

## Elección presidencial en El Salvador: Los medios de comunicación, meras herramientas partidarias

**Erick Rivera Orellana**  
**Abril 2014**

### Un acercamiento inicial

Las pasadas elecciones presidenciales de El Salvador fueron las quintas de su tipo en esa nación centroamericana luego de la firma de los Acuerdos de Paz el 16 de enero de 1992.<sup>1</sup> Acontecimiento, este último, que reinstauró la república, -de acuerdo con la tesis del sociólogo Rafael Guido Véjar en su artículo Los acuerdos de paz: ¿refundación de la república? (2011)-, y que vio nacer al nuevo Tribunal Supremo Electoral como ente rector de votaciones en el país, en sustitución del anterior Consejo Central de Elecciones.

Debido a que en la elección del 2 de febrero no hubo ningún partido que alcanzara el 50% más uno de los votos, se procedió a un segundo evento de votaciones, tal como lo marca la ley electoral en El Salvador. Este tuvo como fecha el 9 de marzo.

Se enfrentaron en esta etapa definitiva los partidos Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), de ultraderecha, y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), ex guerrillero, de izquierda. Ambas instituciones políticas son las más fuertes y tradicionales desde hace más de 20 años. Arena ya gobernó el país de 1989 a 2009 al obtener el triunfo electoral en cuatro ocasiones. Y el FMLN es el actual partido en el gobierno, gracias a su victoria en las elecciones de 2009, que llevó a la presidencia al periodista Mauricio Funes, un hombre proveniente de la sociedad civil.

<sup>1</sup> El Salvador vivió una guerra civil de 1980 a 1992. Diversos estudios sitúan a este conflicto como el último enfrentamiento indirecto de las dos superpotencias en la Guerra Fría. La firma de la paz se dio el 16 de enero de 1992 en Chapultepec, México.



Un tercer actor político entró con fuerza en las elecciones de este año, pero su tercer lugar en la primera vuelta no le alcanzó para llegar hasta las últimas instancias. El movimiento-partido Unidad, que aglutinó a otros partidos de derecha, tuvo como candidato al expresidente Elías Antonio Saca, quien gobernó el país de 2004 a 2009.<sup>2</sup> Algunos analistas coinciden en que Saca fue un factor importante para acaparar votos de la derecha, algo que, no obstante, quedó de lado luego de que, ya en segunda vuelta, sólo quedaran en el ruedo político ARENA y el FMLN.

El eje principal de la campaña propagandística electoral de ARENA antes del 2 de febrero fue el cuestionamiento a la seguridad pública y a La Tregua entre pandillas.<sup>3</sup> Justo en esos momentos, los medios más tradicionales replicaron ese cuestionamiento y brindaron grandes espacios a la crítica de ese proceso inédito de calma entre las maras; algo que, evidentemente, tenía como fin decantar la opinión pública en favor de una apuesta electoral, la de la derecha.

Cuestionar la seguridad y el posible diálogo con los líderes pandilleros fue punta de lanza para el partido de oposición, que consideró que la población no miraba con buenos ojos el tema, quizá basándose en indicadores locales de encuestas que seguían señalando, como lo han hecho en el último lustro, que el tema de la seguridad es uno de los que más afectan a la sociedad salvadoreña. “¿Por qué dialogar con asesinos? ¿Por qué brindar beneficios de inserción o en régimen de prisión a quienes tanto daño han hecho? ¿Por qué no ser más

duros con ellos?”, fueron las preguntas que sugería ARENA a la población.

La opción de la política comunicativa gubernamental fue siempre desmarcarse de La Tregua, pese a que surgieron en el camino hechos que ciertamente ofrecieron detalles del diálogo entre el gobierno y las pandillas. Desde los medios se optó principalmente por cuestionar también el proceso y se percibió una relación cercana entre lo que decía y criticaba ARENA y lo que se publicaba como información periodística.

Los medios televisivos y radiofónicos fueron más o menos acompañantes del ritmo electoral. Sin embargo, la ideologización y partidización mediática se percibió mucho más en los medios de prensa escrita, que son, para muchos, los que más nivel de desarrollo han alcanzado en el periodismo salvadoreño. Esa es una de las razones por la cuales este artículo analizará principalmente este tipo de medios.

En esta elección presidencial, además se vio afianzado el poder de las redes sociales, que llegaron a tener preponderancia por el nivel que han alcanzado de complejidad y de recursos invertidos. Sin embargo, desde los medios se limitaron de alguna forma a referir a lo que se había trabajado en las ediciones diarias, no a producir contenidos especialmente dirigidos a redes sociales. En términos generales hablamos de mucha acción de redes sociales, pero poco producto propio y hecho exclusivamente para ellas y sus públicos.

Asimismo, aparecieron medios con cierta incidencia que también se acercaron a una propuesta política, como es el caso del canal de televisión GenteVé, que abiertamente trabajó a favor del FMLN. En el pasado, sólo sobresalían apuestas de equilibrio desde medios pequeños como Radio Maya Visión o como el periódico CoLatino. No obstante, cuando hablamos de equilibrio nos referimos es a contrapeso político, no a una cualidad de la información

<sup>2</sup> Hubo en la primera vuelta dos partidos más con sus candidatos inscritos: el Partido Salvadoreño Progresista y la Fraternidad Patriota Salvadoreña. Ambos, sin embargo, no tuvieron la aceptación necesaria y sus números son prácticamente irrelevantes.

