

Las elecciones presidenciales de 2004: un estudio desde la prensa escrita

Nataly Guzmán*

Resumen

La intención de este estudio es la cobertura de la prensa escrita a la campaña presidencial 2004, desde una perspectiva cualitativa. Este trabajo se basa en la información publicada entre el 22 de noviembre de 2003 y el 19 de marzo de 2004. El objetivo es analizar el tipo de discurso periodístico de los matutinos, en concreto el contenido de las noticias de las secciones "Voto presidencial 2004", de *La Prensa Gráfica*, y "Elecciones presidenciales 2004", de *El Diario de Hoy*.

Introducción

Cuando Teun Van Dijk le dijo a la prensa local que las noticias aquí eran como en cualquier otro país¹, tal vez no se refería a la calidad del contenido, sino más bien a las características de la cobertura noticiosa. Después de todo, es Van Dijk quien recomienda que siempre hace falta leer entre líneas. Y, en efecto, el titular de esa entrevista era "Los medios de aquí me parecen bastante buenos", una frase aparentemente sacada de contexto, si se tiene en cuenta que, en la misma ocasión, Van Dijk también dijo que no había tenido tiempo para leer los periódicos salvadoreños, sino que solo les había dado un vistazo en Internet.

La intención de este estudio es la cobertura de la prensa escrita a la campaña presidencial 2004, des-

de una perspectiva cualitativa. Este trabajo se basa en la información publicada entre el 22 de noviembre de 2003 y el 19 de marzo de 2004. El objetivo de este estudio es analizar el tipo de discurso periodístico de los matutinos, en concreto el contenido de las noticias de las secciones "Voto presidencial 2004", de *La Prensa Gráfica*, y "Elecciones presidenciales 2004", de *El Diario de Hoy*.

1. Puntos de interés de la cobertura de la prensa escrita

Los medios informativos son concebidos como creadores de opinión pública, pero ello no implica que haya que dar por sentado que esa es su función natural. Ya está más que discutido que la mano invisible, que supuestamente coloca cada realidad

* Catedrática del Departamento de Letras, Comunicación y Periodismo de la UCA.

1. *La Prensa Gráfica*, domingo 1 de febrero de 2004.

en su puesto, no funciona ni siquiera en la economía de mercado. Mucho menos puede asumirse que la agenda de los medios cobra forma de una manera automática. La cobertura de una serie de eventos requiere de un proceso previo de selección de temas, y esa selección de determinados hechos, más allá de conformar lo que por lo común conocemos como un periódico, también conforma la visión y la concepción de realidad que tiene un medio informativo; y, sobre todo, la intención del tipo de referentes que quiere potenciar en sus lectores.

Esa promoción de determinadas ideas sigue un patrón que, si bien no es siempre uniforme, lleva una línea de acción, que persigue despertar ciertos intereses, preocupaciones, seguridades, reacciones y decisiones en aquellos que consumen y consultan los medios de prensa. Hay que tratar de poner más o menos en claro, como indica Javier del Rey Morató², qué lugar ocupan los medios en la sociedad, “qué tipo de relatos proponen, qué juegos nos imponen y qué forma de cultura política propician”.

Estas ideas llevan a considerar que la prensa escrita, como cualquier otro medio informativo, desempeña un papel muy importante a la hora de contribuir a generar parte de la concepción de realidad de los ciudadanos. Precisamente, uno de los objetivos de un medio noticioso es crear opinión —como se planteó en un inicio—, y durante la coyuntura de las elecciones presidenciales, la prensa escrita tendió a enfocar su atención en unos temas más que en otros.

Entre los temas a los cuales la agenda de los medios escritos dio prioridad, a lo largo del período de campaña, están las giras y promesas de los candidatos, la violencia entre militantes (sobre todo la confrontación entre los de ARENA y los del FMLN), el perfil de los candidatos, la relación negativa de los medios de difusión con la figura política de Schafik Handal, la proyección internacional de Antonio Saca, las encuestas sobre las preferencias de los votantes, las crisis en los partidos políticos, la opinión de Estados Unidos sobre cómo se modificaría su relación con El Salvador, si el FMLN ganaba las elecciones, y la cuestionada eficiencia del Tribunal Supremo Electoral.

La campaña presidencial dio inicio, oficialmente, el 21 de noviembre de 2003, pero, desde el segundo semestre de ese año, ya la prensa había colocado en un lugar central de su cobertura los movimientos de los partidos políticos, en torno a la selección de los precandidatos. El 21 de noviembre, *La Prensa Gráfica* presentó, en su portada, una fotografía de los cuatro candidatos presidenciales juntos: Antonio Saca, candidato de ARENA; Schafik Handal, candidato del FMLN; Héctor Silva, candidato de la Coalición PDC-CDU, y Rafael Machuca, candidato del PCN. Este periódico calificó como “foro histórico” el hecho de haber reunido a todos los candidatos; y, ciertamente, para la imagen de un periódico es muy importante ser capaz de reunir a las diferentes fuerzas políticas, porque visualmente le da a los lectores una sensación de que en el país hay un ambiente electoral democrático y muy abierto. Sin embargo, esa imagen balanceada del ámbito electoral pronto se desintegraría.

El equilibrio de las notas sobre los partidos, el perfil de sus candidatos y sus planes futuros —“Juntos por primera vez”, “Las cuatro fórmulas” (*La Prensa Gráfica*, 21 de noviembre); “Campaña para todos los gustos” (*El Diario de Hoy*³, 22 de noviembre); “Apuntan a blancos estratégicos” (*ibíd.*, 29 de noviembre)— solo duró las tres primeras semanas de cobertura. En el primer mes de cobertura se encuentra la mayor cantidad de notas que agrupan a todos los partidos⁴ y que, en promedio, dan una sensación de balance, en cuanto a la atención que la prensa escrita presta a cada uno de los cuatro candidatos.

Las fisuras entre ARENA y el FMLN comenzaron a ser piezas clave de la cobertura, a partir de la segunda semana de la campaña. El 28 de noviembre, tanto *El Diario de Hoy* como *La Prensa Gráfica* incluyeron en sus portadas lo que sería el inicio oficial de una serie de hechos violentos, protagonizados por los militantes de ARENA y del FMLN —“Atacan caravana de ARENA” (portada de *La Prensa Gráfica*), “Enfrentamiento. Efeleenistas atacan caravana de candidato arenero” (*La Prensa Gráfica*); “FMLN arremete gira de Saca” (portada de), “FMLN atacó caravana de Tony Saca” (*El Diario de Hoy*).

