en el periodismo de investigación. A lo sumo, se trataría de una “mezcla de periodismo en profundidad y periodismo interpretativo”, pues los temas abordados son coyunturales, y en la mitad de los casos los reportajes son políticos, además de que en ellos se olvida dejar una conclusión clara del fenómeno estudiado <sup>56</sup>. De acuerdo con este mismo estudio, algunos periodistas “narran cómo algunos de sus trabajos investigativos se van al cesto de la basura o se publican parcialmente” <sup>57</sup>. Otro observador del periodismo salvadoreño ha indicado que no todos los medios de comunicación nacionales retoman el periodismo de investigación como parte de su política informativa; cuando lo concretan, lo hacen en algunos casos por conveniencia política y sin equilibrio <sup>58</sup>.

¿Hasta dónde llega el compromiso de los propietarios y periodistas con los imperativos periodísticos que los dicen guiar? ¿Cuál es la fuerza de los agentes cuyos imperativos se oponen al despliegue de los imperativos periodísticos? Voy a explorar estos problemas en las siguientes secciones. Primero voy a examinar situaciones en las que sesgos políticos e

<sup>55</sup> La verificación de esta hipótesis está fuera del ámbito de esta tesis pues requiere indagar con los protagonistas y responsables de los cambios ocurridos en la década de 1990,

<sup>56</sup> Ortiz (2000: 25).

<sup>57</sup> Ortiz (2000: 4).

<sup>58</sup> Cantarero (s.f.).

ideológicos limitan a los y las periodistas. Después me ocuparé de situaciones en las que intereses económicos parecen coaccionar a los periodistas.

#### 4. La prensa de derecha

El marco ideológico de los propietarios de la prensa escrita no ha dejado de rebalsar las páginas editoriales y filtrarse en la producción de noticias y reportajes. Así lo señalan varios observadores cuyos comentarios han sido publicados recientemente <sup>59</sup>, además de un estudio sobre los sesgos de la prensa durante la campaña electoral de 1999. En esa investigación se realizaron análisis de contenidos de las informaciones publicadas por *La Prensa Gráfica*, *El Diario de Hoy*, *Co-Latino* y *El Mundo* <sup>60</sup>. A lo largo de esta sección vamos a usar algunos resultados de ese análisis.

Con relación a *La Prensa Gráfica*, primero debemos recordar que los vínculos entre propietarios y políticos del partido ARENA han sido expuestos por el tráfico de personal entre los gobiernos areneros y ese periódico. Por un lado, el matutino tiene por Gerente de Redacción a una exministra. Por otro, el Presidente Flores nombró como jefe de los servicios de inteligencia del Estado a Flavio Villacorta, quien dejó el cargo de jefe de información de *La Prensa Gráfica* <sup>61</sup>.

En el análisis de contenido citado arriba, las notas informativas publicadas en *La Prensa Gráfica* durante la campaña electoral de 1999 mostraron el sello de la postura política-ideológica de los propietarios. Al análisis indica que ARENA obtuvo el doble de cobertura favorable que el FMLN: 43.1% de las noticias catalogadas como “positivas” se referían a ARENA y el 19.2% al FMLN. El partido de gobierno también obtuvo un poco más de cobertura negativa, pero la diferencia no fue tanta con respecto a la izquierda: en contra de

---

<sup>59</sup> Así lo afirman, por ejemplo Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999), (Peraza, 2000), APES (2001), Rivera (2001), Mejía (2002), Probidad (2003a). Véase también (*Semanario Proceso*, 2001) y (*Estudios Centroamericanos –ECA–*, 2002).

<sup>60</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999). Ese análisis de contenido fue parte de un proyecto de monitoreo sobre la cobertura periodística de la campaña electoral de 1999, en febrero de aquel año. En el caso de la prensa escrita también se analizaron las publicaciones hechas en los meses de noviembre, diciembre y enero antes de las elecciones. Además de los cuatro periódicos más importantes, el análisis abarcó canales de televisión (2, 12, 21 y 33) y estaciones de radio (YSKL, Sonora, RCS y Mayavisión). Se hizo una devolución de los resultados a representantes de la prensa y de organizaciones no gubernamentales.

<sup>61</sup> Smeets (1999).

ARENA el 25.0% y en contra del FMLN el 23.%<sup>62</sup>. Es importante indicar que estos números deben leerse con cuidado, porque no dicen nada sobre el profesionalismo de un medio, pero sí señalan la intensidad de los imperativos político-ideológicos. Otro tipo de análisis debe completar el análisis sobre la vigencia de los imperativos periodísticos en la prensa<sup>63</sup>.

Según Rockwell y Janus<sup>64</sup>, la cobertura negativa de ARENA se explica porque la cúpula de este partido bloqueó las pretensiones de Gallardo de Cano de ser candidata presidencial y en lugar de ella prefirió a Flores. Pero la diferencia entre la cobertura negativa de ambos partidos es muy pequeña, esa paridad podría originarse en una actitud antipolítica en los periodistas. Los números nos dicen que los y las periodistas de *La Prensa Gráfica* pudieron criticar a las diversas fuerzas políticas. Pero un(a) periodista no puede escribir siempre cosas negativas, entonces busca el “balance”: a una crítica le sigue un elogio –o dos, dependiendo de quién sea el candidato.