<sup>3</sup> Desde marzo de 2012, las dos principales pandillas en El Salvador, MS y Barrio 18, mantienen una tregua que ha conseguido bajar índices de asesinatos en el país. El Gobierno se ha desmarcado al negar que esto tenga que ver con alguna estrategia explícita, pero sí reconoce que ha “generado condiciones” para que este hecho repercuta en mayor seguridad para la gente. La tregua, sin embargo, se ha desgastado en los últimos tiempos y los índices de criminalidad han vuelto a aumentar, aunque no al nivel de antes de la misma.



que estos publican. Es decir que se dio en el sentido de que estos medios también se ideologizaron como satélites propagandísticos del FMLN para hacerle contrapeso a lo que otros medios defendían de ARENA.

Además, espacios web y de redes sociales como Sociedad Civil, Política Stéreo y Medio Lleno aparecieron como actores nuevos de un panorama político tradicional en cuanto a medios de comunicación. Estos tres ejemplos tienen tres caras distintas:

- La primera, muy cercana al FMLN o para ser más exacto simplemente en contra de ARENA.
- La Segunda con menos presencia y número de seguidores, buscó un poco acercarse más a la imparcialidad, aunque en términos generales se mostró también decantado a favor de la postura del FMLN.
- La tercera, extremadamente cercana al partido ARENA.

Hablamos aquí de verdaderos ejemplos de contrapesos que hacen las redes sociales en el andamiaje mediático en la actualidad, pero esto tampoco tiene que ver con cualidades periodísticas.

Los medios más grandes, tradicionalmente afines a la derecha, siguieron el guión que fue escrito por el partido ARENA, tanto para la primera vuelta como para la segunda, cuestionando con mayor ahínco las políticas del Estado en materia de seguridad en momentos clave para defender las visiones del partido. Brindaron gran relevancia al tema de la violencia y se ciñeron a la línea de comparación que hizo ARENA para la segunda vuelta haciendo alusión a los problemas que afrontaba en ese momento la sociedad venezolana.

Otro hecho importante es que los medios de comunicación, principalmente los periódicos La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy (los de mayor presencia en el país), acompañaron a ARENA

luego de la segunda vuelta en rechazo de los resultados, cuestionando la transparencia del proceso, sin tener en cuenta que las elecciones rápidamente fueron aprobadas por organismos internacionales, entre ellos observadores de la OEA y de la ONU, etc. Un fuego que sólo se empezó a apagar cuando el Gobierno de Estados Unidos dio su aprobación al proceso y cuando la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia decidió no admitir las demandas de ARENA sobre fraude electoral.

El FMLN, al no contar con esas simpatías con los medios que sí tenía ARENA, buscó posicionarse con formas más moderadas y con amplia inversión en publicidad. En diversos foros se habló de una campaña más conciliadora, más optimista y tratando de rehuirle a la confrontación que sugería ARENA. Sus voceros vendieron la idea de que no querían entrar en la dinámica de Arena y de los medios. Sin embargo, ese papel debe contrastarse con el aparataje gubernamental que indirectamente benefició al partido de izquierda, algo que, como se comentará más adelante, fue cuestionado por muchos espacios de opinión.

Como ya se dijo, este artículo está basado principalmente en las publicaciones de prensa escrita, y desde allí se abordarán las empatías políticas de los medios, las mismas que volvieron a estar presentes en otra campaña electoral, revalidando la muy cuestionable afinidad ideológica sobrepuesta por encima del equilibrio informativo.

## Sobre el dilema de la objetividad

Cuesta encontrar un horizonte en el que los medios salvadoreños lleguen a percibirse sin afinidad ideológica. Resaltan casos extraordinarios que en términos generales sí quisieron mantener distancias. Y otros, como el periódico digital El Faro, que, queriendo distanciarse y reclamar objetividad, trabajó



temas que luego fueron utilizados por cada uno de los partidos como banderas de campaña en contra de sus adversarios.

## Dos ejemplos de lo anterior son los siguientes:

1. El 19 de enero de 2014, a tan solo dos semanas de las elecciones del 2 de febrero, El Faro publicó el reportaje "**La millonaria revolución de Alba.**" Este trabajo expuso la relación íntima de la empresa de capital venezolano-salvadoreño Alba Petróleos con el FMLN, dejando entrever algunas presuntas irregularidades en la composición de asociaciones o empresas que captaron fondos "prestados" de manera privada provenientes de Alba. Uno de los nombres que aparecía ligado a esas compañías - que de la noche a la mañana obtenían recursos millonarios de Alba- es el de José Luis Merino, un importante exlíder guerrillero y miembro de la cúpula del partido.

*"De esa lista de empréstitos, El Faro rastreó quiénes integran las juntas directivas de 64 sociedades y hay poco menos de una veintena que destacan por una característica aglutinadora: un puñado de nombres aparecen repitiéndose como directivos o como representantes legales en ellas, y de esa manera, desde cada una se puede trazar una línea recta o una sinuosa hasta Alba Petróleos o hasta el partido FMLN y su máxima dirigencia. El cruce de datos muestra cómo ese puñado de nombres claves en esas 16 compañías pueden llevar al José Luis Merino dirigente del partido FMLN o bien al José Luis Merino asesor de Alba Petróleos",* explica el reportaje.

