
Dossier Temático

Retos de la comunicación en Centroamérica. La transparencia en la producción de noticias en periódicos y medios de comunicación estatales

REALIDAD
Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

Challenges of communication in Central America.
Transparency in the production of news in newspapers and state media

Carlos García Rodríguez

Universidad Autónoma de Santa Ana, El Salvador
realidad.director@uca.edu.sv

Realidad, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

núm. 149, p. 121 - 145, 2017

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador

ISSN: 1991-3516

ISSN-E: 2520-0526

Periodicidad: Semestral

realidad.director@uca.edu.sv

DOI: <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i149.5666>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/769/7695310007/>

Resumen: Este trabajo hace una aproximación al proceso de producción de noticias de dos periódicos de circulación nacional y medios de comunicación estatal de El Salvador, identifica la frecuencia con que reciben quejas, comentarios o interrogantes de las audiencias, cómo están organizados para atender las mismas y establece causas por las que no cuentan con un ombudsman. Surge como producto de dos investigaciones que han tenido como objetivo conocer la existencia de transparencia en la producción de noticias; la primera, realizada en dos periódicos impresos, y la segunda, en los medios estatales de comunicación. Todos los medios abordados cuentan con una jerarquía para decidir qué se publica, no promueven la participación de sus audiencias, atienden con prontitud las peticiones de rectificación o respuesta, pese a que ninguno tiene dicho procedimiento por escrito, y no cuentan con un ombudsman los periódicos por razones económicas y los medios estatales por falta de voluntad política.

Palabras clave: Transparencia, Producción de noticias, Rectificación, Ombudsman, Audiencia.

Abstract: This article makes an approach to the process of news production in two national newspapers and state media of El Salvador, identifies how often they receive complaints, comments or questions from the audience, how they are organized to meet the same and establishes causes that do not have an ombudsman. It arises as a result of two investigations that have aimed to know the existence of transparency in news production, the first held in two printed newspapers, and the second in the state media in El Salvador. All addressed media have a hierarchy to decide what is published, do not promote the participation of their audiences, attend promptly to requests for correction or reply, although none have such a procedure in writing and do not have an ombudsman for economic reasons or lack of political will.

Keywords: Transparency, News production, Rectification, Ombudsman, Audience.

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo es producto de dos investigaciones, una en los periódicos impresos de circulación nacional y otra en los medios de comunicación estatal de El Salvador, con la finalidad de conocer si son transparentes ante sus audiencias, cómo se conforma su organización editorial para la producción de contenidos y si dan cumplimiento al derecho de rectificación o respuesta de sus audiencias, ante la falta de un ombudsman, y su disposición a implementar una de estas figuras.

Diario Co Latino, La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo son los más antiguos y las principales cabeceras de los grupos editoriales en el país centroamericano.

Los medios de comunicación estatal son Televisión de El Salvador, Radio Nacional de El Salvador, Radio Cadena Cuscatlán, Radio Legislativa, TV Legislativa y Transparencia Activa. Todos operan con fondos públicos y administran una frecuencia radioeléctrica o un sitio web adherido a una dependencia estatal.

La información que determina si existe o no transparencia en la producción de noticias es insumo para la construcción de una sociedad más democrática, a la cual el periodismo está comprometido a contribuir. Requejo y Reiz (2013) sostienen que “la transparencia es un ingrediente más de la nueva ética profesional del periodismo y todo lo que se pueda avanzar en esa dirección es positivo” (p.152).

En la medida en que los medios transparenten la producción de contenidos noticiosos ante los ciudadanos que conforman sus audiencias, les permitirán a éstos satisfacer su derecho a estar informados, lo cual está contemplado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Desarrollar este trabajo en 2014 con los periódicos, y en 2015 con los medios estatales de comunicación, ha permitido conocer si los medios practican la transparencia. Hasta la fecha, el tema no ha sido estudiado en El Salvador, por lo que se buscó generar insumos para que los ciudadanos, funcionarios públicos, empresarios de la comunicación, periodistas y académicos hagan valoraciones sobre el mismo, dado que cuando se analiza el papel de los medios masivos principalmente se hace desde la perspectiva de la libertad de expresión o libertad de prensa, pasando por alto el derecho a la información que tienen las audiencias.

En este artículo no critica la línea editorial de los medios de comunicación, tampoco se analizan los contenidos que éstos producen, se centra en conocer cómo producen la información y atienden a sus audiencias para ser transparentes ante ellas, en virtud del derecho a la información que éstas poseen.