La tolerancia de los imperativos ideológicos frente a la autonomía de los (las) periodistas pudo haber sido puesta a prueba a mediados de 2002. El 25 de julio de aquel año, el editorial del periódico criticó el fallo de un tribunal de Estados Unidos que condenó a varios ex-militares salvadoreños por violaciones a los derechos humanos. El 28 de julio, el periodista Juan José Dalton celebró el fallo en su columna semanal de opinión. En agosto, la columna del periodista fue cancelada, supuestamente por disentir abiertamente con sus patronos<sup>65</sup>.

En cuanto a *El Diario de Hoy*, el análisis de contenido revela que el apoyo de este periódico al partido de gobierno tiene sus matices. Janus et al.<sup>66</sup> encontraron que la mayor parte de la cobertura positiva (cantidad de noticias catalogadas como positivas) fue para ARENA (45.1%), el PDC obtuvo un (26.2%), mientras que el FMLN alcanzó (17.2%). Pero la distribución de las noticias negativas reveló que la mayoría correspondió a ARENA (46.9%), luego al FMLN (18.7%). Los autores interpretan los datos como un claro apoyo del periódico

---

<sup>62</sup> Janus et al (1999, s.p).

<sup>63</sup> Además, no todos los tipos de sesgos implican una falta de profesionalismo: existen sesgos al otorgar más espacio a una fuente que a otra, pero eso puede ser aceptado por la preceptiva periodística. Otros sesgos son claramente rechazados por la preceptiva periodística: los que involucran omitir o censurar información para favorecer una postura, por ejemplo.

<sup>64</sup> Rockwell y Janus (2000: 37).

<sup>65</sup> Probidad (2003a).

<sup>66</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999).

a favor del PDC. Y tienen razón, pues estos números, junto con otros datos del estudio, como el tamaño de las fotos, sugieren *El Diario de Hoy* estaba apoyando al PDC <sup>67</sup>.

¿Cómo se explica la cobertura negativa hacia el ARENA, en 1999, partido que se supone ha sido el preferido de los dueños del periódico desde los años 1980? Rockwell y Janus <sup>68</sup> lo explican porque dicen que se trata de diferencias a lo interno de ARENA, ya que la cobertura negativa iba dirigida al candidato –hoy Presidente Flores--- y no al partido. Los autores apoyan su hipótesis en otras informaciones: el editor Juan Bosco les contó que las entrevistas que hizo a Flores durante la campaña se hicieron con el desconocimiento de Enrique Altamirano, el principal propietario <sup>69</sup>. También reveló que Altamirano se ocupó durante la campaña de reducir la cobertura recibida por ARENA y el FMLN. Luego, la noche en que se anunció el triunfo de Flores, el propietario quería que la portada del día siguiente llevara una imagen de los felices seguidores del partido, en lugar de la foto del presidente electo. Después de una “acalorada discusión” Enrique Altamirano cedió ante el resto del consejo editorial <sup>70</sup>.

El relato de Bosco muestra que imperativos político-ideológicos de los propietarios todavía influenciaban las decisiones sobre el contenido periodístico de *El Diario de Hoy* en 1999. Pero también indican que en otras decisiones, como en el asunto de la foto, se impuso el criterio periodístico de los editores. No sabemos qué tipo de argumentos terminaron por suavizar la posición de Altamirano. Podrían haber sido consideraciones de tipo económico, porque no le convenía disgustar al nuevo Presidente, quien, finalmente, tiene el poder de disponer de la publicidad del Estado. Los tres tipos de imperativos pudieron haber actuado en el momento de tomar la decisión sobre la foto de primera página.

Durante las elecciones legislativas y de alcaldes del año 2003, los dos principales matutinos volvieron a presentar posturas abiertamente anti-izquierda o pro-derecha en su información

---

<sup>67</sup> Una entrevista realizada para esta investigación confirmó el apoyo de el propietario de *El Diario de Hoy* a favor del Partido Demócrata Cristiano (PDC): **Entrevistado(a)**: En la campaña presidencial pasada don Enrique Altamirano no apoyaba a Francisco Flores. Él abiertamente apoyaba a Rodolfo Parker, del PDC... **Investigador**: ¿Cómo abiertamente? **Entrevistado(a)**: Abiertamente, abiertamente, o sea, abiertamente era... si Paco Flores llevaba tres páginas y Facundo Guardado llevaba tres páginas, eh... Rodolfo Parker llevaba cinco páginas. (Cita 09, tabla 6.2, Anexo 1).

<sup>68</sup> Rockwell y Janus (2003: 36).

<sup>69</sup> Juan Bosco, editor en *El Diario de Hoy*, referido en Rockwell y Janus (2003).

<sup>70</sup> Rockwell y Janus (2003: 37-36).

periodística. De acuerdo con un estudio realizado en la UCA <sup>71</sup>, el tratamiento periodístico que *El Diario de Hoy* dio a Evelyn Jacir, la candidata de ARENA a la Alcaldía de San Salvador, “parecía ser una extensión de la campaña de la candidata” sobre todo por la frecuencia con que se usó el nombre de la candidata como marca, al igual que la campaña del partido ARENA: “Evelyn cantó los pollitos”, “Evelyn cierra campaña”, “Evelyn ofrece mejorar las calles”, “Evelyn recorre San Salvador”, “El enamorado de Evelyn”. En *La Prensa Gráfica*, la cobertura de la candidata de ARENA utilizó indistintamente el uso del nombre como marca (Evelyn), del apellido (Jacir) o del apelativo propio de su rol (“candidata arenera”), pero “predominó el uso de el primer apellido”. *La Prensa Gráfica* también se diferenció en el tratamiento de los resultados de las encuestas de opinión que mostraban la posibilidad de un triunfo de la izquierda, los titulares de ese periódico mostraban una contienda cerrada, pero se destacaba el hecho de que Jacir de Lovo era la figura con mayor respaldo; en *El Diario de Hoy* se omitió el tema. Sin embargo, en la primera semana de marzo, después de la publicación de una encuesta elaborada por el IUDOP <sup>72</sup>, *La Prensa Gráfica* incrementó el número de notas sobre la candidata a la alcaldía de San Salvador del partido ARENA: de tres en la última semana de febrero pasó a doce en la siguiente <sup>73</sup>.