El texto, cuyo trabajo fue muy bien recibido por la opinión pública salvadoreña, ofrece una tesis bastante clara que pone en entredicho la ética de las finanzas del FMLN. Que este trabajo apareciera a 14 días del proceso electoral no significa que haya mala intención de parte del medio, pero sí es claro que su repercusión iba a generar mala imagen hacia el partido en un momento clave. Es difícil pensar que la intención de El Faro hubiera sido esa, pero lo

que sí es cierto es que ARENA y sus seguidores supieron utilizar este reportaje para sus fines propagandísticos.

El reportaje plantea datos contundentes extraídos de los registros de comercio en El Salvador, algo que le dio más peso.

2. La nota "**Presidente de Arena culpa a Quijano de que a Flores no se le hubiera marginado oportunamente**", publicada el 1 de marzo de 2014, a tan sólo ocho días de la segunda y definitiva vuelta electoral presidencial, generó una gran oposición al partido de derecha en un momento muy importante. En este reportaje hay que tener en cuenta que incluso la selección del verbo "culpar", para el título, difícilmente puede tener una connotación positiva. Otra vez: no se pueden señalar malas intenciones mediáticas, más allá de las interpretaciones, pero sí se puede decir que quien escribe comprende perfectamente el contexto político y en ese contexto es responsable del enfoque de su trabajo.

En resumen, este último reportaje de El Faro trae un tema que desde finales de 2013 estuvo en el panorama político: ¿por qué ARENA se empeñó en mantener como asesor de campaña al expresidente Francisco Flores Pérez, a pesar de que estaba siendo investigado hace meses por una comisión oficial de la Asamblea Legislativa y por la Fiscalía General de la República debido a presunta corrupción en la administración de recursos provenientes de Taiwán cuando fue presidente (1999-2004)? La respuesta es simple: fue decisión del candidato arenero, Norman Quijano, según consigna El Faro en declaraciones de Jorge Velado, presidente del partido de derecha.

Esta publicación le brinda una respuesta básica a los lectores y posibles electores ocho días antes de las elecciones: este candidato (de Arena) es el único responsable de mantener en su equipo a alguien acusado de corrupción.



Con lo anterior, no se quiere decir que El Faro haya sido vehículo propagandístico. Es más, el hecho de que su trabajo investigue a ambos partidos dice cosas buenas de este medio. Sin embargo, parece claro que, en campaña, incluso estos trabajos pueden ser utilizados por los partidos en favor o en contra de una u otra propuesta. Prueba de ello es que desde plataformas de redes sociales y desde la opinión pública en programas de televisión, estas notas sirvieron para desmeritar al oponente, tomando como base un medio local que ha ganado un gran número de premios periodísticos a nivel internacional.

De esta manera, el caso salvadoreño plantea otra idea bastante clara: los medios de comunicación, en campaña política, muestran con mayor fuerza sus tendencias nacidas por ideología o por intereses económicos. Y aquellos que con cierto grado de profesionalismo intentan apartarse de esto, terminan siendo, en el peor de los casos, herramienta política de ambos partidos.

Tanto el FMLN como ARENA utilizaron las investigaciones periodísticas a su favor y en detrimento del contrincante. Y cuando en algunos casos surgía el tema de la “campaña sucia”, aquella que se vale de argucias antiéticas para el desprestigio del competidor, se tomaba como base alguna publicación.

## Histórico proceso y la famosa Venezuela

Hay condiciones concretas para afirmar que las elecciones de 2014 fueron un evento atípico. Primero fue el de mayor participación en la exigua vida democrática salvadoreña: 3,016,958 votantes, es decir: un 60.9% del total esperado por el Registro del Tribunal Supremo Electoral (TSE) y un 73.9% de la población en edad de votar, según datos de la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).

Por otro lado, el partido que perdió la elección,



Gráfico de LPG Datos.

AL: Asamblea Legislativa; CM: Concejos Municipales; P: Presidenciales.

Eje horizontal: años. Eje vertical: número de votantes. Fuente: TSE, DIGESTYC y LPG Datos (unidad de investigación estadística de La Prensa Gráfica).





ARENA, se rehusó a aceptar el resultado de la segunda vuelta (ya había perdido también en la primera) pese a la aprobación del proceso por parte de observadores internacionales, como Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos. ARENA incluso hizo un llamado a la Fuerza Armada la noche antes del escrutinio para “estar atenta” ante la posibilidad de “fraude”, algo que amplios sectores de la opinión pública interpretaron como un llamado a un posible golpe de Estado. Desde esta perspectiva los medios también contribuyeron a replicar el discurso de este instituto político en lugar de cuestionar su presunto irrespeto a la institucionalidad, en un marco legal que conocían y que les dio en el pasado el poder del Ejecutivo.

Además, el margen de diferencia entre partidos por número de votos finales fue de apenas un 0.22%, es decir, una diferencia extremadamente estrecha. El FMLN con un 50.11 % de electores y ARENA con un 49.89%. El Salvador por lo tanto, parece estar dividido entre dos mitades exactas.