2. *La iniciativa de la comunicación: ¿de qué hablamos cuando hablamos de comunicación?* www.comminit.com/la/printversion.cgi

3. *El Diario de Hoy*, 22 de noviembre de 2003.

4. Ver cuadros 1 y 2.

La gran mayoría de notas que vincularon al FMLN y a ARENA está relacionada con actos de violencia entre militantes. La prensa escrita se limitó a dar cuenta de las disputas, en los eventos proselitistas, y a narrar, paso a paso, cómo los miembros de uno u otro partido se agredían. Este tema se volvió uno de los espectáculos más frecuentes, a lo largo de la campaña. Lo curioso es que en casi todas las notas referentes a este tema, el FMLN queda como agresor tradicional en este tipo de encuentros. La tendencia actual es que la prensa escrita adopte la postura de los *infoshows*, los cuales muestran la violencia como espectáculo que atrae a las audiencias. No es una actitud muy ética de la prensa prestar más atención a hechos distractores que a los temas cruciales para el desarrollo de la sociedad. La moda impuesta por los programas de variedades como "Primer impacto" y "Al rojo vivo", si bien es una estrategia de mercado para ganar audiencias, no es el mejor ejemplo de lo que puede ser el sentido último del periodismo: informar al público de sus opciones para mejorar su calidad de vida.

Desde el primer mes de cobertura también se pudo percibir cómo la prensa escrita comenzó a dar más espacio a las notas protagonizadas por Schafik Hándal y Antonio Saca. *El Diario de Hoy* publicó 173 notas sobre ARENA, 149 sobre el FMLN, 59 sobre la Coalición y 49 sobre el PCN. Mientras que *La Prensa Gráfica* publicó 164 notas sobre ARENA, 140 sobre el FMLN, 95 sobre la Coalición y 59 notas sobre el PCN. La cantidad de espacio asignado a cada partido responde, por una parte, a la intención de voto, registrada en las encuestas, pero por otra también, corresponde a lo que la prensa considera como los verdaderos protagonistas de la contienda electoral.

El supuesto ambiente o actitud de revancha permanente entre los partidos políticos no solo fue enfocado por la prensa en la cobertura de actos físicamente violentos. Los periódicos también tendieron a usar un tono de redacción que crea la sensación de hostilidad y confrontación, por parte de las figuras políticas. En la edición del 26 de noviembre, *La Prensa Gráfica* reunió a los candi-

datos a la vicepresidencia. Lo positivo de este tipo de encuentros es que permitió al lector conocer un poco más acerca de los perfiles de estos candidatos. El problema surge cuando el tono de la redacción aleja la atención del lector de los planteamientos hechos por éstos. "Mata se definió como el vínculo entre el partido y la sociedad en general, apenas si veía a De Escobar cuando esta hablaba, aunque ella incluso hizo alguna revelación de cuando fueron adversarios en la huelga del ISSS de 2000"; "Primer golpe. Se esperaba la tensión y no defraudaron. Ana Vilma de Escobar y G. Mata ofrecieron por hora y media un espectáculo de bromas e ironías".

Hay que tratar de poner más o menos en claro, como indica Javier del Rey Morató, qué lugar ocupan los medios en la sociedad, "qué tipo de relatos proponen, qué juegos nos imponen, y qué forma de cultura política propician".

A partir del primer mes de cobertura, la prensa escrita también le prestó atención a lo que podría calificarse como el inicio oficial de la etapa en la cual los candidatos lanzaron los planteamientos básicos de sus programas de gobierno. Asimismo, es en ese período cuando aparecen las reacciones ante tales propuestas: "ANEP rechaza programa

de gobierno del FMLN (*La Prensa Gráfica*, 9 de diciembre); "ANEP: FMLN causa temor, desconfianza total" (*El Diario de Hoy*, 9 de diciembre); "ANEP elogia plan de gobierno de Saca" (*La Prensa Gráfica*, 17 de diciembre); "La ANEP avala el programa de gobierno de Tony Saca" (*El Diario de Hoy*, 17 de diciembre).

Si bien todas las instituciones de la sociedad tienen su propio criterio para avalar o rechazar las propuestas de los candidatos, ¿cuál es el criterio que tiene la prensa escrita para analizar las razones por las cuales estos proyectos son descalificados o aceptados? El papel de la prensa no es solo presentar la información recogida en las fuentes que pueden proporcionársela, sino también es el medio que valora, de alguna manera, los puntos de vista bajo los cuales las organizaciones rechazan o alaban las propuestas de los candidatos.

El tipo de propuestas que predominaron, en el primer mes, de acuerdo con la cobertura de la prensa escrita matutina, tiene que ver con el apoyo de la empresa privada y a la microempresa, y la continuidad de las relaciones con Estados Unidos (ARENA); el cambio social y el combate a la corrupción (FMLN); el apoyo al sector de transporte

Cuadro 1
Notas de *El Diario de Hoy* sobre los partidos políticos
(Del 21 de noviembre de 2003 al 18 de marzo de 2004)

Período	ARENA	FMLN	CDU-PDC	PCN	ARENA-FMLN	Todos
Primer mes	46	35	21	17	10	28
Segundo mes	25	25	13	13	3	6
Tercer mes	40	33	12	7	14	9
Cuarto mes	62	56	13	12	15	19
<i>Total</i>	173	149	59	49	42	62

Cuadro 2
Notas de *La Prensa Gráfica* sobre los partidos políticos
(Del 21 de noviembre de 2003 al 18 de marzo de 2004)

Período	ARENA	FMLN	CDU-PDC	PCN	ARENA-FMLN	Todos
Primer mes	55	43	39	23	29	44
Segundo mes	20	18	13	8	11	10
Tercer mes	38	39	17	14	10	10
Cuarto mes	51	40	26	14	12	32
<i>Total</i>	164	140	95	59	62	96

público y al agro (PCN). El caso de Héctor Silva es cuestión aparte, en este momento, ya que la prensa no se centra tanto en sus propuestas, sino más bien en su vinculación con el caso MIDES (Manejo Integral de Deshechos Sólidos) y cómo este hecho puede cuestionar su credibilidad como candidato. Este tema, sin embargo, no fue abordado en las secciones reservadas para este análisis, sino en las secciones de política de ambos periódicos. El volumen de información sobre esta relación y el cuestionamiento que hicieron a Silva pudieron contribuir, en parte, a desgastar su figura política.

El primer mes de cobertura refleja un esfuerzo por presentar los perfiles de los candidatos, enfocado a sus características personales más que a sus propuestas institucionales.