En términos generales, cuando la prensa escrita de la mañana se refirió a ARENA, “lo hizo de una forma respetuosa y positiva. Sin embargo, cuando se refirió a las figuras de la izquierda o a los candidatos sin trayectoria conocida, tendió a expresarse de una forma negativa y hasta irrespetuosa” <sup>74</sup>. La conclusión de este estudio que nos interesa resaltar aquí es que el recurso de “enaltecer los atributos de un candidato o partido, en detrimento del o de los adversarios [...] funcionó como una prolongación de la campaña de algunos partidos. Esta situación se manifestó con más intensidad en *El Diario de Hoy* que en *La Prensa Gráfica*” <sup>75</sup>.

Con respecto al otro periódico conservador de nuestra muestra, *Diario El Mundo*, no se encontraron análisis documentados, excepto los hechos por Rockwell y Janus. En el análisis de contenido de las noticias durante la campaña presidencial de 1999, el apoyo abierto de *El Mundo* hacia ARENA fue mucho más evidente que el de los otros dos medios, además publicó

<sup>71</sup> Umaña y Guzmán (2003).

<sup>72</sup> La encuesta fue publicada en la prensa el 27 de febrero de 2003

<sup>73</sup> Umaña y Guzmán (2003: 249-253).

<sup>74</sup> Umaña y Guzmán (2003: 250).

<sup>75</sup> Umaña y Guzmán (2003: 253).

el doble de notas negativas sobre el FMLN de lo que hicieron los periódicos de la mañana <sup>76</sup>. Veamos los datos correspondientes: el 65.2% de las notas positivas fueron sobre ARENA, 12.3% sobre el FMLN, 11.0% para el partido LIDER. La mitad de la cobertura negativa fue para el FMLN (52.4%), el 23.8% para ARENA <sup>77</sup>. De acuerdo con Janus y Rockwell <sup>78</sup>, *El Mundo* “dejó de ser una publicación de tendencia moderada y refleja ahora la orientación política de derecha” de la familia propietaria.

¿Qué significa todo esto en términos de nuestras categorías de análisis? Pareciera que hay coyunturas y asuntos en los que imperativos movilizados se imponen sobre consideraciones periodísticas, particularmente el imperativo de la objetividad. Es decir, quizás en el trabajo cotidiano los periodistas cuentan con cierta libertad para indagar y escribir, incluso, sobre temas en los que difieren con sus patrones. Pero hay momentos en los que los y las periodistas no pueden disentir abiertamente. Es decir, los imperativos movilizados existen, están allí, cumplen una función reguladora sobre las noticias y opiniones.

Pareciera que las coyunturas en que los medios se vuelven más partisanos está relacionada con los ciclos electorales y los resultados obtenidos por las fuerzas políticas. La derecha podría haber salido confiada de los resultados electorales de 1994 y eso le habría dado la tranquilidad suficiente para otorgar un poco de independencia a los (las) periodistas en el período 1995-1998 <sup>79</sup>. Pero los resultados electorales observados a partir de 1997 señalan un avance sostenido de la izquierda. En aquel año, ARENA obtuvo sólo un diputado más que el FMLN y perdió la Alcaldía de San Salvador. En 2000, el Frente repitió su triunfo en la capital. Y los resultados en las alcaldías del resto del país muestran un retroceso de ARENA: en 1994 la

<sup>76</sup> Janus y Rockwell (2003: 39).

<sup>77</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999: sin página).

<sup>78</sup> Janus y Rockwell (2001).

<sup>79</sup> Una entrevista para esta tesis coincide con esa idea: **Entrevistado(a)**: De hecho, en el 96 o en el 97, es el año en que *El Diario de Hoy* da los saltos periodísticos más importantes. Y yo siempre lo he adjudicado a dos cosas. Uno a que la economía del país estaba creciendo al seis, siete, por ciento. Y que ARENA tenía 206 alcaldías de 262, tenía 38 diputados, y entre de las alcaldías que tenía, tenía las 13 del área metropolitana de San Salvador y tenía 13 cabeceras departamentales [...] Entonces, empiezan a salir grandes reportajes no solamente de corrupción, si no de temas sociales, cosas que... bien escritas, con buenas fotos, bien reporteadas, cuestionado al poder. Y esa época... es irreplicable, pues, sobre todo porque no hay amarras, no hay amarras, no hay amarras para nada. Pues yo lo adjudico a eso. **Investigador**: ¿Por qué? ¿Qué genera ese clima? **Entrevistado(a)**: Yo lo que creo es de que ARENA se cree imbatible políticamente, es decir, que no lo va a afectar.

