

# De los gigantes de papel a la era multimedia

*Carmen Molina Tamancas*

## **Los gigantes en las esquinas**

Siete de la mañana. La pared naranja chilla al recibir los rayos del sol que comienzan a calarle desde el Oriente. La casa, que alberga a un restaurante y cervecería, en la esquina formada por la 10ª. Avenida Sur y la 4ª. Calle Oriente, una de las arterias que circundan el corazón del Centro Histórico de San Salvador, es la referencia obligada para los transeúntes y automovilistas por dos razones: es imposible que pase inadvertida tanto por el color que tiene como por las enormes fotografías de mujeres semidesnudas que enmarcan el discreto rótulo «Prohibida la entrada a menores de 18 años».

A esa hora todo es calma en su interior, pero afuera, en su acera, parece un panal de laboriosas abejas que van y vienen alrededor de una mesa. Es un grupo de jóvenes mujeres cuyo frenesí disminuye en la medida que avanza la mañana hasta que la venta termina. Se las ingenian cada día, utilizan la pared aledaña al llamativo negocio, para promover las novedades que día a día traen los periódicos que acaparan el mercado escrito en El Salvador.

En una porción de lámina pegan brillantes fotos de equipos nacionales e internacionales de fútbol, animales prehistóricos, personajes de las caricaturas infantiles de moda y láminas educativas que abordan desde la estructura de las flores historia de la industrialización y la Gran Muralla China.

Como ésta, decenas de esquinas dispersas en todo San Salvador reflejan la feroz y diaria competencia que desarrollan los periódicos matutinos para captar la mayor cantidad de compradores y lectores posibles. *La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, Diario El Mundo, El Gráfico y Más!* tienen cautivo a un público que tiene poca paciencia para exigir puntualidad, calidad de impresión, promociones y que los contenidos respondan a sus gustos e intereses.

Identificados con la derecha política y empresarial y el conservadurismo crítico<sup>1</sup>, los periódicos de mayor circulación abrieron, desde la firma de los Acuerdos de Paz, en 1992, espacios de opinión críticos y secciones de investigación que han sacado a la luz casos de corrupción, tráfico de influencias y escándalos vinculados con el manejo irresponsable de los recursos estatales, tal es el caso del despilfarro cometido a principios de los 90 por las autoridades de turno en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social, o una década después en la Federación Salvadoreña de Fútbol, la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados o la reciente polémica por la falta de concordancia respecto a las cifras de homicidios de la Fiscalía General de la República y la Policía Nacional Civil.

### David y Goliat en la arena diaria

Alianzas estratégicas, constante innovación de productos y más de ocho décadas en el mercado son algunas de las razones por las que diversos estudios sitúan el liderazgo de *La Prensa Gráfica* en el mercado local de los impresos, en una proporción de 50 por ciento frente a un fluctuante 46 y 47 por ciento de *El Diario de Hoy* y un 17 y 20 por ciento de *Diario El Mundo*<sup>2</sup>.

Sin embargo, y muy a pesar de este dominio, el rey de los deportes (*El Gráfico*), el Co-Latino (único vespertino), el *Más!* y otros de circulación más restringida como Nuevo Enfoque cuentan con sus respectivas cuotas. En los 25 años más recientes, han quedado archivadas las experiencias de otros periódicos como *La Noticia* (fundada por Dutriz Hermanos en octubre de 1986 y cerrada en 1996).

En El Salvador, los esfuerzos editoriales críticos e independientes han tenido corta vida, tal es el caso de *Primera Plana*, dirigida y elaborada por periodistas (mayo de 1994 a junio 2001) y la revista *Tendencias* (1992-2000). El mensuario «Sentir con la Iglesia» fue fundado en 1995 y duró apenas dos años después que el semanario *Orientación de la Iglesia Católica* fuera reestructurado.

Por 1.050 centavos de dólar cada día y \$0.60 en domingo, *La Prensa Gráfica* entrega a sus lectores una gran cantidad de información

<sup>1</sup> Editorial, publicado en *Diario El Mundo*, 2 de junio de 2004.

<sup>2</sup> Obando, Rodolfo. *McCann Woldgroup*, comunicación personal, noviembre de 2004.

segmentada en secciones y productos de alta calidad dirigido a los diferentes segmentos.

El periódico, creado en 1915 como *La Prensa* por la familia Dutriz, ha evolucionado desde ser un ejemplar de cuatro páginas en tamaño estándar de 20.5 por 13 pulgadas, hasta una edición diaria de un promedio de 150 páginas y 110 mil ejemplares<sup>3</sup>. Su redacción consta de 180 personas, entre periodistas, fotoperiodistas y diseñadores.