También se identifica la frecuencia con que los periódicos reciben quejas o piden derecho de respuesta o réplica de los lectores; da a conocer la estructura organizacional de las salas de redacción, incluyendo quiénes son los que deciden los temas que van en agenda y cuáles no, y establece las causas por las que no poseen un ombudsman o defensor de lectores.

El tema de la relación entre los medios de comunicación y los públicos que los consumen tomó mayor relevancia en El Salvador en el año 2013, cuando se aprobó la Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta.

2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL SALVADOR

Los medios de comunicación que a continuación se describen son algunos de los proveedores de noticias a los cuales los salvadoreños acceden para informarse. Primero se menciona quiénes son los propietarios de los periódicos impresos de circulación nacional en El Salvador y luego se describe el origen de los medios estatales de comunicación.

Diario Co Latino es el periódico más antiguo, heredero del periódico Latino, fundado en 1890. El propietario de éste es una cooperativa de empleados del mismo. El sitio web de Diario Co Latino (s.f.) sostiene que:

Trabajadores del periódico crearon, en 1994, la Sociedad Cooperativa de Empleados de Diario Latino de Responsabilidad Limitada (COLATINO de R.L.), con lo que terminaba prácticamente Editora Salvadoreña, y en 1995, no solo se crea DIARIO CO LATINO, como marca, sino que se resguarda legalmente la marca DIARIO LATINO.

La Prensa Gráfica, pertenece a Grupo Dutriz, del que forma parte El Gráfico (periódico deportivo) y Mi Chero (periódico popular), así como revistas y GD Radio (en línea). La directiva de este conglomerado editorial está conformada por miembros de la familia Dutriz. “La mayoría de ellos tienen inversiones en negocios de diversa índole” (Pérez y Carballo, 2013, p. 69).

El Diario de Hoy es el periódico de mayor trayectoria de Grupo Editorial Altamirano, el cual también tiene al Más! (periódico popular), así como revistas. Ambos periódicos del grupo poseen sitio web. El presidente es Enrique Altamirano, quien en el Centro Nacional de Registros (CNR) “ha figurado en las juntas directivas de varias empresas. Por ejemplo, en algunas que se dedican a la prestación de servicios de asistencia técnica, bienes raíces rústicas y urbanas” (Pérez y Carballo, 2013, p. 69).

Diario El Mundo pertenece a Grupo El Mundo Multimedia. El presidente es Juan José Borja Papini, quien, según Pérez y Carballo (2013), también ha figurado en diferentes empresas reconocidas del país, como Credomatic, La Centroamericana y BAC Leasing. Además, en la junta directiva de Servicios de Tránsito Centroamericanos, cuyo nombre comercial es SERTRACEN, la institución encargada de emitir todos los documentos de tránsito en El Salvador.

Además de medios de comunicación privados, en El Salvador existen medios estatales de comunicación que divulgan contenidos noticiosos, los cuales empezaron a surgir hace más de nueve décadas.

El 1° de marzo de 1926, nace oficialmente la Primera Radio de El Salvador y de Centroamérica, cuarta en Latinoamérica y sexta en el mundo. Según Vargas (2000), para entonces sólo existían 89 aparatos receptores de la señal de la radio en el país, y la mayoría pertenecían a funcionarios públicos, políticos y familias adineradas. Radio Nacional de El Salvador, en el 96.9 FM del dial, cuenta con una programación variada, informativa, musical, educativa y de entretenimiento.

Televisión de El Salvador, Canal 10, inicia el 30 de enero de 1973. En ese momento, el Ministerio de Educación puso en marcha el proyecto de Televisión Educativa en las aulas escolares, a través de dos canales de televisión de carácter estatal: Canal 8 y Canal 10; según Vargas (2000), “dedicados en forma exclusiva al desarrollo de las asignaturas que se incluían en los programas del Ministerio de Educación” (p.177), y para 1999, la Asociación Ágape de El Salvador recibió la administración del Instituto Tecnológico de Sonsonate (ITSO), el cual simultáneamente recibió la administración del Canal 8 de parte del Ministerio de Educación. En ese sentido, Ágape de El Salvador administra la frecuencia de canal 8. Canal 10 se denomina actualmente Televisión de El Salvador y su programación incluye noticias, espacio de entrevistas y programas culturales.

