

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 crítico¹, 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*².

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

¹ Editorial, publicado en Diario El Mundo, 2 de junio de 2004.

² 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 ejemplares³. 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 Samix⁴. 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 religiosas⁵.

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 circulación⁶.

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-

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

⁴ Romero, Cecibel, editora de cierre de LPG, comunicación personal, noviembre de 2004.

⁵ Fuente: TNS DATA, 2003.

⁶ 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 ejemplares⁷.

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 1995⁸, 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 metropolitano⁹.

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

⁸ «66 años de historia», publicado en *www.elsalvador.com*

⁹ Chacón, Ricardo. Editor general de DEM, comunicación personal, 2004.