Por otro lado, esta elección tuvo que resolverse en segunda vuelta, algo que, desde la firma de la paz, solo había ocurrido en 1994, cuando Armando Calderón Sol se convirtió en el segundo presidente del partido ARENA, y derrotó al candidato del FMLN, Rubén Zamora.<sup>4</sup>

De este modo, la exguerrilla salvadoreña, ahora partido FMLN, obtuvo su segunda victoria en elecciones presidenciales, luego de que en 2009 llegara al poder por primera vez. La gran diferencia en esta ocasión es que ahora quien dirigirá los destinos del país es un excombatiente, Salvador Sánchez Cerén, y no un civil traído al partido, como es el caso del actual presidente Mauricio Funes Cartagena. El papel de los medios de comunicación, visto en relieve, fue ciertamente importante. Los

acontecimientos de inestabilidad en Venezuela coincidieron con el período previo a la segunda vuelta electoral, algo que unió las aspiraciones de la campaña electoral de ARENA con los medios más tradicionales y grandes del país. La idea de que “esto nos puede pasar a nosotros también si gana el FMLN” fue la principal bandera de ARENA, y coincidió fuertemente con la pauta de los grandes medios de comunicación.

“La estrategia de comparar a Venezuela con El Salvador logra que el candidato de oposición (Norman Quijano, Arena) recupere unos 400,000 votos. También se suman la ausencia de los expresidente Flores y Saca que en la primera ronda fueron clave”, señaló el periódico digital Contrapunto el 11 de marzo, dos días después de la elección en las que ARENA consiguió pasar de un poco más de un millón a un millón cuatrocientos mil electores.

La nota, con tono analítico, profundiza en las estrategias de campaña, pero inicia con ese párrafo como el argumento más importante para explicar el repunte arenero. Es decir, Venezuela llegó a ser un factor determinante para que ARENA pasara de estar tan lejos como lo fue el 10% de diferencia negativa con el FMLN en la primera vuelta, a conseguir un virtual empate para la segunda vuelta.

Y es que los hechos y notas periodísticas sobresalen por su elocuencia en este tema. En una nota del 3 de marzo el Diario El Mundo, tituló ARENA cierra campaña con llamado a defender el voto el 9 de marzo, citando al candidato Norman Quijano:

*“Solo veámonos en el ejemplo de Venezuela, donde las bases de todo un pueblo se han opuesto a las mentiras y a los fraudes de los chavistas; le han robado la libertad a todo ese glorioso pueblo someténdolo a la pobreza y a la violencia”.*

El fragmento se cierra con un empuje mayor,

<sup>4</sup> El primer presidente de Arena, Alfredo Cristiani, inició su período de gobierno aún en guerra civil, en el año de 1989.



esta vez de la pluma y conciencia del periodista:

“[el candidato] *Aseguró que la situación de Venezuela debe servir como ejemplo para saber elegir el próximo 9 de marzo.*”

Ciertamente no se puede decir que los medios sean la única razón por la cual Arena pasó de un poco más de un millón de votantes a casi 1.5 en apenas un mes. Pero lo que sí se puede decir es que jugaron un papel protagónico al alinear sus contenidos con la estrategia del partido de derecha. Por otro lado, a pesar de que en los últimos tiempos han surgido diversos medios de comunicación llamados alternativos, entre los que se destacan varios periódicos digitales, siguen siendo los tradicionales los que siguen marcando la pauta en el país.

En comparación con las elecciones realizadas en el 2009, debe señalarse que pocas cosas han cambiado en el entorno mediático. Al igual que en ese año, la cobertura hecha por los medios también fue bastante sesgada<sup>5</sup>, y decantada a favor de corrientes políticas y de las líneas publicitarias de los candidatos, principalmente del partido de derecha. En ese ámbito, sobresalen algunos medios que incluso parecían repetidores del discurso de los aspirantes a la silla presidencial o de sus spots publicitarios.

Como ya se dijo, podemos destacar para la elección de 2014 dos grandes apuestas de ARENA en cuanto a sus campañas de comunicación: En la primera vuelta apelaron a la seguridad ciudadana. En la segunda, acudieron al tema de Venezuela y al de la posible restricción de ‘libertades’ si llegaba a ganar un partido de izquierda. Su consigna fue la siguiente: “Si quiere seguir viviendo en un país libre y si quiere seguir gozando de libertades, vote por ARENA. Y si no nos cree, mire lo que sucede en Venezuela”.

5 Chávez, Marroquín, Vásquez, 2009 [http://www.uca.edu.sv/publica/ued/eca-proceso/ecas\\_anter/eca/2009/719/4-art3-eca-719.pdf](http://www.uca.edu.sv/publica/ued/eca-proceso/ecas_anter/eca/2009/719/4-art3-eca-719.pdf)

## La primera vuelta: el miedo y el factor seguridad

El 3 de diciembre de 2013, cuando la campaña política entraba a su cenit, La Prensa Gráfica, uno de los periódicos más tradicionales del país, amaneció con el titular “Noviembre cerró con promedio de 8.6 homicidios”. El sumario de la nota reseñaba: “Se registró la cifra más alta de homicidios (259) desde marzo de 2012. Diciembre inició con 10 asesinatos”. Si tomamos en cuenta lo que arriba se plantea, la nota, de dimensiones considerables, hacía sinergia con la campaña de la derecha.

Por otro lado, el periódico El Diario de Hoy señalaba el 10 de enero de 2014, a menos de un mes de las elecciones: “Dos mil 492 personas fueron asesinadas en 2013; 102 menos que durante el 2012, según registros del Instituto de Medicina Legal (IML), en cuyas instalaciones hay 124 fotografías de personas que son buscadas por sus familiares y que han sido reportadas como desaparecidas”. Esta nota fue titulada *Promedio diario de homicidios llega a 9, según Medicina Legal*.