Este periódico mantiene una agresiva política de establecer alianzas. A la fecha, figura de la mano con importantes marcas del mundo de América y Europa, como la cadena Univisión, dirigida a los latinos en Estados Unidos y para el que realizan un promedio de cuatro transmisiones semanales, *Wall Street Journal*, *Estrategia y Negocios*, *El País*, *Marca*, *ESPN*, *National Geographic*, *Discovery Channel*. La unión más reciente está vinculada a las ondas cortas: Radio Corporación Salvadoreña y Grupo Samix<sup>4</sup>. En su sitio web *www.laprensagrafica.com*, capta miles de lecturas diarias. Sus visitantes son hombres y mujeres de 12 a 51 años o más, que en su mayoría trabajan por un salario todo el día. Se califican a ellos mismos como sociales, emprendedores, con una importante vida familiar y fuertes creencias religiosas<sup>5</sup>.

En su amplia cobertura noticiosa nacional e internacional, destacan espacios fijos para el desarrollo cultural e intelectual del país, como las revistas *Dominical* y *Enfoques*, columnas de opinión a cargo de escritores y hacedores locales de cultura.

Con un cuerpo editorial y administrativo independiente, Dutriz Hermanos (editora de *La Prensa Gráfica*) lanzó el periódico deportivo *El Gráfico*, el 14 de febrero de 2004 con una respuesta, favorable del público. Su redacción está conformada por 55 personas entre redactores, fotógrafos, diseñadores, motoristas, empleados administrativos, de mercadeo y circulación<sup>6</sup>.

*El Diario de Hoy*, que ocupa un virtual segundo lugar en la preferencia de los lectores de periódicos, fue fundado por Napoleón Viera Altamirano el 2 de mayo de 1936 en el centro de San Salvador. Su pri-

<sup>3</sup> «*La Prensa Gráfica, 88 años de servir al pueblo salvadoreño*», publicado en *www.iaprensagrafica.com*

<sup>4</sup> Romero, Cecibel, editora de cierre de LPG, comunicación personal, noviembre de 2004.

<sup>5</sup> Fuente: TNS DATA, 2003.

<sup>6</sup> Goischer, Fernando. Gerente general de El Gráfico, comunicación personal, 2004.

mera edición fue de 2.100 ejemplares. Sesenta y ocho años después tira más de 150 páginas y puede rondar los 100 mil ejemplares<sup>7</sup>.

Sus espacios amplios de difusión se centran en la cobertura de hechos políticos, judiciales, policiales y económicos. No obstante, sus espacios para atención de nichos especiales como la infancia, con la revista *Guanaquín*, culturales y de fondo como *Vértice*, *Hablemos*, *Planeta Alternativo* y *Vida* le aseguran amplia preferencia en los lectores.

Al crear su sitio web *www.elsalvador.com*, en noviembre de 1995<sup>8</sup>, demostró que estaba apostándole a un futuro muy cercano, revolucionado por las tecnologías de la información. El dominio le permite aparecer en casi cualquier búsqueda en Internet de temas relacionados con El Salvador.

Entre sus alianzas corporativas destaca *The New York Times*. *El Diario de Hoy*, con un valor al público de \$0.40, también es propietario de *Más!*, un periódico más pequeño y enfocado en temas de interés popular, con un valor de \$0.25 centavos por ejemplar.

*Diario El Mundo* y el *Diario Co-Latino* fueron, hasta junio de 2004, los únicos periódicos vespertinos. *Diario El Mundo*, fundado por el doctor Juan José Borja Nathan hace 37 años, cambió su eslogan «Las noticias de hoy, hoy mismo» y creó en octubre de 2003 una edición matutina, para el fin de semana. Ocho meses después cambió por completo a la mañana con un formato compacto que pretende servir información de calidad en menos espacio y a un precio accesible: \$0.25 centavos. El periódico, con un tiraje de 40.000 ejemplares diarios, es el centro neurálgico del primer grupo multimedia en El Salvador, que incluye el sitio web *www.elmundo.com.sv* y la producción noticiosa transmitida por DM Radio, en el 105.3 del FM.

Está aliado con la BBC de Londres, *El Mundo* y *La Vanguardia* de España y desarrolló productos de *The Financial Times* y *Harvard Business Review*.

Su plana tiene 40 personas entre editores, periodistas, fotoperiodistas, diseñadores, correctores, productores, locutores y presentadores. Sus lectores son profesionales, estudiantes, técnicos y burócratas en el sector medio y medio alto metropolitano<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> EDI-1 no proporcionó los datos, que fueron solicitados de manera oficial, para la redacción de este artículo.

<sup>8</sup> «66 años de historia», publicado en *www.elsalvador.com*

<sup>9</sup> Chacón, Ricardo. Editor general de DEM, comunicación personal, 2004.