Tómese en cuenta, también, que tras las elecciones de 1994 hubo analistas que consideraron que el sistema político se enrumbaría hacia el predominio de un solo partido —ARENA— y una posición subordinada de la izquierda. Véase: Béjar (1995) y Spence (2000).

diferencia fue de 207 a 13, en el año 2000 se había reducido a 127-67, en marzo del 2003 el FMLN ganó 74 municipios y ARENA 91, pero la izquierda obtuvo 31 diputados frente a 27 de ARENA, además conservó la alcaldía de San Salvador<sup>80</sup>. ¿Será que los imperativos político-ideológicos se han convertido de nuevo en prioridad ante las ganancias electorales de la izquierda?

Los ejemplos que hemos analizado sugieren que son imperativos ideológicos, más que económicos, los principales responsables de subordinar los imperativos periodísticos. Janus y Rockwell piensan que, en última instancia, el sesgo político de los medios conservadores tiene raíces económicas, su tesis es que

“los propietarios en un sistema de comunicación tenderán a proteger su porción del mercado en un país. Esto generalmente implica apoyar a una jerarquía institucionalizada, una oligarquía, en lugar de abrir el sistema de medios a las fuerzas democráticas o a una verdadera pluralidad de ideas”<sup>81</sup>.

Pero debemos tomar en cuenta que la documentación analizada hace énfasis en los sesgos políticos de los medios, es decir, se ocupan del imperativo de la objetividad. Quizás otros imperativos periodísticos tengan mejor suerte y habremos de ocuparnos de ello cuando analicemos las entrevistas realizadas para esta investigación, en el capítulo 5.

##### 5-. Los imperativos en la prensa contestataria

Existe un tipo de periodismo volcado a fiscalizar al Estado, a criticar la corrupción, el autoritarismo, la negligencia y otros vicios del poder. Este periodismo se inspira en una vieja tradición: “Desde sus inicios, el periódico resultó ser un enemigo, real o potencial, del poder establecido, sobre todo en su percepción de sí mismo”<sup>82</sup>. En El Salvador, los medios que desarrollan este tipo de periodismo son Canal 12 y *Co-Latino*, excepciones de un contexto donde “los medios reflejan las opiniones de las élites”<sup>83</sup>.

<sup>80</sup> Datos de 1994 y 2000 en Spence (2000), los datos de 2003 fueron los disponibles en los sitios de Internet de ARENA (<http://www.arena.com.sv>) y FMLN (<http://www.fmln.org.sv>).

<sup>81</sup> Janus y Rockwell (2003: 48).

<sup>82</sup> McQuail (2000: 46).

<sup>83</sup> Rockwell y Janus (2001: 495).

Son pocos los documentos que pueden ayudarnos a analizar la relación entre imperativos periodísticos e imperativos movilizadores en *Co-Latino*. Se sabe que se trata de un medio propiedad de sus empleados, asociados en una cooperativa. Esta fue fundada en 1994 cuando el antiguo propietario quiso cerrar el medio por falta de publicidad. Se ha dicho que la cooperativa fue financiada parcialmente por el FMLN<sup>84</sup>. Esto debería observarse en la cobertura informativa en un sesgo favorable a ese partido. Veamos los datos que el análisis de contenido ya mencionado ofrece acerca de *Co-Latino*. Durante la campaña electoral de 1999, las notas identificadas en el análisis como favorables a un partido se distribuyeron en 45.0% para el FMLN, 12% para el PDC, 9% para LIDER, 8% para CDU, 7% para ARENA y 4% para el PCN. Las notas identificadas como desfavorables a un partido se distribuyeron en 59% para ARENA, 9% para el FMLN, 6.2% para CDU<sup>85</sup>. Lamentablemente, el reporte no indica qué porcentaje del total eran notas sin sesgo. Si éstas fueran la mayoría, sería claro que los imperativos ideológicos subordinan las diferentes versiones del imperativo objetividad. En todo caso, ello no tendría porqué lesionar el debate público –ya he indicado que la prensa de defensa y partisana favorecen el debate; todo lo contrario la existencia de una prensa con imperativos movilizadores orientados a la izquierda es una ganancia de la esfera pública salvadoreña cuando se toma en cuenta que ello era impensable décadas atrás.

#### 6-. Radio y televisión

Aunque la presente investigación no se ocupa del periodismo televisivo o radiofónico, es importante mencionar alguna información acerca de los medios electrónicos en la medida que revelan prácticas y situaciones que podrían encontrarse en otros medios o que los podrían afectar.

Tres canales de televisión (2, 4 y 6) agrupados en la Telecorporación Salvadoreña (TCS) concentran el 90% de la audiencia televisiva<sup>86</sup>. Según la información recogida por Janus y Rockwell en su libro, el principal propietario de TCS, Boris Esersky, ha regalado grandes segmentos de tiempo televisivo al partido ARENA. También ha girado órdenes a los periodistas para que respondan positivamente a las solicitudes de funcionarios

<sup>84</sup> Janus y Rockwell (2001: 495).

<sup>85</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999).

<sup>86</sup> Marco Antonio Rivera, productor de televisión, citado en Janus y Rockwell (2003: 45)

gubernamentales, éstos últimos tienen un poder de veto en las estaciones de TCS<sup>87</sup>. Otra fuente, esta vez de origen salvadoreño, indica que durante la campaña electoral del año 2000, periodistas de TCS “recibieron órdenes expresas de obviar cualquier signo positivo de la administración del alcalde capitalino Héctor Silva”<sup>88</sup>. A juicio de Janus y Rockwell, la conducta de Esersky está guiada por la necesidad de proteger sus intereses ante posibles incursiones de inversionistas extranjeros en el mercado de medios salvadoreño; con ese fin concentra poder en su propio país y levanta barreras a nuevos competidores. De esa manera, opinan los autores, Esersky lesiona los esfuerzos de democratización en El Salvador<sup>89</sup>.