El volumen de información sobre la campaña presidencial se redujo, en el segundo mes, debido a que los candidatos se tomaron un receso, en sus actividades proselitistas, pues era la época de navidad y año nuevo: "Candidatos en reposo navideño" (*El Diario de Hoy*, 23 de diciembre). No obstante, durante la última quincena de diciembre, la información de los medios se centró en la finalización del plazo para adquirir el Documento Único de Identidad (DUI), la víspera del cierre de los centros de emisión, la depuración de 10 mil muer-

tos del registro electoral y cómo el sistema del Tribunal Supremo Electoral colapsó, en el primer día de consultas, sobre dónde correspondía votar a los electores.

Otro de los temas que la prensa tocó, en este mes, y que cobró relevancia, a lo largo del resto de la campaña, fue el anuncio de las visitas casa por casa que Saca se comprometió a llevar a cabo: "Saca visitará casa por casa en campaña" (*El Diario de Hoy*, 19 de diciembre). En este período, la prensa escrita también cubrió la opinión del FMLN sobre las encuestas que revelan que Saca se encuentra a la cabeza de la intención de voto: "FMLN mejor interpretará las encuestas al revés" (*La Prensa Gráfica*, 25 de diciembre), "Los sondeos no me preocupan" (entrevista con Eugenio Chicas, dirigente del equipo de campaña del FMLN).

El tema de las encuestas fue uno de los aspectos centrales de la cobertura informativa de la prensa escrita. No se puede negar que estos sondeos de opinión son un referente importante, pero más relevantes son las razones por las cuales las personas indican sus preferencias. Al final, los números sí dieron una idea, más o menos certera, de la ubicación de los partidos en las preferencias electorales. Ahora bien, esos resultados fueron, en parte, influidos por factores externos. La desinformación

contribuyó a cuestionar el futuro de las remesas, de la libertad civil y de la situación de los salvadoreños residentes en Estados Unidos. Estos temas fueron puntos “clave” para contribuir a determinar los resultados de las elecciones. Las secciones “Voto presidencial 2004”, de *La Prensa Gráfica*, y la sección “Elecciones presidenciales 2004”, de *El Diario de Hoy*, no realizaron un estudio cualitativo de las razones de las preferencias electorales de la población.

A partir de enero, la prensa escrita retomó la cobertura de las actividades proselitistas. Los candidatos se reincorporaron a sus respectivas campañas y anunciaron que intensificarían sus jornadas de trabajo: “Saca anuncia que arreciará campaña”, “FMLN arranca proselitismo en año nuevo” (*La Prensa Gráfica*, 4 de enero).

Por otra parte, tanto el FMLN como el PCN y la Coalición aceptaron la posibilidad de un debate entre todos los candidatos —“Los otros candidatos sí quieren debate” (*La Prensa Gráfica*, 6 de enero)—, pero Saca rehusó tomar parte —“Saca afirma que ya debatió su propuesta” (*El Diario de Hoy*, 12 de enero). ¿Puede considerarse como una debilidad de la prensa escrita que no haya sido ella la que intentase promover un debate, sino que haya sido la televisión? Aparentemente, esta actitud sí es una debilidad, según la función de todo medio informativo, en cuanto a acercar a sus lectores no solo las promesas de los candidatos, sino también el grado de coherencia de su discurso respecto al de los demás. Pero la prensa escrita incluso cuestionó que ciertas organizaciones no gubernamentales, las cuales supuestamente trabajan con estatuto ilegal, demandase el debate presidencial —“ONG ilegales y vinculadas al FMLN detrás del debate” (*La Prensa Gráfica*, 11 de febrero). El mensaje de este periódico parece indicar que esas organizaciones no tendrían la suficiente respetabilidad como para demandar el debate. Un debate no es un tema extraño ni una estrategia nociva, en un contexto de elecciones. Por tanto, querer buscar justificaciones para la oposición al debate por parte del candidato del partido de gobierno es cosa que no compete a la prensa. Lo que sí le compete, tal como indica Vincent Price⁵, es darse cuenta de que los “los grandes públicos requieren medios de intercambio de ideas más sistemáticos: no simplemente discusiones libres, sino intercambio de opinión a través de los



medios de comunicación, y una recogida organizada para establecer el fondo de las consideraciones compartidas en el campo público”.

Durante el segundo mes de campaña, la prensa también anunció que Antonio Saca propondría la creación de un fondo para la salud (*La Prensa Gráfica*, 7 de enero), para lo cual establecería un impuesto selectivo el alcohol y al tabaco. Unos días más tarde, cuando el mismo medio publicó una entrevista con Roberto Murray Meza (27 de enero), el periódico no cuestionó la evidente oposición del empresario a la propuesta de Saca. En esta ocasión, *La Prensa Gráfica* se limitó a indicar que “el empresario cervecero cree que eso puede obstaculizar el crecimiento económico”. Obviamente, al ser dueño de un monopolio cervecero no le convenía un impuesto de esta clase. Un lector no necesita ser analista económico para darse cuenta de que el periódico no profundizó en el tema.

Así, pues, en el segundo mes de cobertura quedaron planteadas las características personales de los candidatos y los periódicos se centraron en informaciones que pudieran reforzar los atributos o defectos de cada uno, según fuera el caso.

5. *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, 1994.

En el tercer mes de cobertura, la prensa escrita continuó prestando atención a las giras y a las promesas de los candidatos. Pareciera que la prensa tiene la idea que la ciudadanía elegiría a aquel candidato que hiciera más promesas y recorridos. Incluso hubo una tendencia a anunciar de manera reiterada promesas que, aunque importantes en sí mismas, los candidatos las cumplirían sin ningún esfuerzo —“ARENA y Coalición ofrecen libre culto” (*El Diario de Hoy*, 12 de febrero). Por otra parte, la propuesta que más atención recibió de la prensa, en este período, fue la dirigida al sector agrícola —“Candidatos areneros apostarían por agro” (*El Diario de Hoy*, 26 de enero), “Handal enfatizó en la agricultura” (*La Prensa Gráfica*, 26 de enero), “El agro está en la mira del partido azul” (*El Diario de Hoy*, 27 de enero), “Saca ofrece rescatar el agro” (*La Prensa Gráfica*, 2 de febrero).