El 19 de enero, a menos de dos semanas de la elección, el periódico El Diario de Hoy publicó una nota titulada: “*Gobierno de Funes financió ‘tregua de maras’*”: Roberto D’Aubuisson<sup>6</sup>. Y el 26 de enero, a una semana de las votaciones, el mismo periódico publicó otro texto llamado: *Funes siempre defendió tregua de las pandillas*. El primero de estos trabajos periodísticos fue el tema de mayor relevancia de la sección Política en la página 4; y el segundo apareció tanto en portada como en la página 2, para dar una idea del fuerte posicionamiento ideológico partidario del periódico. En otras palabras, mientras sendos spots televisivos y todo el aparataje de ARENA se dedicaba a cuestionar el proceso y a involucrar directamente al

6 Roberto D’Aubuisson es diputado por Arena. Es hijo además del ya fallecido fundador de ese partido, el Mayor Roberto D’Aubuisson, quien fuera señalado de ser autor intelectual del asesinato de Monseñor Óscar Arnulfo Romero en 1980.



gobierno - y por ende al FMLN-, El Diario de Hoy daba un seguimiento directo a esa postura y a ese discurso de campaña.

Es decir, mientras más se acercaba el momento de la elección, más fuerza empezó a tomar el tema de la inseguridad, en consonancia, como ya se explicó, con la campaña del partido ARENA antes del 2 de febrero. Dicho partido vendió la idea de que los problemas de la inseguridad eran agobiantes y además, cuestionó la tregua entre pandillas, un proceso que había hecho disminuir los índices de asesinatos diarios, que bajaron de 14 o 15 hasta 6 al día, una cifra que, lamentablemente, volvió a crecer con el tiempo.<sup>7</sup>

Se llegó a tanto, que luego del cierre de campaña del partido ARENA, La Prensa Gráfica amaneció el 30 de enero con una nota titulada: *Quijano reitera ofertas de seguridad en acto de cierre*. En el sumario de la nota se leía:

*“Condenó el ‘fracaso’ en seguridad del actual gobierno, frente a congregados en la plaza Libertad. [...] El discurso final de Quijano giró alrededor de las propuestas de seguridad, el eje principal de la oferta electoral arenera. [...] ‘El gobierno del FMLN ha fracasado en salud, en educación, en el combate a la pobreza, pero su fracaso más grande ha sido en brindarle seguridad al ciudadano’”*

Con lo anterior se puede ver como Arena y el medio fueron una misma cosa. Terminaban tal como comenzaron la campaña, generando un pensamiento colectivo común: “La seguridad es el mayor fracaso de este gobierno y para cambiar esto se debe votar por ARENA”.

Medios menos tradicionales, pero con alta incidencia en redes sociales, como Medio Lleno,

<sup>7</sup> Sería falso considerar que el tema de la inseguridad es tan solo una campaña mediática. No. El Salvador es uno de los países con mayor índice de homicidios por número de habitantes en el mundo, como si se tratara de un país en guerra. Hasta antes de la tregua, su capital, San Salvador, estaba codo a codo en la cerrada lucha por la tristemente célebre distinción de la ciudad más violenta del mundo, disputando este lugar con la hondureña San Pedro Sula.

incluso publicó el 24 de enero temas como *“Tregua entre pandillas” levanta más preguntas que respuestas*”, una nota que hacía eco o repetía el discurso de acusaciones y supuestas pruebas de negociaciones de pandilleros con el gobierno de la república.

En suma, hay claridad en que los objetivos de la campaña de ARENA tenía alineada a la prensa, principalmente a la prensa escrita.

Pero lo que aquí venimos analizando no goza de equilibrio si se señala la relación estrecha entre ARENA y lo que plantearon algunos medios de comunicación en El Salvador, y no se reflexiona sobre el papel del programa radiofónico *Conversando Medios*, que habló sobre medios menos tradicionales, pero con alta incidencia en redes sociales, como Medio Lleno, que publicó temas como *“Tregua entre pandillas levanta más preguntas que respuestas”*, una nota que hizo eco e incluso repitió el discurso de acusaciones y supuestas pruebas de negociaciones de pandilleros con el gobierno de la república.

En suma, hay claridad en que los objetivos de la campaña de ARENA tenía alineada a la prensa, principalmente la escrita.

Pero lo que aquí venimos analizando no goza de equilibrio si se señala la relación estrecha entre Arena y lo que plantearon algunos medios de comunicación en El Salvador, y no se reflexiona sobre el papel del programa radiofónico “Conversando se desempeñó durante dos décadas como periodista, solicitó en su programa, que se replica en varias estaciones de radio a nivel nacional, al fiscal general de la República que investigara el paradero de unos 10 millones de dólares que Taiwán habría entregado a Francisco Flores mientras este era presidente.

Según Funes, los reportes de “operaciones sospechosas” los realizó el Departamento del Tesoro de Estados Unidos. El periódico estatal Transparencia Activa reseñó la siguiente frase de





Mauricio Funes en su edición del 11 de enero de 2014: “Los bancos sí envían habitualmente esos reportes a la red de investigación de crímenes financieros, los bancos estadounidenses, y esos sí son miles, pero no todos los que envía son sospechosos. Aquellos que son sospechosos y sobre todo realizados por un ciudadano que no es estadounidense, que es de otro país, que no reside ahí, que no tiene negocios ahí, eso es más sospechoso aún y eso fue lo que hizo el Departamento del Tesoro”.