El único canal en la frecuencia VHF que compite con la Telecorporación es Canal 12. Su noticiero *Hechos* era en el año 2002 el segundo más visto de la televisión, después de *Cuatro Visión* (de Canal 4)<sup>90</sup>. *Hechos* practica un periodismo de fiscalización, contestatario<sup>91</sup>. Por ese motivo a su director se le ha asociado con el partido opositor FMLN<sup>92</sup>. Su propietario, Jorge Zedán, ha mostrado independencia frente al poder económico y el poder político<sup>93</sup>. En 1987, el gremio empresarial convocó a un paro nacional para presionar al gobierno de el Partido Demócrata Cristiano. Todos los medios de comunicación suspendieron sus transmisiones, con excepción de canal 10 (estatal) y canal 12. Como castigo se le retiró la mayoría de la publicidad y fue excluido de la Asociación de Medios de Difusión<sup>94</sup>.

Una situación similar volvió a darse en el año 2001. Durante los terremotos de enero y febrero de aquel año, el noticiero *Hechos* señaló que la construcción de urbanizaciones y la consecuente deforestación eran factores que aumentaban los riesgos asociados con los terremotos<sup>95</sup>. El noticiero también criticó la forma centralizada en que el gobierno estaba

<sup>87</sup> Janus y Rockwell (2003: 45).

<sup>88</sup> Peraza (2000).

<sup>89</sup> Janus y Rockwell (2003: 45).

<sup>90</sup> IUDOP (2003).

<sup>91</sup> Mauricio Funes, lo ha expresado así: “No somos un canal de oposición, porque no entramos en el juego político partidario, sino, un canal que tiene una presencia política importante en la medida que tenemos una línea informativa bien definida que es la fiscalización y denuncia permanente de las arbitrariedades que se cometen desde el poder público, eso nos hace parecer como un canal de oposición”. Citado en: Orellana (2003).

<sup>92</sup> En marzo de 2003 Funes dio otro argumento a sus detractores cuando manifestó que aceptaría ser candidato presidencial del FMLN bajo ciertas condiciones. El tema fue comidilla de la prensa escrita hasta julio de 2003.

<sup>93</sup> En 1996 Zedán vendió el 75% de sus acciones a TV Azteca. A finales de 2003 se especuló sobre la posible venta de la participación de los mexicanos, lo cual fue desmentido posteriormente (Henríquez, 2003).

<sup>94</sup> Betancourt (2001). El episodio también aparece relatado en Fernández (1994, 39).

<sup>95</sup> Rivera (2001).

manejando la ayuda a los damnificados <sup>96</sup>. Las críticas causaron disgusto a un sector de la empresa privada pues la comisión nombrada por el gobierno para recibir, distribuir y controlar la ayuda oficial estaba integrada en su totalidad por banqueros y empresarios afiliados al partido ARENA <sup>97</sup>. Entonces Canal 12 denunció que el gobierno le estaba castigando con un recorte de publicidad. El periódico digital *El Faro* realizó un monitoreo y comprobó la denuncia <sup>98</sup>. Más significativo aún es el hecho de que el boicot fue respaldado por algunos empresarios que "incluso hicieron lobby con otros" para que retiraran publicidad del canal <sup>99</sup>. El resultado fue "el retiro de casi el 60 o 70 por ciento de la inversión tanto pública como privada" a razón de un millón de colones mensuales durante tres meses" <sup>100</sup>.

Es importante señalar que a pesar de tales castigos contra Canal 12, el noticiero *Hechos* no ha cambiado su perfil. Eso no sería posible si la empresa no limitara el alcance de sus imperativos económicos <sup>101</sup>. También es cierto que, bajo la dirección de Funes, *Hechos* es el espacio informativo más visto en los segmentos de la población de mayor nivel de estudios e ingresos <sup>102</sup>. Sin embargo, en el mes de marzo de 2003, la empresa mexicana TV Azteca, propietaria del 75% de las acciones de Canal 12, cerró el espacio de opinión "Sin Censura" que formaba parte del telenoticiero. Funes utilizó la última emisión para anunciar y criticar el cierre. No obstante haber criticado públicamente esa decisión el periodista no fue removido de su puesto. En abril de 2003, el accionista local Jorge Zedán, declaró que el cierre se hizo por petición del Presidente Francisco Flores, con mediación del gobierno mexicano <sup>103</sup>.

En la siguiente sección retomaré el asunto de los boicots publicitarios contra la prensa salvadoreña. Finalizo esta sección con un conjunto de hallazgos con respecto a la

---

<sup>96</sup> Betancourt (2001).

<sup>97</sup> *Semanario Proceso* (2001).

<sup>98</sup> Betancourt (2001).

<sup>99</sup> CEPAZ (s.f.: 96). Algunas de las firmas que respaldaron el boicot habrían sido Embotelladora Salvadoreña, Kellogg's y Colgate (Betancourt, 2001: s.p.)

<sup>100</sup> CEPAZ (s.f.: 96).

<sup>101</sup> Es probable que consideraciones ideológico-políticas de Jorge Zedán explican la disposición de la empresa a mantener una línea informativa que afecta negativamente sus imperativos económicos.