En ambos periódicos predominó un enfoque que tendía a destacar las supuestas buenas relaciones de ARENA con Estados Unidos —“Confianza. Representantes del Departamento de Estado y de la Casa Blanca creen en el plan del candidato arenero” (*El Diario de Hoy*, 29 de enero), “Saca reafirma alianza con EE.UU.” (28 de enero), “Tony Saca ‘seduce’ a los EE.UU.” (30 de enero), “(Saca con Subsecretario de Estado, Dan Fisk) mantuvo ayer la reunión reservada de mayor trascendencia institucional” (*La Prensa Gráfica*, 28 de enero), “Pentágono respalda programa de ARENA” (29 de enero). Mientras que sobre el FMLN, los periódicos tendieron a destacar la idea de que Handal no tenía el mismo nivel de aceptación o reconocimiento —“Candidato del FMLN tras inversores. A la caza. Handal viajará a Nueva York a reunirse con representantes de empresarios” (*El Diario de Hoy*, 6 de febrero); “Washington cancela reunión con Handal” (*La Prensa Gráfica*, 7 de febrero).

La diferencia principal, en este tema, reside en que *El Diario de Hoy* utilizó un lenguaje más “poético” y hasta subjetivo, en algunas informaciones referentes a las giras de Saca por Washington. Para anunciar que Saca llegaba a una iglesia de Washington, utilizó el titular “Bendiciones que llegaron bajo la nieve” (28 de enero) y expresiones como “Ya en tierra, un manto blanco cubría, sin respeto, la Casa Blanca...”. Tan poético quiso ser el reportero que cometió un error que, más tarde, tuvo que rectificar, pues dijo que Jorge Hernández, presentador del noticiero de la *Telecorporación Salvadoreña*, colaboraba con el equipo de campaña de Saca.

En otra ocasión, el reportero utilizó un lenguaje propio de los cómics para referirse al nivel de las personas que se habían reunido con Saca: “Son las entrañas del poder, Tony Saca las recorrió para reunirse con los hombres que dictan las leyes de la nación más poderosa del planeta” (30 de enero).

Este tipo de notas, debido a su frecuencia de aparición, da cuenta de la intención del mensaje que los periódicos pretendían transmitir: mientras Saca es un candidato que ya cuenta con la aceptación, en las cúpulas de Estados Unidos, Handal tiene que perseguir a los inversionistas para que le presten atención y no es muy aceptado por los funcionarios estadounidenses. Uno de los temas que reforzó esta toma de postura, por parte de la prensa, fue el disgusto del nuevo embajador de Estados Unidos, en El Salvador, por la decisión del FMLN de utilizar una fotografía suya con Handal para propaganda del partido.

Ambos matutinos utilizaron este tema varias veces para enfatizar tanto como pudieron que los funcionarios estadounidenses descalificaban a Handal y al FMLN. El sábado 7 de febrero, los dos periódicos le dedicaron la portada a este tópico: “EE.UU.: ‘miren al futuro’”, “Noriega marca diferencias con FMLN. El Subsecretario de Estado exhortó a los salvadoreños a elegir a quien comparta la visión y valores de Washington” (*El Diario de Hoy*); “E.U.A. margina al candidato del FMLN”, “Roger Noriega, alto funcionario norteamericano, se reunió con Machuca, con Saca, y con Silva, pero dejó fuera a Schafik Handal” (*La Prensa Gráfica*).

La Prensa Gráfica hizo un énfasis exagerado en el hecho de que Handal cancelara una visita a Estados Unidos por una gripe. Se concentró más en cuestionar la enfermedad del candidato que en analizar el alcance real de las advertencias de Noriega: “Handal se escuchó con molestias de salud derivadas de la gripe que aseguró le impidió viajar recientemente a Estados Unidos” (18 de febrero); “Los efemelenistas comenzaron de esta forma sus actividades proselitistas, luego de que Handal canceló un viaje por motivos de salud, una ‘gripe’...” (13 de febrero); “El candidato canceló un viaje a E.U.A. y sus actividades de campaña so pretexto de una ‘gripe’ y el clima” (14 de febrero); “Un recuperado Schafik Handal, que superó rápidamente la gripe que le impidió viajar a Estados Unidos, se veía efectivamente más ‘chapudo’...” (15 de febrero); “Por lo que su equipo adujo era

una 'gripe', el candidato presidencial del FMLN cambió su agenda" (10 de febrero).

En el tercer mes, los periódicos le dieron cobertura a las diferentes crisis de los partidos. En el caso de Héctor Silva, plantearon que el candidato ya analizaba un escenario de derrota, debido al bajo nivel de intención de voto que alcanzó en los diferentes sondeos de opinión. Además, anunciaron que en el PDC existía una crisis, causada por la inconformidad de los miembros con la gestión del Secretario del partido, Rodolfo Parker, y porque casi todo el protagonismo lo tenía el CDU con la imagen de Silva. En el caso del PCN, hablaron de una crisis, debida a la poca cohesión de sus miembros y al poco apoyo brindado a la candidatura de Rafael Machuca. Incluso dedicaron dos páginas enteras a la reprimenda que el candidato dio a los diputados de su partido para hacerlos reflexionar sobre su indiferencia ante la campaña. En ARENA descubrieron ciertas discrepancias entre el alcalde de San Miguel y la dirección de la campaña, ya que aquél se sentía marginado. Pero este caso fue presentado como una crisis pasajera; luego los periódicos enfatizaron que las partes se habían reconciliado, el hijo pródigo había vuelto una vez más a casa. En cambio, las supuestas crisis de los otros partidos fueron presentadas como crisis estructurales.

El tema que cerró el tercer mes de cobertura fue la polémica desatada por los medios tras la discusión de Schafik Handal con reporteros de la cadena de la *Telecorporación Salvadoreña*. El 20 de febrero, *El Diario de Hoy* dedicó la madera de la portada al tema, "Schafik arremete contra TCS", y tres páginas; mientras que ese mismo día, *La Prensa Gráfica* solo le dedicó un tercio de página: "Polémica entre Handal y reporteros de televisión". En esa misma edición del 20 de febrero, *El Diario de Hoy* trató el tema como si fuera una violación a los derechos humanos. Curiosamente, este periódico nunca ha reaccionado de esta manera ante las verdaderas violaciones de los derechos humanos. Es normal que haya enfrentamientos entre las personalidades y la prensa, lo cual no es ninguna situación excepcional. Pero la cadena de la *Telecorporación Salvadoreña* responsabilizó a Handal "de cualquier ataque que sufran de ahora en adelante". *El Diario de Hoy* aprovechó para mencionar, una vez más, lo que considera como las características negativas del candidato del FMLN: "En muchas ocasiones se ha negado a responder interrogantes sobre su participación en la guerra, su militancia

comunista, su ateísmo". De esta forma, el periódico exageró, una vez más, un hecho que, en parte, es resultado de todos los insultos recibidos por Nadal, en los medios y en la propaganda.