Radio Cadena Cuscatlán nace luego de que la Fuerza Armada de El Salvador, en 1984, iniciará las gestiones con el Gobierno de los Estados Unidos de América para la donación de un equipo de transmisión que permitiera a la institución castrense contar con su propio medio de comunicación (Palacios, 2013). El 1° de enero de 1986, se inaugura la voz oficial de La Fuerza Armada, bajo el distintivo YSCZ, Radio Cadena Cuscatlán. La programación estaba orientada a mantener alta la moral del Ejército nacional, motivar al insurgente a que abandonara las filas terroristas del FMLN e influir positivamente en la población civil para que apoyara las acciones de la Fuerza Armada (Palacios, 2013). Actualmente, la radio transmite noticias, espacios de entrevista, música y programas deportivos.

Televisión Legislativa surge según el Acuerdo N°341 de La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador, conocido en el Dictamen N°15 favorable de la Comisión Política, de fecha 2 de octubre de 2012, en el que se acuerda aprobar el “Protocolo de Principios y Funcionamiento Operativo de los Medios de Comunicación Masivos de la Asamblea Legislativa”.

El parlamento salvadoreño inauguró el 31 de julio de 2013, **Día del Periodista en El Salvador**, la Radio Legislativa, en la frecuencia 88.1 del FM, bajo el eslogan “La democracia está al aire”. Radio Legislativa nació con un enfoque de género, y con la visión de promover el rescate de la identidad nacional y la sustentabilidad ambiental, mediante la transmisión de noticias, sesiones plenarias, comisiones legislativas y música.

El periódico digital Transparencia Activa surgió el 7 de mayo de 2012, cuando fue inaugurado el portal Gobierno Transparente, el cual tiene cuatro ejes informativos, uno de los cuales es Transparencia Activa (González, 2013), al cual se accede por medio de la dirección web: www.transparenciaactiva.gob.sv

3. DERECHO A LA INFORMACIÓN

Los medios de comunicación buscan y divulgan información para que los ciudadanos conozcan lo que sucede en su entorno. En el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos se reconoce el derecho a la libertad de expresión y a la información. Carpizo y Villanueva (citados en Merino, 2005) plantean que el derecho a la información, en un sentido amplio, es la garantía fundamental que toda persona posee a atraerse a la información, a informar y a ser informada.

El derecho a recibir información que tienen los ciudadanos lo nutren los medios de comunicación, pero la propiedad sobre éstos también puede llegar a afectarlo.

Creemos que, al posibilitarse la concentración de diversos medios en unas pocas manos, tiene por efecto cercenar la libertad de expresión y el derecho a recibir información veraz y objetiva de los ciudadanos. (Piñeiro, 2006, p. 403)

Según McQuail (2005), los medios cuando son transparentes responden al público sobre lo que divulgan, pero para esto, según Kovach y Rosentiel (2003), han de exhibir sus “métodos y fuentes en el grado máximo que sea posible” (p. 126).

4. TRANSPARENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS

Los medios de comunicación, empleando el periodismo, supervisan al gobierno en nombre de los ciudadanos (Morales, 2008) y difunden información que consideran importante que la población conozca. Por eso mismo se vuelve necesario para la sociedad conocer cómo producen la información los que en nombre de la ciudadanía fiscalizan al Estado.

Un periodismo transparente logra desmarcarse de lo que no es periodismo, y le otorga a la ciudadanía un elemento para tener criterio con el cual decidir dónde informarse de una mejor manera. Para Kovach y Rosentiel (2003) practicar un periodismo más transparente beneficia al mismo oficio y a la audiencia:

A largo plazo nos ayudará a desarrollar un público más maduro y con más criterio, un tipo de público que puede diferenciar al primer golpe de vista un periodismo de principios de sus interesadas y negligentes imitaciones. De este modo los periodistas pueden formar parte de un nuevo poder dentro del mercado y convertirse en una fuerza que abogue por la calidad del periodismo. (p.117)

Según el código de buenas prácticas del MediaAct (citado en Campos y Redondo, 2015), la transparencia mediática ayuda a incrementar la calidad del periodismo y facilita una relación de confianza con la audiencia, creando un mejor diálogo entre el público y los medios de comunicación.

Las audiencias que reciben noticias confían que los periodistas que las producen trabajan por buscar la verdad, por lo tanto, esperan que ellos les informen correctamente. Kovach y Rosentiel (2003) plantean que respecto a los periodistas:

Debemos suponer que también son honrados y sinceros con sus lectores, que son profesionales, que no mienten... ¿Cómo puedes declarar que tu deseo es que se sepa la verdad si para empezar no eres sincero con tus lectores? (p.112).

