

La prensa escrita y el tratamiento periodístico de la última fase de la campaña presidencial 2009

Nátaly Guzmán*

La imagen institucional de las figuras políticas que se proyecta a través de la propaganda no queda aislada de la forma como la prensa le da seguimiento a las campañas electorales. Los grandes medios de difusión tienden a seguir pautas informativas muy similares a los tópicos del discurso oficial: un partido que lucha por las “libertades” y un partido que hace las veces de “ente disruptivo” están en contienda. Los dos matutinos más importantes de El Salvador se han caracterizado cada vez más en los últimos años por presentar a los lectores un recuento del espectáculo propagandístico que por brindar un reporte del proceso político en sí. Y es desde líneas discursivas particulares y repetitivas que estos medios se asemejan más a soportes parcializados de *marketing* político que a recursos informativos dirigidos a una audiencia que busca contar con los referentes básicos para conocer las ofertas de los partidos y los niveles de desempeño que se alcanzan en el terreno presidencial, en el legislativo y en el municipal.

Este estudio pretende analizar la cobertura noticiosa que *El Diario de Hoy* y *La Prensa Gráfica* realizaron durante la última fase de la campaña presidencial de 2009. Para ello, se tomó en cuenta el período comprendido entre el miércoles 4 y el sábado 14 de marzo de ese año, y las notas de la sección de noticias nacionales de cada periódico que hicieron referencia a los candidatos presidenciales —Mauricio Funes, del FMLN, y Rodrigo Ávila, de Arena—, así como a sus respectivos partidos políticos. El interés de este trabajo

* Catedrática del Departamento de Letras, Comunicación y Periodismo, UCA. Correo electrónico: nguzman@comper.uca.edu.sv.

es identificar el tipo de imagen institucional que proyectaron los medios en cuestión de las figuras políticas ya mencionadas y de cada uno de sus partidos, las temáticas con las que se les asoció con más frecuencia, la calidad informativa de las notas y su perfil ético-periodístico.

1. Cuestiones de contexto sobre la cobertura de las campañas electorales

Durante el desarrollo de la campaña presidencial 2003-2004, la cobertura informativa de los medios más importantes de la prensa escrita se centró tanto en una comparación de la imagen personal de los principales candidatos como en los peligros de un posible triunfo de la izquierda. Mientras que para estos medios de difusión el candidato de Arena parecía cumplir con varios requisitos deseables: joven, empresario hecho a pulso, hombre de familia, sociable con la prensa y de carácter afable; el candidato del FMLN generalmente era retratado como persona de edad avanzada, de actitud severa —especialmente con la prensa— y poco accesible. Por otra parte, se insistió en el riesgo de perder las buenas relaciones que el Gobierno de Arena mantenía con los Estados Unidos si el candidato del FMLN resultaba electo. Sin embargo, sucede que la cobertura informativa de los procesos electorales debe ir más allá de la exposición de rumores y de temores, y mucho más allá de un estudio de carácter si se quiere llamar periodismo. El trabajo de los principales medios de la prensa escrita en ese momento siguió más la línea argumentativa de la campaña oficial, en la cual Antonio Saca representaba al futuro político del país y Schafick Handal a un pasado doloroso y conflictivo. La mayoría de las notas informativas hacían alusión al gran nivel de relaciones internacionales que poseía Saca y a su capacidad de negociación, y a la falta de aceptación tanto de la figura política

de Handal como de sus propuestas por parte de algunos de los sectores de negocios más importantes del país.

En términos de la imagen institucional de los respectivos partidos en contienda para las elecciones presidenciales de 2004, los rotativos ya mencionados generalmente vinculaban a Arena con temáticas como el avance económico y la defensa de la libertad; mientras que, por otra parte, las acciones del FMLN se asociaban con la inestabilidad económica, la incertidumbre política, los peligros del comunismo y el rompimiento de unas relaciones calificadas como “positivas” con los Estados Unidos. Así, también durante la campaña municipal y legislativa de 2003, en los principales medios de la prensa escrita predominaron temáticas relativas a temas distractores, como el constante enfrentamiento entre militantes, principalmente entre aquellos del partido oficial y la oposición de izquierda. Y en el caso de la campaña municipal y legislativa de 2006 predominó en los dos matutinos en cuestión la figura popular del presidente Antonio Saca como portavoz de “sus” candidatos, un presidente que promovía el proyecto político del partido al que representaba a través de la “simpatía” de su persona y del “apoyo” que como “presidente” le podía dar a los que resultaran ganadores.