La prensa matutina mantuvo el tema en agenda durante el cuarto mes de cobertura de la campaña presidencial. Anunció la preparación de una denuncia ante la Sociedad Interamericana de Prensa. José Roberto Dutriz, director ejecutivo de *La Prensa Gráfica* y vicepresidente regional de dicha asociación, indicó que "las agresiones verbales son como un desafío futuro en la posibilidad de un triunfo de dicho partido político" (21 de febrero). Este periódico destacó la dimensión del problema al retomar, varias veces, el tema de la denuncia ante la Sociedad Interamericana de Prensa, la cual fue, finalmente, presentada en un foro que, por simple casualidad, tuvo lugar días después del altercado. La denuncia fue acompañada de una lista de instituciones relacionadas con los medios que también habían condenado el hecho —Asociación Interamericana de Radiodifusión, Asociación Salvadoreña de Radiodifusores y Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños—. La prensa escrita dio un espacio regular a este tema durante una semana, en el cual lo presentó como un hecho de gran impacto y violencia: "Sigue guerra tras acusaciones del candidato por trato en TCS" (*La Prensa Gráfica*, 26 de febrero); "El FMLN puso ayer más fuego a su enfrentamiento con TCS" (27 de febrero); "La arremetida farabundista" (*El Diario de Hoy*, 27 de febrero), "Las amenazas contra comunicadores", "Los periodistas expresan su preocupación" (23 de febrero).

Otro escándalo en el que se vio implicado el FMLN pasó a formar parte de las portadas de *El Diario de Hoy* y *La Prensa Gráfica*, a partir del 23 de febrero: "Decomisan armas para alcaldía FMLN" (*La Prensa Gráfica*); "Armas desde Brasil", "Pistolas importadas por la Alcaldía de Meicanos" (*El Diario de Hoy*). Ninguno de los dos periódicos había confirmado la veracidad del hecho y, automáticamente, apuntaron sus baterías contra el FMLN, al cual sentaron en el banquillo del acusado. *El Diario de Hoy* le dedicó tres portadas al caso: la ya mencionada, "Brasil dice armas eran para alcaldía" (24 de febrero) y "Flores liga armas con pandilleros" (26 de febrero). *La Prensa Gráfica* dedicó dos portadas al hecho. La segunda apareció el 24 de febrero: "Polémica por armas". Este tema no apareció en las secciones destinadas a esta clase de análisis, sino que fue parte de la serie de



temas que, por su constante presencia en la prensa, señalaban una y otra vez al FMLN como una organización que no merecía la menor credibilidad, como una institución poco seria. Ambos periódicos condenaron *a priori* al FMLN y cuando la empresa brasileña, que había hecho el envío, anunció que, en efecto, las armas no eran para la alcaldía de Mejicanos, sino para el comercio de armas *Hunter's Gun*, los periódicos no le dieron el mismo espacio a la aclaración. Contribuir a crear y a intensificar rumores no es una cualidad del periodismo, sino un defecto. *La Prensa Gráfica*, por ejemplo, solo utilizó un sexto de página para indicar que "La empresa brasileña indica que por un error las etiquetas salieron a nombre de la alcaldía" (28 de febrero). *El Diario de Hoy*, por su parte, no dio crédito a tal aclaración: "Con la certeza de que la comuna ha salido bien librada del embrollo (el alcalde de Mejicanos), aprovechó para lanzar fuertes críticas contra el presidente Francisco Flores..." (28 de febrero).

El Tribunal Supremo Electoral fue una de las instituciones que recibió mayor cobertura, en el cuarto mes de campaña (ver el Cuadro 3). El motivo fue un fallo de seguridad, en el sistema informático, el cual permitió alterar los resultados del recuento de votos. El 9 de marzo, ambos periódicos le dedicaron la portada al tema en cuestión: "Burlan el sistema informático TSE" (*La Prensa Gráfica*); "Falló seguridad en el sistema de conteo" (*El Diario de Hoy*).

En estos cuatro meses de campaña, el Tribunal Supremo Electoral fue la única institución que recibió de la prensa escrita casi tanta atención como los partidos políticos. La mayor parte de los temas cubiertos por los periódicos estaban relacionados

con la supervisión y la eficiencia de la coordinación del proceso electoral. Antes de la falla de seguridad del sistema informático y a tan solo unos días de las elecciones, ya la prensa había cuestionado el desempeño del Tribunal Supremo Electoral, a raíz del colapso del sistema de consulta de la ciudadanía sobre el padrón electoral, de la pérdida de 1 500 cartas del Tribunal para verificar la información general de otros tantos electores, del reparto de 154 plazas temporales, sin tomar en cuenta la capacidad profesional, y de la poca capacidad para resolver las demandas de los partidos.

No obstante, fue la falla en el sistema informático lo que puso en entredicho la capacidad del Tribunal Supremo Electoral para garantizar la limpieza de las elecciones. Agotado el tema, los periódicos dieron cobertura a las reacciones de los partidos políticos, los cuales demandaban cambios en el sistema para garantizar la seguridad el día de las elecciones. Tanto *La Prensa Gráfica* como *El Diario de Hoy* dieron seguimiento, día a día, a las medidas adoptadas con la asistencia de la Organización de Estados Americanos para asegurar la legitimidad y eficiencia del sistema. Un día antes del cierre oficial de la campaña electoral, el Tribunal Supremo Electoral anunció que el sistema informático había sido corregido: "Las fallas detectadas en el sistema de conteo de votos por la Junta de Vigilancia Electoral fueron resueltos el lunes. Las pruebas preliminares que hacían ayer le daban buenos resultados al TSE" (*La Prensa Gráfica*, 17 de marzo).

Lo que más llama la atención en el tipo de cobertura es que los periódicos, durante prácticamente toda la campaña, criticaron los procedimientos del Tribunal Supremo Electoral y cuestionaron su eficiencia, pero al final de la campaña, se empeñaron en demostrar que la institución era eficiente: "El Tribunal Supremo electoral aprendió de sus errores y aumentó los niveles de seguridad del programa para contar los sufragios" (*El Diario de Hoy*, 18 de marzo). A pesar de ello, los periódicos no dejaron de señalar que la Junta de Vigilancia Electoral aún no estaba satisfecha con la agilidad del sistema: "Rita de Cartagena, representante del PDC, demandó mayor rapidez del traslado de información", "7,214 actas habían ingresado al centro de cómputo, sin embargo, la JVE solo había recibido cinco" (18 de marzo).