La transparencia es un camino que los periodistas y medios de comunicación pueden tomar para evidenciar honradez y sinceridad con los lectores, pero ¿cómo se hace ese andar desde los medios de comunicación?

Con base en Heikki Heikkilä (citado en MediaAct, 2012), la transparencia en los medios de comunicación se distingue de tres formas. La transparencia del actor es la práctica de normas e información sobre quién está detrás de la noticia; la transparencia de producción es cuando el medio revela información sobre fuentes y decisiones que toma durante el proceso de producción de noticias, y la capacidad de respuesta, la cual se toma como la gestión de errores en las noticias e interacción.

Bajo esta distinción, la transparencia inicia con el periodista y sus convicciones, continúa con la apertura del medio sobre el proceso de producción y sigue con tomar en cuenta a la audiencia para dar respuesta a sus inquietudes.

En otras palabras, un medio de comunicación practica la transparencia cuando tiene disposición a corregir errores, a someterse al escrutinio público respecto a las decisiones para publicar o dejar de hacerlo, y cuando explica cómo es su funcionamiento interno para producir noticias.

La transparencia además de ser necesaria para incrementar la calidad periodística, facilitar una relación de confianza y mejorar el diálogo entre público y medios, les permite a estos últimos defenderse de las críticas que planteen sospechas de manipulación de las informaciones que publican.

A pesar de estos beneficios, los medios de comunicación y periodistas, no siempre comparten sus métodos, motivos de búsqueda de noticias o fuentes, como lo mencionan Kovach y Rosentiel (2003).

Son demasiados los periodistas que no mencionan sus métodos, motivos o fuentes. Los informativos de televisión, como si dieran por supuesto, se limitan a decir “según algunas fuentes”, un modo de ahorrar unos preciosos segundos de tiempo en antena. También es un error. (p.115)

Ahorrase esos segundos de tiempo en antena, o determinar a cual noticia se le da más espacio y a cual menos es una decisión que obedece a circunstancias bajo las cuales se organizan las directrices de un medio de comunicación.

5. ORGANIZACIÓN EDITORIAL PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS

La creación de contenidos noticiosos es un proceso en el que intervienen varias personas. En su modelo sociosemiótico de la comunicación, Miguel Rodrigo Alsina (1989) establece un paralelismo entre la elaboración de noticias con el modelo de producción mercantil y plantea que, por igual, en el proceso de la comunicación existen las tres fases: Producción, Circulación y Consumo.

White (citado en Alsina, 1989) sostiene que la difusión de noticias se hace a través de canales o cadenas en las que hay puntos, puertas o esclusas por las que las noticias pueden pasar o detenerse. Alsina (1989) sostiene que “en las cadenas de la comunicación hay varios Gatekeeper, guardabarreras o seleccionadores” (p.151). White (citado en Alsina, 1989) concluye que la comunicación de noticias es subjetiva y depende de las propias experiencias, actitudes y expectativas del Gatekeeper.

La selección de noticias, según McQuail (1999) se refiere a la secuencia de decisiones que va desde la selección de la “materia prima”, por así decir, hasta la entrega del producto acabado. El procesamiento, sostiene McQuail (1999), es la aplicación de hábitos de trabajo que afectan a la naturaleza del producto a medida que avanza por la “cadena” de toma de decisiones.

El periodista que labora para un medio de comunicación, después de algún tiempo en éste, llega a conocer su organización de trabajo, y para mantenerse eficientemente dentro del mismo, tradicionalmente se enfoca en producir noticias que él sabe que están esperando en el medio para publicar. Según Morales (2008) “el reportero preselecciona e invierte sólo en las notas que cumplan con la línea editorial de su medio y que vayan de acuerdo con los criterios fijados por la mesa de redacción” (p.27).

6. LAS AUDIENCIAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación no sólo pueden pensar en producir contenidos noticiosos para llenar espacios o informar sobre lo que los seleccionadores de noticias deciden. También tienen responsabilidades ante la audiencia.

Los 10 principios internacionales de la ética profesional en periodismo, elaborados bajo los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, por sus siglas en inglés, se refieren a los derechos y responsabilidades ante la audiencia.

McQuail (1999) resume estos principios en su libro *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. De los 10, el principio 5 hace alusión al acceso y participación del público, así como al derecho de rectificación y respuesta.