En los últimos seis años, durante cada uno de los períodos electorales, tanto *La Prensa Gráfica* como *El Diario de Hoy* se han dedicado a darle más espacio a las temáticas que favorecen una imagen institucional positiva de Arena y a tópicos que sugieren una imagen organizacional cuestionable del FMLN. Por lo tanto, estos matutinos parecen indicar un factor constante en la cobertura informativa de las campañas políticas: el perfil de Arena siempre se asocia con el progreso, la libertad, la paz y el desarrollo; mientras que el perfil del FMLN tiende a asociarse con tópicos como la violencia, la inseguridad y el caos.

Cuadro 1

Valores constantemente proyectados por el discurso periodístico en las temáticas de la agenda informativa durante los distintos períodos electorales, que sugieren una imagen institucional positiva de Arena y una imagen cuestionable del FMLN

Valores positivos Asociados a la imagen de Arena	Valores negativos Asociados a la imagen del FMLN
- Defensa del sistema de libertades	- Desgaste del sistema de libertades
- Generación de empleos y buenas relaciones con la empresa privada y los inversionistas	- Intensificación de la pobreza, poca visión y pocos recursos para la creación de empleo
- Progreso, desarrollo y modernización de la infraestructura	- Regreso a una situación de caos político, atraso y subdesarrollo
- Mejoras en la situación migratoria de los compatriotas que residen en EE. UU.	- Posible congelamiento de las políticas que benefician a los inmigrantes
- Énfasis en la continuidad del arribo de las remesas	- Finalización de la llegada de remesas
- Excelentes relaciones amistosas con EE. UU.	- Relación distante con los EE. UU.
- Combate a la delincuencia	- Incremento de la violencia

Cuando Norman Quijano, de Arena, ganó la alcaldía de San Salvador, *El Diario de Hoy* colocó en su portada del lunes 19 de enero de 2009 la palabra “Triunfo”, indicando que el alcalde electo se había mostrado “humilde en la victoria”. El periódico hizo énfasis en que, al ganar las elecciones, Quijano “(...) acabó con 12 años de administración municipal del FMLN” (“Quijano se lleva San Salvador”, *EDH*, 19 de enero, p. 2) y cubrió el evento centrándose en explicar que los simpatizantes de Arena cantaban y celebraban el triunfo, que Quijano le agradecía a Dios a la vez que destacaba cómo no se había cumplido la tendencia de las encuestas que habían realizado las universidades durante el mes anterior. El periódico también destacó que el día de las elecciones había sido “una jornada sin descanso para Quijano” (*EDH*, 19 de enero, p. 8), pues asistió a misa, sostuvo reuniones con personas de la cúpula de su partido y con líderes evangélicos, y brindó entrevistas.

La Prensa Gráfica fue más allá de la victoria personal de Quijano y mostró en su portada del lunes 19 de enero de 2009 a la fórmula presidencial de Arena, Arturo Zablah y Rodrigo Ávila, alzando las manos con el alcalde electo de San Salvador, desplazando así la atención hacia el partido con las palabras “Arena recupera la capital”. En la misma edición le llamaba “triunfador” a Norman Quijano (*LPG*, 19 de enero, p. 3) y afirmaba que Menjívar se había “escondido” por horas

para esperar los resultados finales (*LPG*, 19 de enero, p. 2). El rotativo calificó de “emotivo” el acto de celebración que se llevó a cabo en la sede del Coena y, al igual que *El Diario de Hoy*, hizo alusión a que Quijano “(...) declaró su triunfo, ironizando sobre el hecho de que no estaba pronosticado por muchas de las encuestas difundidas en el período de campaña” (*LPG*, 19 de enero, p. 4).