Cuadro 3
Notas sobre el Tribunal Supremo Electoral
(Del 21 de noviembre de 2003
al 18 de marzo de 2004)

	<i>El Diario de Hoy</i>	<i>La Prensa Gráfica</i>
Primer mes	14	16
Segundo mes	12	13
Tercer mes	11	17
Cuarto mes	44	60
Total	81	106

Los últimos días de la cobertura periodística estuvieron dedicados a informar sobre las actividades de cierre de campaña. Sin embargo, los periódicos destacaron otro tema, el cual no fue tratado con la debida seriedad. El 17 de marzo apareció, en *La Prensa Gráfica*, una nota que explicaba que “el Gobierno estadounidense no tiene ningún control sobre las remesas [...] Estas declaraciones contrastan con las realizadas por el funcionario estadounidense Otto Reich, quien expresó su preocupación sobre el futuro de las relaciones entre Estados Unidos y El Salvador si el FMLN llegara a ser elegido”. Este tema no recibió el espacio que merecía y la prensa no analizó la contradicción que señala la nota. Se le dio más espacio a informaciones que creaban incertidumbre en torno al tema: “Control a remesas. Congresista advierte por el FMLN. Un influyente legislador propone revisar el envío de dinero a El Salvador si triunfa el Frente. Dice que son preocupantes los nexos de los farabundistas con terroristas” (*El Diario de Hoy*, 18 de marzo).

La Prensa Gráfica, por ejemplo, indicó que una demócrata estadounidense venía en misión a favor del FMLN por el hecho de afirmar que “el rumor de la deportación de salvadoreños legalmente establecidos no tiene sustento” y que “las remesas se envían por bancos, ¿cómo se puede pensar que ese sistema privado cambiará y los salvadoreños no podrán mandar?”. El periódico calificó la intervención de la congresista Ana Sol Gutiérrez como un intento del FMLN de eliminar el miedo percibido en la población, en torno a la incertidumbre causada por estos temas: “El FMLN busca eliminar de la mente de muchos votantes el miedo acerca de que, si gana las elecciones, los salvadoreños corren el riesgo de ser deportados”. Este periódico indicó claramente que el FMLN quería “desvirtuar esa hipótesis”, restándole así importancia y veracidad a

las declaraciones de la congresista y adjudicándole a la hipótesis del temor un tinte de realidad.

Durante el último mes, los periódicos se concentraron en notas que provocaban sentimientos de incertidumbre y temor, al especular sobre lo que sucedería si el FMLN ganaba las elecciones. Incluso dieron espacio a las especulaciones de Saca sobre los supuestos desórdenes que el FMLN podría causar el día de las elecciones.

2. La línea editorial

Al analizar los editoriales, hay que destacar de qué forma los medios rechazan o avalan los temas que han cubierto. Los editoriales reflejan la identidad. En ese sentido, la línea editorial de *La Prensa Gráfica* tendió a ser más moderada que la de *El Diario de Hoy*. Por moderado entiéndase más inclinada a la evaluación de los hechos que a la condena de los mismos, aunque con ciertos matices. Mientras *La Prensa Gráfica* mostró, en la mayoría de ocasiones, una tendencia a la reflexión sobre la diversa cantidad de temas a los cuales dio cobertura (entre ellos, la violencia electoral, las tendencias del voto, la relación con los salvadoreños residentes en Estados Unidos, el agro, la función del periodista y los problemas suscitados en el Tribunal Supremo Electoral, entre otros), *El Diario de Hoy* hizo demasiadas referencias al pasado de la guerra, contribuyendo así a la cultura del miedo de la campaña (“Cincuenta mil empleos están en juego”, 26 de enero; “Hay que temer al diablo en campaña”, 3 de febrero; “Defienden el voto, ¿el último voto libre?”, 1 de marzo).

Las diferencias más significativas de las líneas editoriales de *La Prensa Gráfica* y *El Diario de Hoy* radican en que el primero utiliza un lenguaje más respetuoso para referirse a las inclinaciones políticas y es más prudente que el segundo, en este sentido. “Pero el hecho de que a estas alturas persista una ventaja importante de ARENA sobre su más cercano contendiente, el FMLN, denota que las líneas básicas de la preferencia electoral se van definiendo cada vez más” (*La Prensa Gráfica*, 5 de diciembre). No se refiere al FMLN como “los comunistas”, algo que *El Diario de Hoy* hizo en innumerables ocasiones, como se puede constatar en varios editoriales: “Advertencia de ANEP sobre plan comunista” (10 de diciembre), “Las opuestas verdades del candidato comunista” (24 de noviembre) y en sus contenidos: “La desinformación, la calumnia, la siembra de odio, los llamados a la lucha de

clases, el tráfico de ilusiones y promesas, es lo que caracteriza la campaña electoral de los comunistas" (27 de noviembre).

El problema no es el uso en sí de la palabra "comunista", sino la intención de utilizarla como un insulto y como una invitación al temor y a la confusión. A la candidatura de Silva el periódico se refirió como "La candidatura de los basureros" (15 de enero) y añade el editorial: "Silva lanzó su candidatura —;tiene los hígados de creer que está calificado para presidente de la república!— en el basurero 'modelo' y en el de San Luis Talpa". El verdadero insulto es para la inteligencia de los lectores y eso sí es bastante reprochable, periodísticamente hablando, ya que se predica mucho acerca de la libertad y la democracia y, al parecer, el periódico no da crédito a otro pensamiento que no sea parte del discurso oficial.

Otra observación válida sobre el léxico utilizado por ambos periódicos, es que *La prensa Gráfica* utiliza un lenguaje más estándar y académico: "las remesas son nuestro flotador histórico más efectivo, con todas las consecuencias socioeconómicas que ello acarrea" (17 de diciembre). Mientras que *El Diario de Hoy* utiliza términos que parecen más expresiones sueltas de enojo que reflexiones sobre los temas en cuestión: "armar relajos dentro de los recintos electorales", "harán lo que pidió un idiota al inicio de la década perdida", "Y es que en el mundo sobran promotores en búsqueda de países donde los maltraten y los desplumen", "menjurje de medias verdades", "La democracia tampoco prospera a la sombra de violencia pública, bandas armadas, 'chusmocracia'". Este tipo de términos y de expresiones pertenecen al registro vulgar, de acuerdo a la lingüística. Además, manifiestan una actitud despectiva y una posición de clase definida del autor.

El tipo de discurso editorial también muestra ciertas diferencias. El de *La Prensa Gráfica* está más orientado a los posibles efectos que las elecciones traerían en el futuro, basándose en las debi-

lidades y las posibilidades de la actitud política, por ejemplo, "Si algo muestra la realidad actual del país es la caducidad de las formas tradicionales de hacer política. La vaguedad, la improvisación y la superficialidad están cada vez más expuestas al rechazo ciudadano" (3 de febrero); "En esas condiciones, durante esta última etapa de la campaña se ha dejado de lado la profundización sobre los programas y políticas de gobierno que cada quien ofrece; para pasar a discusiones de índole más personal y coyuntural" (24 de febrero).