Funes explicó que de acuerdo a este documento, las autoridades norteamericanas fueron notificadas por el Banco Internacional de Miami sobre un cheque firmado y endosado por el expresidente Flores y transferido a Estados Unidos a través del Banco Cuscatlán en Costa Rica, cuyos fondos fueron luego enviados a las Bahamas.

Es decir, a tan sólo tres semanas de la primera vuelta electoral, el presidente constitucional de El Salvador continuaba haciendo públicas las interioridades de una investigación que, evidentemente, dejaba muy mal parado al expresidente arenero Francisco Flores y actual jefe de campaña del partido ARENA.

Funes entonces estaba cuestionando la honorabilidad del jefe de campaña de Arena. Esto, sin embargo, no significa que no hubiese razones para cuestionarlo: Flores incluso, al ser llamado a cuestionamientos sobre el mismo caso ante una comisión de la Asamblea Legislativa, aceptó haber utilizado fondos sin ninguna regulación normada en las leyes de la república y provenientes del gobierno taiwanés. No obstante, lo que sí cuestionaron grandes sectores de la opinión pública fue la utilización de un programa radiofónico del gobierno para actuar directamente en contra de un actor político que era parte de la confrontación electoral. En otras palabras, usaron el aparato estatal en favor de una postura política en contienda con todo y las consideraciones éticas que el tema supone.

El periódico digital El Faro publicó un análisis bastante amplio del uso político electoral que el presidente Funes hacía de su programa radiofónico para atacar a la oposición y al candidato Norman Quijano, de ARENA.

“Al revisar los programas de los últimos 13 meses, entre el 5 de enero de 2013 y el 1 de febrero de 2014 - el día antes de las votaciones-, puede observarse cómo ARENA y Quijano han estado en la boca del presidente en volúmenes e intensidades fluctuantes, pero crecientes. Desde las tres menciones en el primer programa del año pasado, pasó hasta las 50 en el último programa del año pasado”, explica el texto titulado *Y el presidente decidió conversar de...*

Ese mismo trabajo periodístico añade: “El Faro echó un vistazo a todos los programas de 2013 y a los de enero de 2014. De cada mes seleccionó dos programas: aquellos en que se evidenciaba mayor espacio dedicado a hacer campaña en contra del partido ARENA. A partir de julio, en todos los programas hacía referencia a ARENA o a Quijano, y no precisamente para agradecerles por algo o para felicitarlos o para enviarles afectuosos saludos. Por ejemplo, ‘Bajo un gobierno del señor Quijano, si ganara las elecciones, el país se convertiría en el país más violento del mundo’, dijo Funes el 25 de mayo de 2013. Seis meses más tarde, el 7 de diciembre, ya destapado el caso de los donativos de Taiwán al expresidente Francisco Flores, Funes decía: ‘Fueron malos los funcionarios de la administración de Francisco Flores; si ganara Quijano, (Flores) quizás recomendaría que regresaran esos funcionarios’”.

Hubo también réplica ciega de opciones políticas de parte de medios de comunicación afines al FMLN. Por ejemplo, el periódico CoLatino publicó el 20 de enero la nota *Adhesiones de calidad y cantidad hacia el FMLN*. Este trabajo, cuyo género parecería una incógnita para cualquier escuela sería de periodismo, dice:

*Las buenas propuestas de la fórmula presidencial del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional,*



*más el trabajo a favor de las grandes mayorías, desarrollado por el Gobierno de Presidente Mauricio Funes, en estos cuatro años y medio, ha provocado importantes adhesiones para Salvador Sánchez Cerén y Oscar Ortiz.*

La nota está plagada de elogios al partido FMLN, y principalmente a la Primera Dama de la República y Secretaria de Inclusión Social, Vanda Pignato, quien se manifestó públicamente, y sin consecuencias claras debido a su calidad de funcionaria pública, en favor de la opción de la izquierda salvadoreña y su continuidad en el gobierno.

## Segunda vuelta, resultados: Venezuela y un final de fotografía

Hay que ser claros desde el inicio, aunque a estas alturas el hecho resulta más que obvio: el nombre de Venezuela fue fundamental en la estrategia de la derecha para querer ganar la elección. Los medios, desde luego, se alinearon con este giro de campaña que sufrió ARENA después de la primera vuelta. El FMLN no pudo apartarse de esta etiqueta, y eso le hizo perder sustancialmente la ventaja que obtuvo el 2 de febrero.

Como se dijo anteriormente, una de las razones que esgrimen algunos generadores de opinión y analistas para que Arena haya conseguido pasar de un poco más de un millón de electores a cerca de 1.5 millones en tan solo un mes y una semana fue la entrada en escena del tema Venezuela. En las semanas que antecedieron al 9 de marzo, los acontecimientos en ese país sudamericano se volvieron lamentables, y las imágenes de cuerpos de seguridad en contra del pueblo venezolano fueron altamente utilizadas en El Salvador.

Imágenes en portada, y noticias incluso en páginas en donde priman las noticias nacionales fueron comidilla a diario. El tema fue de tal

nivel, que incluso la Embajada venezolana se quejó de utilización e irrespeto hacia su país.