Para que los ciudadanos participen en los medios de comunicación usualmente existen las formas que se describen en la siguiente tabla:

Tabla 1
Formas ciudadanas participar con los medios

Formas	Uso
Cartas de los lectores	Este es un espacio que puede utilizarse activamente para aportar opiniones alternativas. Sin importar si se publican o no, este canal sirve para notificar a los medios de sucesos o puntos de vista de sus lectores.
Espacios para el público	Comentarios del público en las noticias publicadas en la web o en los teléfonos habilitados en los programas.
Defensores de lectores (ombudsman)	Son los encargados de atender los comentarios que tienen que ver con el desempeño del medio y sus periodistas. Suelen basar su labor en un código de ética o de buenas prácticas.

Consejo de lectores/ audiencia	Algunos medios en el mundo han organizado espacios donde sus propias audiencias reflexionan sobre los contenidos de los medios, reciben los comentarios y proponen al medio el punto de vista de los públicos.
Derecho de réplica	Es el derecho (con rango constitucional en algunos países) de solicitar al medio rectificación o respuesta con relación a informaciones inexactas o agraviantes publicadas.

Datos tomados de García (2014, p.12).

Respecto al derecho de rectificación o respuestas que tienen las audiencias, los periodistas están en la obligación moral de respetarlo. “Esta tutela tiene así por finalidad la aclaración gratuita e inmediata de informaciones que dañen la dignidad, la honra o la intimidad de una persona” (Piñeiro, 2006, p. 387).

En El Salvador, desde el año 2013 entró en vigor la Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta. En su artículo 2 establece que:

Derecho de rectificación o respuesta es aquel que se reconoce a una persona natural o jurídica, cuando se considere perjudicada por una información o noticia que no corresponda a hechos ciertos, en la que se utilicen términos o expresiones agraviantes u ofensivas, publicadas o difundidas por un medio de comunicación, provenientes de terceros o por espacios de campos pagados. Derecho que le permite a esta persona, exigir la inserción gratuita de la correspondiente rectificación o respuesta, en el mismo medio de comunicación, en similar forma en que fue comunicada o publicada, de acuerdo a la presente ley.

Este derecho comprende:

- a. La respuesta, como refutación o contradicción de lo que se ha publicado o difundido; y,
- b. La rectificación, consistente en contestar hechos o circunstancias que se consideren equivocados y por lo tanto perjudiciales. (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2013, p. 2).

La Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta establece como excepciones las opiniones, ideas o juicios de valor, salvo se empleen expresiones agraviantes u ofensivas o cuando el medio de comunicación conceda la rectificación o respuesta, sin que se le solicitara. Además, en el artículo 10 de la misma se señala que el derecho de rectificación o respuesta prescribe a los 15 días.

La referida ley establece el procedimiento para el derecho de rectificación o respuesta, pero además de ese mecanismo, las formas ciudadanas de participación con los medios son espacios para que la audiencia dé a conocer sus quejas, comentarios o interrogantes.

7. UTILIDAD DEL *OMBUDSMAN*

En El Salvador no existen medios de comunicación que cuenten con un ombudsman (García 2014). Las funciones principales de estas figuras son recibir quejas, cauce de diálogo y de comunicación mutua entre los medios de comunicación y la audiencia, así como tener un papel de mecanismo de autorregulación (Echaniz y Pagola 2010).

Con esas funciones, un ombudsman es el canal adecuado para atender al público cuando tiene dudas sobre el proceso que siguió un periodista para publicar los hechos en un medio de comunicación, los cuales se promueven como productores de contenidos que reflejan veracidad e imparcialidad.

8. DOS INVESTIGACIONES SOBRE TRANSPARENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS EN EL SALVADOR

Este artículo se crea a partir de dos investigaciones sobre la transparencia en los procesos de producción de noticias, una en los medios de comunicación escritos de circulación nacional en El Salvador y otra en los medios estatales de comunicación. La primera se hizo en el año 2014 y la segunda en 2015.

En ambos casos, el alcance fue descriptivo, es decir que las investigaciones buscaron especificar las propiedades y características (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) de la transparencia en el proceso de producción de noticias. El diseño fue transversal, puesto que en éstas se recolectó datos de un solo momento. El propósito de los diseños transversales es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014. p.154).