El Diario de Hoy, por su parte, presenta un discurso que promueve los temores de la guerra y los peligros que corre el país, porque "Muy pocos

imaginan la catástrofe económica, social, institucional, y jurídica que causaría una victoria del FMLN, crisis terminal que se ha dado en cada país en el que los comunistas toman el poder. Quiebras y cierre de empresas, colapso monetario, iliquidez bancaria, desempleo espantoso, anarquía general y violencia callejera serían los más visibles aspectos, a ello hay que agregar la supresión de libertades individuales, censura, persecución política, estado policial y juicios sumarios" (10 de diciembre). Este es un

La frecuencia con que los medios incluyen un determinado tema influye en la percepción de cuáles son los eventos más importantes de la realidad nacional. [...] La tendencia general de la prensa escrita fue presentar la campaña como una mera actividad para atraer votos. Los periódicos se limitaron a narrar, paso a paso, la actividad de los candidatos en sus giras, pero reflexionó poco y de manera superficial sobre su discurso.

buen ejemplo que ilustra los temas y el enfoque de esta línea editorial. Refleja una actitud de poca apertura, ya que un pensamiento moderno no se aplica solo al ámbito de la globalización, sino también a dejar de utilizar los miedos para influir en la opinión pública. Esta conducta es contradictoria, ya que al mismo tiempo que descalifica a los candidatos de la oposición, menciona que "Lo que importa en las democracias no es necesariamente que 'haya alternabilidad', sino que exista una real posibilidad de que los ciudadanos escojan libremente a quienes han de gobernarles" (24 de noviembre). De esta manera, el editorialista justifica que un mismo partido gobierne durante años, siempre y cuando sea "elegido" por el voto. El voto no es la única ni la máxima expresión de democracia, si esa es toda la participación permitida al ciudadano. El voto

es una de las más importantes expresiones de democracia, cuando va acompañado de otros mecanismos y de otros espacios de participación civil.

Por otra parte, la semejanza principal entre ambos periódicos es la superficialidad del análisis de algunos temas, aunque esta característica es más marcada en *El Diario de Hoy* que en *La Prensa Gráfica*. En el primero, esta debilidad es palpable presente en su manera de comentar las repercusiones sociales negativas, según el criterio del editorialista, que podría esperar el electorado si el FMLN ganaba las elecciones —“Entre treinta y cincuenta mil empleos se perderán en el sector de las maquilas de llegar los comunistas al poder, debido a la prácticamente anunciada salida de empresas taiwanesas y coreanas que operan hoy día en el país—. Comunidades enteras alrededor de las zonas francas pueden, de la noche a la mañana, convertirse en zonas de desastre: sin empleo, sin posibilidad de sostener muchos de los servicios que reciben, sin esperanzas ni escapatoria” (26 de enero). Los editoriales de este periódico hicieron del temor algo cotidiano, ya que cuando no se referían directamente a los posibles horrores del FMLN, se orientaban a hablar de los “horrores” de Cuba y del gobierno de Chávez, en Venezuela. Habló no solo de desempleo, sino que también interpeló al lector sobre sus recuerdos de la guerra: “¿Recuerdan muchos de nuestros lectores cuando los comandos urbanos y otros maritafes del FMLN ametrallaban a las colas de votantes en los años de la locura?” (1 de marzo). También se hacen alusiones a un posible ambiente de destrucción: “En la Asamblea los comunistas presentan mociones y vociferan, mientras otros de sus militantes dan fuego a las máquinas de empresas constructoras, bloquean calles, agreden transeúntes y golpean a quienes no se les unen”. Más que un ejercicio periodístico, este tipo de editoriales parece estar orientado a sembrar incertidumbre en el electorado, más que a orientar sobre las opciones políticas disponibles.

En *La Prensa gráfica*, la superficialidad se manifestó en dos casos específicos: al abordar el tema de la violencia electoral y la comparación del fracaso electoral de ARENA en las elecciones municipales de 2003 con el repunte de ese partido, en los últimos meses de la campaña de 2004. Al inicio de la campaña presidencial, en el editorial “Violencia electoral, las imágenes no mienten” (1 de diciembre), hizo a un lado la información del con-

texto necesaria para entender los hechos ocurridos en Chalatenango. Así, planteó que, en San José las Flores, “estallaron en ataques directos contra personas de la caravana (de ARENA)” y que “las imágenes no mienten, es claro que los militantes de ARENA fueron atacados por gente del FMLN”. El editorialista no tomó en cuenta que en las zonas más golpeadas por la guerra civil, el himno de ARENA es una invitación al repudio. Esto no justifica los actos violentos, pero pone en contexto los diversos tipos de reacciones que pueden surgir, motivados por alguna razón, y no simplemente por instinto o defensa del “territorio”.

En diciembre y en enero, *La Prensa Gráfica* calificó de “susto” los resultados de las elecciones municipales y legislativas de 2003: “No hay duda de que el ‘susto’ que vivió el partido gobernante el pasado marzo fue muy positivo. Sin ese ‘susto’, todo indica que se hubiera seguido un rumbo equivocado”; “Luego del susto del 16 de marzo pasado, ARENA tuvo que hacer un saludable giro hacia una especie de centro más cercano a la gente, lo cual incluye desde luego, el talante y la extracción del candidato” (6 de enero). Este tipo de observaciones también está fuera de contexto, porque lo que sucedió el 16 de marzo no puede ser visto como un simple susto, sino como resultado de la agobiante situación económica, en la cual se encuentra el país y sobre todo como expresión de la voluntad popular. Ahí es donde se deben buscar las razones para un hecho que no puede calificarse como “susto”. Además, un calificativo tan superficial desacredita las razones por las cuales el FMLN resultó victorioso en esos comicios. Paradójicamente, al triunfar en las elecciones Antonio Saca, el editorialista sostiene que “La derecha ha sabido encajar mucho mejor los movimientos anímicos del electorado, frente a una izquierda aferrada ferocemente a esquemas y figuras que corresponden a una parcela clausurada del pasado nacional” (23 de marzo). En este caso, reduce también el triunfo a efectos de imagen, porque ¿cuáles son las transformaciones de fondo que a experimentado ARENA?

La línea editorial de ambos periódicos jugó demasiado con los estereotipos; y en el caso de *El Diario de Hoy*, se nota una inclinación clara a interpelar la emotividad de los lectores con un discurso que evocaba situaciones similares a las que se vivieron durante la segunda guerra mundial.