*Co-Latino* es el decano de los periódicos en El Salvador y, por ahora, el único vespertino. Fue fundado el 5 de noviembre de 1890 y en los años 90 pasó a propiedad de la cooperativa de los trabajadores. A la fecha, su redacción integrada por siete periodistas y tres fotoperiodistas, se fortalece con las prácticas de estudiantes de periodismo de la Universidad de El Salvador, Tecnológica y Don Bosco.

Publicitariamente, *Co-Latino* asegura que imprime 25 mil ejemplares y aunque realmente no tiene alianzas corporativas, mantiene relaciones con diversos sectores y accede al patrocinio de actividades de la empresa privada y destaca por la edición de uno de los pocos suplementos netamente culturales y artísticos, el *Tres mil*. En el extranjero tiene convenios con Prensa Latina que permite la reproducción de *ORBE* cada 15 días y se encuentra en trámite uno similar con Venezuela.

El director del periódico, Francisco Valencia, explicó que entre los lectores se cuenta con profesionales o miembros de los grupos de presión, como los dirigentes populares y sindicales, la mayoría con pensamiento de izquierda, pero también hay de derecha y de centro. Su sitio web [www.diariocolatino.com](http://www.diariocolatino.com) recibe, en promedio, 4.500 visitas diarias.

A los periódicos tradicionales, que disputan su porción del mercado con renovaciones tecnológicas e innovación de diseños y productos, se les suma el *Periódico Nuevo Enfoque*. Tiene una circulación más limitada y se presenta como «el periódico académico e intelectual de El Salvador». Nació el 5 de noviembre de 2001 como una respuesta a lo que llama «la no existencia de un periodismo veraz y serio (...) con sus terribles consecuencias»<sup>10</sup>.

Su campaña de mercadeo expone que sus lectores son especialmente profesionales, intelectuales, empresarios, estudiantes, profesionales, cuerpo diplomático acreditado en el país, trabajadores, empleados y funcionarios públicos<sup>11</sup>.

A esa gama de periódicos diarios, se suma por ahora una fuerte apuesta por las revistas mensuales, impresas en papel *couché*, con páginas y anuncios a todo color, donde los temas con redacciones *light* son esencialmente urbanos, dedicados a los sectores juveniles, empresariales y femeninos. Vinculadas a los grandes grupos empresariales del periodismo nacional o a emergentes empresas de jóvenes empren-

<sup>10</sup> Editorial, N° 1, 5 de noviembre de 2001, publicado en [www.libros.com.sv](http://www.libros.com.sv)

<sup>11</sup> No proporcionó los datos para el presente artículo.

dedores, entre esas revistas puede mencionarse a *Blur, Ella, Mujeres, Zoom, Pocket, Overnight, Motor, Speed, Buen provecho, Economista, Business, M2, Amen* y otras más.

### **Lo que hay es lo que ves**

Donde no llegan los periódicos y las revistas, los salvadoreños tienen opción de escoger entre una extensa gama de radios y estaciones de televisión que dan cobertura nacional, aunque muchas restringen su programación a una determinada zona geográfica, ya sea en el Área Metropolitana de San Salvador, oriente, occidente y el norte del país.

De acuerdo con la Superintendencia de Telecomunicaciones y Electricidad (SIGET), el gobierno ha concesionado, a la fecha, 266 frecuencias de radio y 27 de televisión, las cuales aplican formatos diversos.

La mayoría de las estaciones tiene programación variadas, desde la enfocada especialmente a las noticias y entrevistas combinada con formatos musicales, como Radio Cadena YSIKL, YSU, YSUCA (de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas) Sonora, Radio Cadena Cuscatlán, El Salvador (oficial) Mayavisión, 102.9 y DM Radio; exclusivamente musicales con noticias internacionales producto de alianzas con cadenas internacionales como CNN y BBC de Londres (radios Lasser y Club), hasta radios infantiles como UPA y especializados como Radio Clásica.

El 12 por ciento de las frecuencias radiodifusoras han sido adquiridas por iglesias, la mayoría evangélicas, con programación casi ininterrumpida. La asociación católica Ágape tiene en concesión un canal de televisión y dos radiodifusoras, mientras que el Arzobispado de San Salvador posee una radiodifusora y la Nunciatura Apostólica una concesión de radiodifusión de televisión.

La programación de la televisión salvadoreña no destaca por sus producciones locales, salvo los telenoticiarios (TCS Noticias, Tele-2, Noticias 4Visión y El Noticiero, en los canales 2, 4 y 6; Noticias Tecnovisión-canal 33, Megavisión-canal 21 y Hechos-Canal 12 de TV Azteca) y programas de corte hogareño y femenino. La mayoría de las estaciones transmite franjas religiosas, de cocina, entretenimiento familiar, telenovelas (mexicanas, venezolanas, brasileñas, argentinas, chilenas), caricaturas infantiles y programas concesionados por cadenas y canales internacionales.