En la investigación con medios escritos de circulación nacional participaron las personas de mayor jerarquía editorial en los periódicos: Diario El Mundo y Diario Co Latino. Se invitó a participar a directores de los demás medios de este tipo, pero no se obtuvo respuesta a las peticiones realizadas por correo electrónico. Los criterios de inclusión para seleccionar los periódicos impresos fueron: tener circulación nacional, hacer una publicación diaria, circular por medio del soporte papel, ser el periódico de mayor circulación de su grupo editorial, ser el periódico con mayor cantidad de secciones del grupo editorial. Se excluyeron los periódicos que no tuvieran edición impresa, que sólo circulen en una región, departamento o ciudad de El Salvador y los que formando parte de un grupo editorial no sean los de mayor tiraje.

En la investigación con medios estatales participaron los directores o jefes de prensa de Televisión de El Salvador, Radio Nacional de El Salvador, Radio Cadena Cuscatlán, Radio Legislativa, TV Legislativa y Transparencia Activa. Los criterios de inclusión fueron:

medio de comunicación cuya frecuencia o plataforma de divulgación es administrada por una dependencia estatal, que tenga producción de contenidos noticiosos, tenga un cargo público desde el que se dirige la producción de noticias en los medios radioeléctricos vinculados al Estado. Los criterios de exclusión fueron: medios de comunicación radioeléctricos o de otro tipo administrados por una dependencia estatal, que producen contenidos informativos para públicos específicos y funcionarios públicos que tengan un cargo que se involucre en la asesoría para la toma de decisiones de estrategias a ejecutar en los medios radioeléctricos de comunicación estatal.

El instrumento de recolección de información que se aplicó fue una guía de entrevista en profundidad con 35 interrogantes abiertas y estructuradas en cuatro partes.

9. RESULTADOS

Los resultados de ambas investigaciones permiten conocer si los medios de comunicación practican la transparencia, detallan la organización que éstos tienen para la producción de noticias, identifican la frecuencia con la que reciben quejas o comentarios de parte de la audiencia, permiten conocer cómo procesan las quejas, comentarios o interrogantes de sus audiencias sobre las noticias que publican y establecen las causas por las cuales no cuentan con un ombudsman.

9.1. ORGANIZACIÓN QUE TIENEN LOS MEDIOS ESCRITOS PARA LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS

La organización de la sala de redacción, según organigrama, en Diario Co Latino la conforma el director, el jefe de redacción, la coordinadora y luego los editores: el editor de fotografía, el de internacionales, el de nacionales, el de deportes y el de espectáculos.

En Diario El Mundo hay un editor jefe, que es el cargo de mayor jerarquía en la redacción, hay un jefe de redacción que también está a cargo del diario y luego hay editores jefes de sección: política, economía, nacionales, internacionales, deportes, espectáculos y fotografía.

Desde el interior de Diario Co Latino existe identificación con el pensamiento de izquierda y, en ese sentido, con el partido político FMLN. Por su parte, en Diario El Mundo su director asegura que existe afinidad a principios fundamentales: La defensa de la democracia, de la institucionalidad, de los derechos humanos, de la paz y la armonía.

En Diario Co Latino, el director asegura que pese a ser afines a la izquierda no tienen rechazo hacia alguna línea de pensamiento o ideología. Aclara que a ARENA se le da una atención marginal porque sus lectores son de izquierda y porque los demás medios, mayoritariamente, son de derecha. En Diario El Mundo no existe rechazo hacia alguna línea de pensamiento o ideología. El tema de interés para el primero de estos rotativos es la política, mientras que para el segundo, política y economía.

Tabla 2

Directrices editoriales para la creación de la agenda informativa

Medio de comunicación	Manera en que se crea la agenda informativa	Toma última decisión en creación de agenda
Diario Co Latino	Se crea a partir de tres fuentes: La pauta gubernamental, es decir la pauta oficial; los temas propios y, tercero, los hechos de último momento.	El director del periódico.
Diario El Mundo	Crean una agenda propia. El director afirma que evitan ser instrumentalizados por los sectores políticos, gubernamentales o empresariales.	El editor en jefe.

Tabla de elaboración propia.

Tabla 3

Directrices editoriales para decidir enfoque

Medio de comunicación	Manera en que se decide el enfoque de los temas a tratar en la agenda informativa	Toma la última decisión sobre al enfoque de los temas
Diario Co Latino	Los periodistas que ahí laboran saben que el periódico es de izquierda, y su enfoque va en esa vía.	El director del periódico.
Diario El Mundo	Generalmente en la reunión de editores, por la tarde, hay una exposición de los temas y diálogo sobre los enfoques.	El editor en jefe.