3. Algunas conclusiones

Si bien la prensa escrita fue una de las primeras instituciones en señalar la violencia que caracterizó la campaña electoral, también fue, contradictoriamente, la que más espacios dio a promover la violencia en las numerosas ocasiones en las que tocó el tema de las disputas entre los militantes de ARENA y del FMLN. La frecuencia con que los medios incluyen un determinado tema influye en la percepción de cuáles son los eventos más importantes de la realidad nacional. Pero esa frecuencia también puede distraer de los verdaderos problemas que enfrenta el país, los cuales van más allá de determinar quién le pegó a quién en los mítines y caravanas.

La tendencia general de la prensa escrita fue presentar la campaña como una mera actividad para atraer votos. Los periódicos se limitaron a narrar, paso a paso, la actividad de los candidatos en sus giras, pero reflexionó poco y de manera superficial sobre su discurso. La cobertura noticiosa de la campaña terminó de la misma forma como empezó: reproduciendo los discursos de los candidatos. ¿Cuál es la concepción o perfil de votante que tienen los medios? ¿Creen que son personas que solo responden al estímulo de una campaña? ¿O son solo herramientas para posibilitar el triunfo de un determinado partido?

Los periódicos tendieron a dar la sensación de que la campaña de Saca fue una fiesta liderada por ARENA, donde la alegría de los simpatizantes se desbordaba por el carisma del candidato. Una vez más queda demostrado que, para los periódicos, los verdaderos protagonistas de la campaña son las encuestas de popularidad y no la viabilidad de las

propuestas de los candidatos. Pese a la exactitud de las encuestas, el sentido real del periodismo debe orientar sus esfuerzos más allá de un enfoque cuantitativo de las perspectivas electorales. Por otro lado, los medios reconocieron que el FMLN contaba con un buen número de seguidores, pero tendieron a desvirtuar la imagen de su candidato con el argumento de su mal carácter, su edad avanzada, su participación en la guerra civil y los recuerdos de violencia que esto pudiera evocar, además de sus supuestas malas relaciones con Estados Unidos.

Fue una cobertura de contrastes. Mientras más énfasis hacía la prensa escrita en la garantía de las libertades y la democracia, más espacio daba a los rumores, los cuales contribuyeron a la superficialidad de la campaña. Su estilo de redacción estaba más orientado al escándalo que a la objetividad. La prensa le dio prioridad a la campaña proselitista y no a los asuntos públicos. Como indicó Gerardo Le Chevallier, en una entrevista, es un juego electoral, pero no es democrático. Así, las campañas se vuelven "una pelea encarnizada y no un debate de ideas".

La cobertura de la campaña de la prensa escrita tuvo dos características esenciales: se concentró en describir elementos que destacaron los aspectos supuestamente positivos de Saca y las también supuestas debilidades del candidato del FMLN. La sustancia de los perfiles no tuvo un lugar importante para esta prensa. Con frecuencia analiza la imagen de los partidos políticos y de las instituciones que los medios proyectan, ¿pero cuál es la imagen que los medios muestran de sí mismos cuando insisten en polarizar todavía más las discrepancias entre los partidos políticos?

Cuadro 4
Portadas
(Del 21 de noviembre de 2003 al 18 de marzo de 2004)

<i>La Prensa Gráfica</i>	
Fecha	Portada
21-Nov-03	Compromiso con libertad de expresión
22-Nov-03	Inicia carrera por la presidencia del país
28-Nov-03	Violencia. Atacan caravana de ARENA
29-Nov-03	Fiscalía investiga violencia electoral
1-Dic-03	Informe revela gastos excesivos en el TSE
4-Dic-03	Arena 40%, FMLN 25% Saca ganaría en primera vuelta
8-Dic-03	Saca promete cero tolerancia al crimen

Cuadro 4 (Continuación)
Portadas
(Del 21 de noviembre de 2003 al 18 de marzo de 2004)

<i>La Prensa Gráfica</i>	
Fecha	Portada
5-Ene-04	Oposición relanza campaña
11-Ene-04	Agregan 250 mil votantes a nuevo registro
16-Ene-04	Imponen multa de \$14 mil a partidos
19-Ene-04	Hacienda da dinero a partidos sin fianza
7-Feb-04	E.U.A. margina al candidato del FMLN
9-Feb-04	Analistas prevén votación récord
13-Feb-04	Nueva división en coalición CDU-PDC
18-Feb-04	Anomalías en licitación TSE
25-Feb-04	Atacan convoy arenero
1-Mar-04	ARENA 45% FMLN 27% Tony Saca aumenta ventaja
9-Mar-04	Burlan sistema informático TSE
10-Mar-04	TSE se aferra a OEA para el escrutinio
16-Mar-04	Flores rechaza cambios en TSE
17-Mar-04	TSE corrige el sistema informático
18-Mar-04	142 mil vigilantes a defender votos

Cuadro 5

<i>El Diario de Hoy</i>	
Fecha	Portada
21-Nov-03	Arranca campaña electoral
23-Nov-03	Transparencia total
28-Nov-03	FMLN agrade gira de Saca
9-Dic-03	ANEP censura plan del FMLN
10-Dic-03	Saca ganaría en primera ronda
12-Dic-03	Salud no se privatizará
26-Dic-03	Nueva pugna de poder en el FMLN
11-Ene-04	Facilitarán a 17 mil policías
21-Ene-04	Las mujeres definirán las elecciones
24-Ene-04	Consulta de padrón tuvo obstáculos
7-Feb-04	EEUU.: "Miren al futuro" Noriega marca diferencias con el FMLN
9-Feb-04	Dejan trabajo por los votos
11-Feb-04	Tony Saca 53% Schafik Handal 36%
20-Feb-04	Schafik arremete contra TSE
3-Mar-04	Tony Saca 54% S. Handal 34%
7-Mar-04	Boicot a elecciones
8-Mar-04	Fallas en pruebas de TSE
9-Mar-04	Falló seguridad en sistema de conteo
14-Mar-04	EE.UU. advierte por FMLN
16-Mar-04	Fiscalía garantiza recuento de votos
17-Mar-04	SIP critica agresiones del FMLN

Referencias bibliográficas

Chomsky, Noam. *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Argentina, 2001.

Dijk, Teun A. van. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, 1990.

Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*. Barcelona, 1999.

Moragas, Miguel De. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, 1986.

Muñoz-Alonso, Alejandro; Rospir, Juan Ignacio. *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona, 1999.

Price, Vincent. *La opinión pública, esfera pública y comunicación*. Barcelona, 1994.