<sup>102</sup> Según la encuesta del IUDOP (2003), en el año 2002 *Hechos* era visto por el 43% de los(las) entrevistados(as) con estudios universitarios (contra 24% captado por *Cuatro Visión*). El 50% y 52% de los estratos alto y medio-alto, respectivamente, veían *Hechos* con más frecuencia que cualquier otro telenoticiero (contra 17% y 11% captado por *Cuatro Visión*).

<sup>103</sup> Probidad (2003b).

radiodifusión, los cuales evidencian características del entorno político y económico en el que se realiza el periodismo escrito salvadoreño.

Durante la campaña de Flores, la propaganda del partido ARENA en las radioemisoras fue mimetizada como información periodística, incluso se llegó a colocar un funcionario del partido en el departamento de noticias de la cadena YSKL <sup>104</sup>. La razón de ello fue que los contratos de publicidad electoral firmados con el partido ARENA especificaban que las piezas de propaganda debían parecer noticias <sup>105</sup>. Y si bien los propietarios de estas emisoras no giraron instrucciones explícitas para dar menos cobertura al FMLN, habían recomendado a sus periodistas ser prudentes con los grandes anunciantes. Un propietario explicó a la investigadora Noreene Janus que si el anunciante más grande hubiera sido el FMLN, éste hubiera sido el partido favorecido <sup>106</sup>, es decir, que el sesgo era resultado de un imperativo económico de las radioemisoras. Sin embargo, Janus identificó un “temor entre los medios a un triunfo del FMLN”:

Una estación de radio explicó que hay una campaña de parte de los medios (especialmente las estaciones de radio) y muchas empresas privadas para evitar un triunfo del FMLN en las urnas, dándole a este partido menos cobertura, en general, y menos cobertura positiva, en particular. Existe la idea de que los medios deben hacer lo que puedan para hacer menos probable un triunfo del FMLN. El temor es que un triunfo del FMLN significaría una serie de impuestos y restricciones para los medios, que muchas radios simpatizantes del FMLN “bajarían de las montañas” a la capital en búsqueda de reconocimiento legal y nuevas frecuencias, saturando más el dial <sup>107</sup>.

La cita indica que hay un punto en que los imperativos ideológicos se confunden con los imperativos económicos: los sesgos desfavorables al FMLN tienen para los propietarios de los medios un sentido económico inmediato.

<sup>104</sup> Janus y Rockwell (2003: 42-43) citan como fuente a Roberto Castañeda Alas, propietario de Radio Sonora y Nery Mabel Reyes, directora de noticias de YSKL.

<sup>105</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999).

<sup>106</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999).

<sup>107</sup> Janus, Moore y Rodríguez-Schneider (1999 [Apéndice F: “Report on media reactions”]) El original en inglés dice: “One station explained that there is an on-going campaign on the part of the media (especially radio stations) and many private businesses to discourage an FMLN win at the polls by giving them less coverage in general, and less positive coverage in particular. There is a feeling that the media have to do what they can to make an FMLN win less likely. The fear is that an FMLN win would mean a series of taxes and restrictions on the media, that many of pro-FMLN stations would “come down from the mountains” seeking legal status and new frequencies in the capital, thereby crowding out current stations”.

## 7-. Los imperativos económicos y la autocensura en la prensa

Nos preguntábamos al principio del capítulo si la adopción de imperativos periodísticos durante la década 1991-2000 ha garantizado a las empresas periodísticas el cumplimiento de sus imperativos económicos.

Hemos visto que la prensa escrita de derecha recibió comentarios elogiosos cuando adoptó imperativos periodísticos y que, por otra parte, sus imperativos económicos no han sufrido por eso. Sin embargo eso no sucedió con *Primera Plana*, el medio escrito más profesional que circulaba en El Salvador en el año 1994. Aunque no se pueda atribuir el cierre de aquel semanario a un boicot premeditado de sus potenciales anunciantes, la sospecha no puede descartarse porque lo largo de la década de 1990 ha sido real la amenaza de retiros o bloqueos de pauta publicitaria en contra de la prensa. Así, en 1994, una tesis de licenciatura daba cuenta que el 97% de un total de 125 periodistas respondió afirmativamente cuando se le preguntó si el Estado utilizaba “alguna forma directa o indirecta” que pudiera limitar la libertad de expresión; la forma más mencionada por los periodistas (37%) fue el retiro de pauta publicitaria <sup>108</sup>. Recuérdese, además, el caso de Canal 12 que ya hemos comentado.

Otras fuentes dan cuenta de que a lo largo de la década de 1990, los (las) periodistas salvadoreños(as) utilizaban la autocensura para evitar represalias de anunciantes como empresas, gobierno y partidos políticos. Por ejemplo, los y las periodistas omiten los nombres y marcas comerciales en noticias delicadas, o deben seguir indicaciones de esas mismas empresas sobre cómo manejar situaciones controversiales <sup>109</sup>. Un periodista señala que “es mucho más fácil hacernos un reportaje sobre un policía involucrado en el narcotráfico o en crimen, que reportar sobre una empresa privada que ha destruido el medio ambiente” <sup>110</sup>. La explicación es que “debido a las entradas que esas empresas representan por concepto de anuncios, y por los intereses de los dueños de los medios de comunicación en ellas, a esas empresas se les considera intocables” <sup>111</sup>. En otra investigación se lee que por las mismas razones investigaciones elaboradas por *Vértice* y *Enfoques* “se van al cesto de la basura o se

<sup>108</sup> Los otros modos, mencionados con menor frecuencia, fueron: “intereses políticos” (19.5%) y “restricción a la publicación de noticias por presión de grupos de poder” (19.5%). Burgos y Marín (1994).