Mientras que un día después de realizadas las elecciones legislativas y municipales *El Diario de Hoy* parecía centrarse en el triunfo de la figura política de Quijano, *La Prensa Gráfica* se enfocó en la victoria del partido que lo respaldaba, sugiriendo con la fotografía de su portada del 19 de enero de 2009 cuál podría ser también el resultado de las elecciones presidenciales de marzo del mismo año. Esta fotografía reafirmaba la tendencia informativa general de la campaña presidencial de Rodrigo Ávila (el abordar temáticas relativas al apoyo que Ávila recibía de todos los líderes de Arena y de diferentes sectores empresariales) desde antes del inicio formal de la misma y la tendencia de la propaganda, en la cual se destacaba la imagen de todos los ex presidentes de Arena y su aporte al desarrollo del país en los últimos 20 años.

Durante el período de la precampaña presidencial —hacia el último trimestre de 2008—, fue la imagen del presidente Saca la que predominó en la prensa escrita con sus

gestiones a favor del TPS y su discurso en la ONU a finales de septiembre de 2008, y con su viaje a México a mediados de octubre del mismo año para fortalecer la relación entre ese país y El Salvador, por ejemplo. Ya para octubre de 2008, fue la figura de Arturo Zablah, candidato a la vicepresidencia, la que sirvió como plataforma para reafirmar el inicio de una serie de “cambios” en Arena impulsados supuestamente por la visión y la apertura de Ávila. El “efecto Zablah” le llamaban los matutinos al candidato, haciendo alusión a una posible inyección de nuevas y renovadoras perspectivas que aportaría al partido un empresario que se había dado a conocer en los medios como crítico de algunas de las políticas del partido oficial.

Al mismo tiempo, hacia el último trimestre de 2008, los matutinos insistían en los supuestos peligros del FMLN (“El plan del FMLN pretende reabrir heridas de guerra”, portada *EDH*, 4 de septiembre de 2008; “Sectoros piden que se defina FMLN”, portada *EDH*, 24 de septiembre de 2008) y en las encuestas de intención de voto por los candidatos a la presidencia (“Lucha reñida por presidencia del país: Arena, 26.1%; FMLN, 29.2%”, *LPG*, 10 de septiembre de 2008; “Se acorta distancia: Funes, 41.5%; Ávila, 37.8%”, *EDH*, 28 de octubre de 2008). El tratamiento que le dieron los periódicos ya mencionados al FMLN hacia finales de 2008 también se inclinó por hacer una alusión constante a una posible vinculación entre el FMLN y las FARC; en la desconfianza que generaba el partido entre sectores educativos, militares y empresariales; en la controversia de la donación de dos millones de dólares que hizo Alba Petróleos a las alcaldías del FMLN, y en las supuestas contradicciones entre el candidato Mauricio Funes y su partido. Así, se vincularon los panoramas del pasado con los del presente, y esta fue la tendencia de la cobertura del proceso electoral que realizaron los matutinos más importantes del país.

2. La cobertura informativa de la campaña presidencial de 2009

Durante la última fase de la campaña presidencial, entre el 4 y el 14 de marzo de 2009, tanto *La Prensa Gráfica* como *El Diario de Hoy* se centraron más en la figura de Mauricio Funes y en el FMLN que en Arena. Sin embargo, las temáticas que se abordaron con respecto al partido de izquierda seguían siendo negativas; es decir, que casi todos los temas con los que se vinculó la figura del FMLN y la de su candidato presidencial estaban relacionados con situaciones que cuestionaban el buen juicio y la ética de ambos. Los matutinos se centraron en colocar en su agenda notas que daban cuenta cómo, mientras Rodrigo Ávila hacía buenas obras y consolidaba el apoyo de su partido y de los hombres de negocios más importantes del país, Mauricio Funes se dedicaba a difamar a Ávila, a atacar a los empresarios y a difundir rumores de fraude electoral sin presentar pruebas.

El siguiente cuadro indica que tres de las portadas de *El Diario de Hoy* presentan información que muestra a Mauricio Funes directamente vinculado con actitudes cuestionables y con situaciones y temáticas negativas: Funes cita revistas falsas para implicar a Ávila en el crimen de tres diputados del Parlacen; D’Aubuisson le exige a Funes que se disculpe por utilizar datos falsos, manipular la memoria de personas muertas y negarse a pedir perdón; el presidente de la ANEP le exige al candidato del FMLN que termine con la campaña de desprestigio dirigida a esa gremial empresarial. Otras cuatro portadas de ese mismo periódico muestran temáticas desfavorables para el FMLN relacionadas con una percepción negativa del partido por parte de los Estados Unidos: un grupo de legisladores estadounidenses parece estar indignado al considerar que el FMLN ha lanzado alegatos infundados de fraude electoral; los Estados Unidos temen una alianza entre el FMLN y Hugo Chávez; algunos congresistas estadounidenses consideran que el TPS podría estar en peligro con el FMLN. Por último, una de las portadas indica que la mora de la alcaldía capitalina afecta los préstamos que se le hacen al país.