Arena recupera más de 438,000 votos y reclama triunfo fue el título de una nota del periódico La Prensa Gráfica, en la cual se tomaron al pie de la letra, sin cabida a la medida ni a la prudencia editorial, las frases que ofreció luego de la elección el candidato de ARENA Norman Quijano: “No nos van a robar esta victoria. Vamos a luchar, si es preciso, con nuestras vidas. Nuestra Fuerza Armada está pendiente de este fraude que están fraguando”. Y luego, el periódico añade:

*El candidato presidencial del partido ARENA, advirtió ayer un supuesto fraude desde el Tribunal Supremo Electoral (TSE) y alertó a la Fuerza Armada de El Salvador (FAES) ante lo que Quijano calificó de una operación del TSE al estilo chavista de Venezuela que el año pasado dio la victoria al partido oficial.*

Las palabras de Norman fueron el colofón de lo que muchos consideran errores políticos. Si bien el tema de Venezuela le trajo réditos y votos - más allá, claro, de las consideraciones éticas que deberían hacerse en este sentido- , traer la posibilidad de que la Fuerza Armada actuara en contra de instituciones nacidas de los Acuerdos de Paz, le trajo desprestigio al partido.

Las páginas de La Prensa Gráfica se prestaron además para opiniones como la de Roberto Vilanova, quien publicó una columna tres días antes de la elección definitiva, titulada, sin ningún titubeo: El Salvador y Venezuela.

*“En los últimos días, los salvadoreños hemos sido testigos de la realidad histórica del pueblo venezolano. Nos hemos podido dar cuenta cómo está sufriendo y por lo que está luchando, que es nada menos que el retorno a lo que afortunadamente, en alguna medida, los salvadoreños todavía gozamos; por lo que es providencial que la realidad del pueblo venezolano la hayamos podido conocer, antes de las próximas elecciones, pues nos permite darnos cuenta de que lo que verdaderamente*



*está en juego, el próximo 9 de marzo, no es sobre si gana Norman o Óscar<sup>8</sup>. ; de quienes mucho votante 'democrático' no pueda tener el 100% de complacencias, sino el 'futuro del país' y la posibilidad de que, al igual que en Venezuela, pronto tengamos que salir a las calles y exponer nuestras vidas, para exigir lo que ahora ya hemos conquistado"<sup>9</sup>.*

Finalmente, es necesario apuntar que incluso cuando concluyó la elección definitiva, los medios de prensa escrita siguieron sumidos en sus ánimos de alinearse con el partido ARENA. Este partido, como ya se dijo, desconoció los resultados de la elección presidencial, misma que perdió por un margen históricamente estrecho, algo que dejó claro, como nunca antes, la polarización de la sociedad salvadoreña. La mitad comulga con ARENA y la mitad con el FMLN.

Los medios le dieron amplia cobertura a las intenciones de ARENA para que se desconociera el resultado que los daba por perdedores. Poco importó que organismos internacionales le hayan dado la cuota de confianza y credibilidad al proceso, pues se prefirió seguir, una vez más, la línea partidista. El Diario de Hoy publicó, por ejemplo, una nota titulada TSE admite pruebas a Arena por nulidad, respecto de recursos que interpuso ARENA para tratar de revertir los resultados definitivos.<sup>10</sup>

En las páginas de Diario El Mundo se publicó el 31 de marzo el texto de opinión *Vieja novela: fraude electoral*, firmado por Armando Ribera Bolaños. En él se dice: “Asistimos, hasta hace  
8 No queda claro si el redactor quiere dejar de lado voluntariamente el nombre del candidato de izquierda, Salvador Sánchez Cerén. Óscar Ortiz fue candidato, pero a vicepresidente, por el FMLN en esta elección.

9 Se ha respetado la ortografía original.

10 Las tesis de Arena tuvieron de todo: acusaron al gobierno de sacar miles de reos a votar; señalaron que el Registro Nacional de Personas Naturales no tramitó DUIS (documentos únicos de identidad) en último momento a pesar de que se comprobó por testimonios que ellos habían pagado los importes a la gente para que fueran a sacar ese documento; hablaron de voto doble de parte de militantes del FMLN, etc.

pocos días, al renacer de una vieja novela titulada: *El fraude electoral*<sup>9</sup>.

En La Prensa Gráfica se publicó el 13 de marzo la nota *Arena protesta por indicios de votos dobles*; el 14 de marzo publicó otra titulada *TSE analiza recursos del partido Arena*; el 15 de marzo publicó otra, *Quijano busca que CSJ revise resultado final de las elecciones*. Y todas las anteriores parecían tener el mismo fin: poner en la palestra de la opinión ciudadana dudas sobre el proceso.