Los programas culturales son escasos y se limitan a programas de debate y entrevistas en el único canal gubernamental: Universo crítico, PlaticArte y Debate cultural.

La diáspora de los países centroamericanos, cuyas remesas económicas ayudan a sacar adelante sus empobrecidas economías (en 2003 los salvadoreños residentes en Estados Unidos enviaron 2,160 millones de dólares)<sup>12</sup>, ha movido el interés por acercarlos a la tierra que les vio nacer. Con ese objetivo, un consorcio estadounidense creó el canal Centroamérica TV, transmitido sin costo por medio del sistema de cable Dish Network en Estados Unidos. El canal salió al aire el 15 de septiembre de 2004, con 24 horas de programación producida en seis países de Centroamérica<sup>13</sup>.

### 1998 y la era multimedia

Si bien *El Diario de Hoy* fue el primer medio de comunicación salvadoreño en «subir» su contenido a la red de redes o Internet, ese fue sólo el inicio de una carrera imparable. El Salvador ya cuenta con un consorcio multimediático (Grupo Mundo Multimedia, en 2002 y la alianza de La Prensa Gráfica con Radio Corporación Salvadoreña, en 2004).

El país se encuentra en una incipiente pero nada despreciable cultura de la publicación electrónica. A la fecha, los administradores del registro de dominios «.sv», de diversos tanto comerciales como académicos y gubernamentales, suman 6,868<sup>14</sup>.

Todos los periódicos mantienen una política de gratuidad para el acceso de sus contenidos vía Internet, pero sólo dos tienen circunscriben exclusivamente al ciberespacio: *El Faro* ([www.elfaro.net](http://www.elfaro.net)) y *Raíces desde El Salvador* ([www.desdeelsalvador.com.sv](http://www.desdeelsalvador.com.sv))

*El Faro* se presenta como el primer periódico electrónico de Latinoamérica. Fue fundado el 25 de abril de 1998 en San Salvador y publicó su primera edición al mes siguiente, contando con un «pequeño pero importante grupo» de colaboradores, entre ellos analistas salvadoreños en cuatro continentes. «*El Faro* surge de la inquietud por un medio de información plural, que abriera espacios a la sociedad civil y

<sup>12</sup> Banco Central de Reserva.

<sup>13</sup> [Prensalibre.com](http://Prensalibre.com)

<sup>14</sup> Ibarra, Rafael. *Comunicación personal*.

sin compromiso ni intereses que obstaculizaran la entrega de información veraz al lector»<sup>15</sup>.

El público lector, afirman sus editores, está compuesto por líderes de opinión, profesionales y estudiantes en zonas urbanas de El Salvador, principalmente de la ciudad capital. En número igual o mayor, continúan, la comunidad salvadoreña en el exterior «ha sido desde los inicios del periódico fiel y estimulante receptor, debido a las ventajas competitivas que ofrece Internet: respecto a otros medios de comunicación nacionales». En ese mismo grupo ubican a los académicos y profesionales extranjeros interesados en Centroamérica.

A la fecha, cuentan con una plana de 20 jóvenes periodistas, la mayoría cursando su carrera universitaria. Poseen una base de datos de aproximadamente 6.000 lectores y registran 22,000 visitas por edición semanal<sup>16</sup>.

*Raíces desde El Salvador*, en línea desde marzo de 2003, es otro proyecto independiente de un grupo de periodistas salvadoreños y extranjeros «comprometidos con la consolidación democrática y el derecho a la información»<sup>17</sup>.

Asimismo, desde el *boom* de la navegación en Internet y tomando en cuenta que aproximadamente 2,5 millones de salvadoreños viven en el extranjero, cada vez surgen más portales que tienen como objetivo mostrar las virtudes turísticas y las reseñas históricas y curiosas del país. Entre ellos destacan *Elsalvadoraqui.com*, *Queondas.com*, *Info-centros.org.sv*, *Portal Clic*, y otros.

Cecilia Medina Figueroa, editora propietaria de *Queondas.com* (ganadora de la primera Arroba de Oro otorgada por el concurso de *www.elsalvador.com*), asegura que es necesario poner a disposición contenidos acerca del país y su cultura historia, para la que tanto sus habitantes como hermanos en el exterior, «se benefician de contar con esta información a la mano. Internet sirve como fuente de información y por ello debe contarse con la más completa posible para difundir nuestra cultura y educar a nuestras futuras generaciones».

<sup>15</sup> «*El Faro*», documento facilitado por la Dirección Editorial, octubre de 2004.

<sup>16</sup> *Op.cit.*

<sup>17</sup> *Presentación en home page.*