Tabla de elaboración propia.

Respecto al personal, en Diario Co Latino hay periodistas, editores de sección, coordinadora de prensa, jefe de prensa y el director del periódico, en total suman 26 personas. En Diario El Mundo hay periodistas, rastreador de noticias, editor de sección, un jefe de redacción encargado del control de calidad del cierre del diario, el editor en jefe y el director general (dueño del periódico que a las 4:00 p.m. recibe contenido del diario); en total son 52 personas que laboran en la sala de redacción.

Los filtros sobre los contenidos comienzan a generarse en Diario Co Latino cuando la coordinadora de nacionales y el editor de fotografía presentan una propuesta de temas que pueden ser madera, luego el director decide sobre los temas de portada, y sobre los secundarios decide la coordinadora de nacionales. En Diario El Mundo comienzan a generarse filtros durante la tarde para decidirse enfoques y temas. Hay un segundo filtro que es el del cierre; el editor jefe también revisa las páginas de economía, política y nacional con más interés y cuidado.

9.2. ORGANIZACIÓN QUE TIENEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTATAL PARA LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS

Televisión de El Salvador y Radio Nacional trabajan bajo dependencia de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia; Transparencia Activa, de la Dirección de Comunicaciones de la Secretaría de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción de la Presidencia de la República; Radio Cadena Cuscatlán, del Ministerio de la Defensa, y Radio Legislativa y Televisión Legislativa, de la Asamblea Legislativa de El Salvador.

Los funcionarios públicos que se involucran en la toma de decisiones de los contenidos que se producen y difunden en los medios de comunicación estatales son los que ocupan la dirección en cada uno de ellos, pero hay ocasiones en los que también participan funcionarios que no forman parte del medio de comunicación, como es el caso del Subsecretario de Comunicaciones de la Presidencia, para Televisión de El Salvador, y el Secretario Técnico de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción, para Transparencia Activa. Cada uno de los medios tiene un tema de interés a cubrir.

En la radio y la televisión del parlamento no existe afinidad hacia alguna línea de pensamiento o ideología que predomine, pues diputados con diferentes ideologías conforman el primer órgano del Estado; en Transparencia Activa comparten la visión del Secretario de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción y del proyecto del gobierno de turno; en Televisión de El Salvador poseen una línea ideológica acorde al partido en el gobierno; en Radio Cadena Cuscatlán dicen trabajar como la institución militar, sin preferencia por la derecha o la izquierda, y en Radio Nacional, cada persona tiene su visión política e ideológica.

Tabla 4
Tema que interesa cubrir a los medios estatales

Medio de comunicación estatal	Tema de interés
Radio Legislativa	El quehacer parlamentario.
Televisión Legislativa	El quehacer parlamentario.
Transparencia Activa	Casos de corrupción en los que está implicado el Estado, la transparencia y el acceso a la información.
Televisión de El Salvador	La promoción de una cultura de paz, uso responsable del medio ambiente, pueblos originarios, temas de coyuntura, temas formativos y temas informativos.
Radio Cadena Cuscatlán	El quehacer militar y gubernamental, así como la información de fundaciones u organizaciones cuando abordan temas relacionados a lo militar.
Radio Nacional	Información de todo tipo, menos los temas de violencia, que dice abordan los medios privados.

Tabla de elaboración propia.

Tabla 5
Directrices editoriales para la creación de la agenda informativa

Medio de comunicación	Manera en que se crea la agenda informativa	Toma última decisión en creación de agenda
Transparencia Activa	Las toman con el Secretario de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción, según temas que le interesen a dicha dependencia.	Secretario de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción.

Televisión de El Salvador	En equipo evalúa qué cosas están ocurriendo y qué son de coyuntura, así como cuáles noticias pueden ser los anuncios de la próxima semana; hay temas de coyuntura, que ya están anotados.	Directora de TVES.
Radio Cadena Cuscatlán	Se crea según informe de la Dirección de Comunicaciones y Protocolo del Ministerio de Defensa; su línea editorial está enfocada a lo militar.	Director de Radio Cadena Cuscatlán.
Radio Nacional de El Salvador	Se trabaja con base en la agenda oficial del Gobierno.	Jefe de Prensa de Radio Nacional de El Salvador.
Televisión Legislativa	Define su directriz editorial según programación de las actividades de la Asamblea Legislativa.	Director de Canal Legislativo.
Radio Legislativa	Define su directriz editorial según programación de las actividades de la Asamblea Legislativa.	No existe una persona que tome la última decisión, sino que se hace por medio de un debate interno del equipo.