<sup>109</sup> Rockwell y Janus (2003: 209).

<sup>110</sup> Héctor Silva, sub-jefe de información de *La Prensa Gráfica*. Citado en Smeets (1999).

<sup>111</sup> Smeets (1999).

publican parcialmente”<sup>112</sup>. Ladutke encontró que otra fuente de autocensura se encuentra en los vínculos políticos de los propietarios de los grandes medios<sup>113</sup>. Referencias a esta situación han aparecido en comentarios recientes sobre el periodismo salvadoreño<sup>114</sup>.

Según los documentos consultados, pocas veces un medio ha estado dispuesto a correr con los costos de un anunciante disgustado. En 1998, durante ocho meses, una cadena de supermercados negó publicidad a *El Diario de Hoy* porque éste no accedió a una petición sobre el contenido del periódico. Las pérdidas fueron de 800 mil dólares<sup>115</sup>. En otro caso, en el año 2000, *El Diario de Hoy* dejó de percibir ingresos por dar a conocer que la compañía telefónica Telecom había intervenido de manera ilegal teléfonos de políticos, empresarios y periodistas<sup>116</sup>. ¿Porqué el periódico decidió no autocensurarse en estos casos? No existen investigaciones serias que puedan ofrecer una respuesta, tampoco podemos contrastar estos casos con aquellos en los que *El Diario de Hoy* ha cedido a los anunciantes, si es que ello se ha dado<sup>117</sup>.

Sin embargo, en la generalidad de los medios no se observa que las organizaciones periodísticas estén dispuestas a sacrificar imperativos económicos a favor de imperativos periodísticos. De manera específica, a lo largo de la década 1991-2000, perseguir el principio de supervisión –fiscalizar el ejercicio del poder político y económico— ha significado un riesgo para la consecución de imperativos económicos ambiciosos.

En el mismo período, las oportunidades de alcanzar imperativos económicos han sido menores para aquellos medios que además de perseguir el principio de supervisión abren sus páginas a toda la gama de intereses organizados, como lo manda el imperativo de la responsabilidad

<sup>112</sup> Ortiz (2000: 4).

<sup>113</sup> Ladutke (2000: 140-141).

<sup>114</sup> Probidad (2003a), Mejía (2002).

<sup>115</sup> Rockwell y Janus (2003: 210).

<sup>116</sup> Reporte de Comité for Protection of Journalists –CJP de 2001, citado en Ladutke (2000, 144). Una de las personas entrevistadas en esta investigación agregó que el periódico hizo consultas con otras compañías telefónicas para que éstas incrementaran su pauta si Telecom retiraba su publicidad. No se supo del resultado de estas gestiones.

<sup>117</sup> En otra investigación se da cuenta de cómo *El Diario de Hoy* lidió con el caso del accidente de un avión de la aerolínea AVIATECA –propiedad de TACA--, ocurrido en El Salvador el 9 de agosto de 1995. Los autores recogen la versión de que "hubo autocensura al no publicar la verdadera causa del accidente, por ser TACA anunciante del periódico" (Acevedo y otros, 1997: 48-54). No queda claro si en este caso pesó la vulnerabilidad del imperativo económico (temor a un retiro de publicidad) u otro tipo de consideraciones pues en aquel momento un accionista de TACA era Vicepresidente de la República -- Enrique Borgo Bustamante--, además de que diversos empresarios del partido ARENA tienen intereses en esta aerolínea (Paniagua Serrano, 2002).

social de la prensa. Así lo muestra el caso de Canal 12 tras el terremoto de enero de 2002, el cual ya comentamos: parte del disgusto gubernamental y empresarial con este medio se debió a que el mismo reprodujo denuncias de signo diverso provenientes de damnificados y organizaciones de defensa del ambiente.

Se puede pensar, por otra parte, que los anunciantes no estaban castigando la práctica de imperativos periodísticos sino lo que pudiera considerarse como una cobertura informativa particularmente sesgada a favor de la izquierda política. Si eso es así, el caso del boicot contra Canal 12 tiene consecuencias para toda la prensa salvadoreña: sería una señal de que los imperativos ideológicos considerados de izquierda no son tolerados por los anunciantes y otros actores del sistema de publicidad salvadoreño, como las agencias de publicidad. Esta hipótesis merece explorarse por varias razones. Por una parte están los testimonios de quienes han intentado sacar adelante proyectos informativos como *Primera Plana*, las radios exguerrilleras y la red ARPAS. Por otra parte, ningún medio que en El Salvador sea considerado de izquierda o cercano a la izquierda sobresale por sus logros económicos. Ello contrasta con el caso de *Radio Venceremos*, emisora que llegó a ser rentable después de que sus propietarios dieran un giro a la derecha <sup>118</sup>. Además, debe recordarse que algunos de los empresarios más influyentes del país también son políticos o líderes importantes dentro del partido ARENA: Cristiani, Murray Meza, Baldocchi, Salaverría, Sagrera, Poma, Palomo. Es decir, un porcentaje —de dimensión desconocida pero importante— de la inversión publicitaria salvadoreña es controlada por empresarios-políticos del partido ARENA <sup>119</sup>. Finalmente, se debe agregar que la operadora de televisión TCS, abiertamente anti-izquierda, tiene una influencia importante sobre las agencias de publicidad <sup>120</sup>.

<sup>118</sup> En conversaciones informales se dice que a la izquierda carece de capacidades empresariales, yo agregaría otro elemento: a la izquierda le hacen falta relaciones empresariales. Cuando se tienen relaciones empresariales es posible conseguir anunciantes y créditos para proyectos de comunicación nuevos.

