

*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

<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.*