Además, en redes sociales se consignó continuamente la novela del después de la elección. A continuación extractos de esas fechas en el Facebook de La Prensa Gráfica. Los enlaces hacen referencia a las notas, y los post se han copiado textualmente desde la red social:

- **10 de marzo.** Simpatizantes de ARENA protestan esta mañana frente a la FGR. Pidieron al fiscal general que evite un fraude en el conteo de votos de las elecciones presidenciales. Detalles: <http://goo.gl/9L0uCx>
- **10 de marzo.** Elecciones en El Salvador: ARENA pide que el fiscal general supervise en vivo el escrutinio final de los votos de los comicios presidenciales. <http://goo.gl/skMHsf>
- **11 de marzo.** Dirigentes y simpatizantes del partido se dirigieron hacia el hotel sede del TSE

Y hay casos también interesantes, como El Faro, que se plegó a la dinámica de lo que hacía ARENA, aunque intentó ser crítico desde otras perspectivas:

- **10 de marzo.** Manifestación de Arena frente a la Fiscalía General de la República en Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, donde los organizadores entregaron un documento para pedir al fiscal general que se pronuncie a favor del conteo "voto por voto" y "acta por acta" ya que el partido



opositor no confía en los resultados que presenta el Tribunal Supremo Electoral.

- **11 de marzo.** #EFradio | "No confiamos en el TSE y le hemos pedido a la fiscalía que actúe como ente imparcial", dice Donato Vaquerano, jefe de fracción de Arena.

Como se puede observar, la noticia no era que Salvador Sánchez Cerén había ganado la elección o que por lo menos iba arriba en los conteos preliminares, sino que había un marcaje claro sobre las críticas a la elección y a los esfuerzos areneros por revertir ese proceso. Es decir, el epílogo de esta obra resultó idéntico a sus prolegómenos: los medios de prensa escrita tradicional acompañaron a la derecha hasta el final. Sólo cuando el partido terminó claudicando, producto de la presión internacional en la que incluso Estados Unidos tomó parte al aceptar los resultados, felicitar el proceso y señalar que trabajaría con el presidente electo Salvador Sánchez Cerén, los medios dejaron de lado sus filiaciones ideológicas y le dieron la vuelta a la página.

Así, un proceso con novedades como el hecho de ser el de mayor participación ciudadana de la historia, puede catalogarse como similar a lo que ha venido sucediendo por años en El Salvador: la prensa fundamenta su relación más íntima con los sectores de poder que le dan su apoyo a ARENA.

Los medios nuevos que quieren hacer contrapeso aún no tienen la fortaleza necesaria. Además, el hecho de que existan algunos como GenteVé o CoLatino (periódico muy cercano al FMLN) tampoco tiene por qué ser visto con empatía. Dejar de lado la búsqueda, así sea utópica, de la objetividad y aplastar la ética en favor de una propuesta política, es reprochable desde cualquier perspectiva.

Resulta lamentable que el desarrollo del periodismo en El Salvador quede aplastado en cada evento electoral. Es en esos momentos en los que el profesionalismo y el crecimiento profesional, en lugar de tener una tarima

para mostrarse con juicios críticos, abra paso a su continuum histórico, el de ser meros instrumentos partidarios.

La ideología en un medio es natural. Al fin y al cabo, el periodismo es un ejercicio político. Pero cuando la visión editorial aplasta el equilibrio y a quien tiene por función en su trabajo, irónicamente, el ejercicio del cuestionamiento del poder, no da pie para la esperanza.

## Conclusiones

Los medios salvadoreños en campaña política muestran un rostro mucho más real de la que normalmente muestran. Su carácter de herramientas propagandísticas políticas se vuelve más visible en época electoral.

No hay certeza de que los medios tradicionales puedan dejar de ser los que generan pauta y noticia, pues los de menos envergadura aún no realizan todo lo que podrían, principalmente por ser este un país en el que aún la mayor parte de la población no tiene acceso a una computadora o a un smartphone.

No hay medios que se perciban independientes, más allá de algunos ejemplos loables como el periódico digital El Faro. Pero lamentablemente, en época de campaña sus trabajos investigativos también se vuelven herramientas de propaganda para los partidos políticos en contienda.

Que ARENA haya conseguido más de 400 mil votos en poco más de un mes también es un hecho relevante. Al cambiar el chip de sus propuestas políticas, los medios de comunicación también lo hicieron. La repetición de ideas, como el hecho de la campaña del miedo que obligaba a la gente a pensar que esta sociedad se convertiría en otra Venezuela, sigue presente en las mentes y corazones de la gente.

En estas elecciones también se resaltan aspectos como la radicalización de La Prensa Gráfica en el sentido de que por momentos pareció ser el



periódico más afín e ideologizado de derecha, un reconocimiento que en el pasado estuvo reservado para El Diario de Hoy.

Por su lado se puede decir que en esta ocasión las redes sociales tuvieron una mayor participación. Sin embargo hay que tener en cuenta un tema que ya se mencionó: la mayor parte de la población en El Salvador aún oye radio, lee periódicos en papel y ve a televisión.

En una elección presidencial algunos partidos se empiezan a alejar de la ética. En este caso, queda claro que surgieron ejemplos bastante claros como lo fue el hecho de aprovecharse de lo que estaba pasando en Venezuela. Y los medios de comunicación, en lugar de cuestionar esta práctica, decidieron apoyarla e impulsarla aún más.





## **Autor**

**Erick Rivera Orellana**

**Lic. en Comunicación y Periodismo. Máster en Lexicografía Hispánica**

**elerikrivera@gmail.com**

**San Salvador, El Salvador**

## **Pie de imprenta**

**Fundación Friedrich Ebert Stiftung**

## **Responsable**

**FES Comunicación para América Latina**

**Calle 71 # 11 - 90**

**Bogotá, Colombia**

**omar.rincon@fescol.org.co**

## **FES Comunicación**

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.