<sup>119</sup> La extensión de los intereses económicos de estos grupos familiares empresariales ha sido documentada desde hace décadas en estudios sucesivos. Véase, por ejemplo, Paniagua Serrano (2002).

<sup>120</sup> Janus y Rockwell afirman que las inversiones del principal propietario de TCS, Boris Esersky —las cuales se extienden a operadores de televisión por cable, empresas publicadoras de revistas, agencias de publicidad y de relaciones públicas— le permiten ejercer “una considerable influencia política sobre el sistema salvadoreño, tan poderosa como para lograr que el gobierno cambiara sus planes de venderle una frecuencia de televisión a inversionistas mejicanos” (2001: 493).

## 8-. Síntesis

En los primeros años de la posguerra se denunció la insuficiente aplicación de varios imperativos periodísticos: la búsqueda de la verdad; la separación entre información y opinión, la diferenciación entre el rol de propagandista y el rol de periodista, la búsqueda de la objetividad; la libertad de expresión del medio y del periodista; el servicio a todos los sectores de la sociedad para que puedan expresarse a través de los medios. También existían quejas porque el y la periodista no tenía margen de maniobra ante los requerimientos de propietarios y anunciantes.

A lo largo de la década 1991-2000 la prensa escrita realizó importantes cambios que expresan una voluntad de profesionalizarse. Una generación nueva de periodistas experimentó una autonomía desconocida para sus antecesores, les fue otorgada una libertad antes impensable para fiscalizar la gestión gubernamental y decir cosas desagradables sobre el partido político de los propietarios; resultado de ello la generalización de una actitud de crítica frente a los políticos en el periodismo nacional. Por otra parte, la adopción de un lenguaje de una carga connotativa menos emotiva al utilizado una década antes señala una forma de practicar el imperativo del distanciamiento <sup>121</sup>. Además, la posibilidad de publicar noticias positivas sobre el partido FMLN es un paso en la dirección indicada por las tesis de la responsabilidad social de la prensa con relación a representar la diversidad de puntos de vista existentes en una sociedad. Por todo ello se puede afirmar que después de los acuerdos de paz de 1992 los imperativos ideológicos de la prensa de derecha se volvieron tolerantes a la práctica de los imperativos periodísticos.

En 1999, sin embargo, durante la campaña electoral, la prensa conservadora volvió a ejercer una regulación ideológica sobre los imperativos periodísticos. Los matutinos de derecha, que avanzaron en la aplicación de la objetividad como distanciamiento durante la campaña electoral de 1997, parecen haber puesto freno a ese avance de los imperativos periodísticos en 1999 y 2003. ¿Qué ha sucedido después de la elección de 1997, cuando *El Diario de Hoy* fue elogiado por su balance? Ya sugerí que los imperativos político-ideológicos intensifican su función reguladora durante las campañas políticas. Sin embargo, las represalias que la prensa

---

<sup>121</sup> Véase la discusión sobre la objetividad en la sección 5.5 del capítulo 2.

puede sufrir de parte del entorno político y económico pueden darse con independencia de la coyuntura política: recuérdese que la reacción del Presidente de la República y varios empresarios en contra de Canal 12 se dio durante los terremotos de 2001. El momento actual (inicios de 2004) presenta condiciones que favorecen que la subordinación de las distintas nociones de objetividad por parte de los imperativos movilizadores de los propietarios <sup>122</sup>.

Por otra parte, si es correcta la hipótesis de que al inicio de la posguerra el mercado premió la incorporación de nuevos formatos, un nuevo lenguaje y algunos imperativos periodísticos, parece que esa dinámica ha llegado a estabilizarse y que al final de la década de 1991-2000 los medios no tienen más incentivos para profundizar en la aplicación de imperativos periodísticos. Es más la prensa puede poner en riesgo sus imperativos económicos si aplica con rigurosidad el principio de supervisión o el modelo de responsabilidad social. Es una posibilidad real sufrir retiros de publicidad por parte del gobierno —un anunciante de importancia— o las empresas privadas cuando se les critica.

Así, con base en la información documental disponible, tenemos una respuesta preliminar a las preguntas que nos hacíamos al iniciar el capítulo: la prensa salvadoreña ha llegado a un punto en que avanzar más en la aplicación de imperativos periodísticos no garantiza el cumplimiento de sus imperativos económicos. La segunda pregunta que nos hacíamos --si la transición política ha llevado a los medios a modificar sus imperativos ideológicos en un sentido que permita la práctica de los imperativos periodísticos— tiene una respuesta afirmativa: existe hoy más tolerancia de parte de los imperativos ideológicos hacia la preceptiva periodística, pero podríamos estar a puertas de un retroceso: en la medida que los propietarios de la prensa consideren que un triunfo electoral de la izquierda constituya una amenaza a sus intereses y principios otorgarán más importancia a impulsar su agenda ideológica que abrir espacios para los imperativos profesionales. Entre éstos últimos, los más lesionados serán, en primer lugar, las nociones de objetividad en el periodismo político y, en cierta medida, la aplicación del pluralismo —mandado por el modelo de responsabilidad social— y el principio de supervisión.

---

<sup>122</sup> La coyuntura tuvo su primera consecuencia visible en el cierre del espacio “Sin Censura”, de Canal 12, inmediatamente después del triunfo del partido FMLN en la Alcaldía de San Salvador en 2003.