En síntesis, siete de un total de diez portadas de las ediciones publicadas entre el 4 y el 13 de marzo, es decir durante la semana previa a

las elecciones presidenciales, mostraban situaciones negativas para la imagen institucional del FMLN y de Funes.

Cuadro 2

Portadas de los periódicos relacionadas de forma directa o indirecta con el tema de las elecciones

Fecha	El Diario de Hoy	La Prensa Gráfica
4 de marzo	Revista chapina desmiente al candidato Funes	
5 de marzo	Saca pide voto por la libertad	
6 de marzo	Exigen a Funes no politizar caso Parlacen	Corte señala acción ilegal en Enepasa
7 de marzo	La ANEP pide a Funes respeto a empresarios	ANEP llama a voto masivo
8 de marzo	Partidos ponen fin a campaña electoral 2009	
9 de marzo	Iglesia insta a votar por los valores cristianos	Fiscalía investiga cuenta de Funes
10 de marzo	Alegatos de fraude pueden crear violencia	Saca hará equipo para transición
11 de marzo	EE. UU. teme la alianza de FMLN y Hugo Chávez	Migración reforzará control por elecciones
12 de marzo	Congresistas en EE. UU.: en peligro TPS con FMLN	Ejército apoyará la seguridad electoral
13 de marzo	Mora de alcaldía capitalina afecta préstamos al país	Cárcel para quien dificulte el sufragio
14 de marzo	TSE pide a candidatos esperar los resultados	4,000 observadores para las elecciones
15 de marzo	Elige tu futuro en libertad	Usted decide
16 de marzo	Mauricio Funes Presidente	Mauricio Funes gana la presidencia

Es importante señalar que la portada de la edición de *El Diario de Hoy* del día jueves 12 de marzo estuvo saturada de notas negativas para el FMLN, además de la madera. Presentó una serie de recuadros informativos y todos hacían alusión a temáticas cuestionables sobre el partido de izquierda. Publicó dos temas distractores, “Mansión de Funes colinda con inmueble de Venezuela” y “Araujo le pide al FMLN que se ponga claro”, refiriéndose a que el FMLN no confirmó si aceptaría los resultados de las elecciones; un tema que hace alusión a una supuesta falta de ética por parte de un representante del partido de izquierda, “Vocero del FMLN acusó con falsedad”; y dos temas de violencia en los que el FMLN estuvo supuestamente implicado, “Farabundistas agredieron la caravana de Ávila en la capital” (pie de foto) y “Condena ataque del FMLN” refiriéndose a una declaración de Rodrigo Ávila en la que el candidato presidencial de Arena lamenta los hechos de violencia (pie de foto).

Por su parte, *La Prensa Gráfica* hizo alusión en sus portadas a una nota negativa para las

alcaldías del FMLN, indicando en la edición del viernes 6 de marzo que algunas alcaldías de ese partido desvían el fondo público a Alba Petróleos, y a una nota negativa para la imagen de Mauricio Funes en la que se indica que la Fiscalía investiga una cuenta bancaria de Funes, ya que el nivel de ingresos declarado por el candidato a la institución bancaria, de acuerdo con el fiscal general, “no corresponde con el movimiento reportado en su cuenta en estos últimos dos meses” (9 de marzo, portada y p. 2). En este sentido, *La Prensa Gráfica* balanceó mejor la diversidad de las temáticas sobre las que publicó información, ya que de siete portadas publicadas antes del fin de semana en el que se realizaron las elecciones, solamente dos hicieron alusión a temáticas negativas para la imagen del FMLN y de Funes. Después del 13 de marzo las siguientes tres portadas de cada periódico hicieron alusión a dinámicas relativas al proceso electoral, al derecho al voto y al reporte de los resultados preliminares sobre la victoria de Funes, el candidato presidencial del FMLN.