Tabla de elaboración propia.

Tabla 6
Directrices editoriales para decidir enfoque

Medio de comunicación	Manera en que se decide el enfoque de los temas a tratar en la agenda informativa	Toma la última decisión sobre al enfoque de los temas
-----------------------	---	---

Transparencia Activa	Comentan el enfoque de las notas entre los compañeros de redacción, pero si hay alguna duda muy crítica consultan al Secretario de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción	Secretario de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción.
Televisión de El Salvador	Se decide luego de buscar toda la información sobre un tema.	Directora de TVES.
Radio Cadena Cuscatlán	No hacen un enfoque sobre la información, pues aseguran que la transmiten, tal cual es.	Jefe de prensa de Radio Cadena Cuscatlán.
Radio Nacional de El Salvador	El enfoque se discute entre los coordinadores.	Jefe de Prensa de Radio Nacional de El Salvador.
Televisión Legislativa	Los hechos se presentan en vivo, por lo que no pueden decidir un enfoque previo.	No hay.
Radio Legislativa	Hacen un enfoque de la información tomando en cuenta a la gente con sus opiniones, sobre las decisiones que toman los parlamentarios.	Lo define el equipo de redacción.

Tabla de elaboración propia.

Las funciones que se ejecutan dentro de sala de redacción de Televisión Legislativa son organizar las actividades, cubrir los eventos, grabar, editar, tomar apuntes, presentar, transmitir, retransmitir, interpretar en Lenguaje de Señas Salvadoreñas (LESSA); en Radio Legislativa, asignar cobertura de comisiones, asignar equipos para revisar la información y garantizar que el programa salga al aire. En Televisión de El Salvador, por las funciones a realizar, la sala de redacción está conformada por editores de video, periodistas, camarógrafos, editor de contenidos y jefe de redacción; en Transparencia Activa: editor, jefe de prensa y periodistas; en Radio Cadena Cuscatlán, las funciones que realizan son editar, distribuir pauta, monitorear el trabajo de los periodistas, monitorear las redes sociales, hacer la pauta y reportear; en Radio Nacional son escribir noticieros, escribir los bloques de las noticias, reportear y entrevistar.

En Radio Legislativa, los filtros en las publicaciones comienzan a generarse cuando la coordinadora revisa la redacción e identifica lo que le hace falta y se corrige. En Transparencia Activa, el filtro está en el proceso de elaboración de la misma nota, en la sala de redacción. En Televisión de El Salvador, el primer filtro es cuando se decide qué se va a cubrir, el segundo, es cuando el editor de contenidos revisa la edición y sugiere qué hay que cambiarle. Son varios filtros y pueden llegar hasta la Directora del canal o al Subsecretario (de Comunicaciones). En Radio Cadena Cuscatlán, los filtros principales son cuando se da el punto de vista sobre qué le interesa a la institución armada que se conozca. En Radio Nacional de El Salvador se considera que no existen filtros, y que algunas cosas se van al momento de transmitir la información, luego de asignar la cobertura. En Televisión Legislativa se señala que el filtro es el encargado de noticias, pero que su trabajo es más de organizar cómo irán los contenidos.

9.3. FRECUENCIA CON LA QUE LOS PERIÓDICOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL RECIBEN QUEJAS O COMENTARIOS DE PARTE DE LA AUDIENCIA

Diario Co Latino recibió tres quejas en 2013, por información publicada en los espacios siguientes: una palabra en un pie de foto, un comunicado pagado que hacía señalamientos contra una empresa y por un término mal empleado dentro de una noticia. En Diario El Mundo, durante 2013 se recibieron dos o tres reclamos al mes, por aspectos de precisión en la redacción.

Tabla 7
Canal establecido para recibir quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia en Co Latino y Diario El Mundo

Medio de Comunicación	Canal	Promoción de canal para recibir quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia
Diario Co Latino	Teléfono, correo electrónico y carta.	En la edición impresa del periódico.
Diario El Mundo	Correo electrónico.	En el sitio web está un directorio de correos electrónicos.

Tabla de elaboración propia.

9.4. FRECUENCIA CON LA QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTATAL RECIBEN QUEJAS O COMENTARIOS DE PARTE DE LA AUDIENCIA

Hasta el momento de la investigación (septiembre de 2016), los medios estatales de comunicación no reciben quejas ni comentarios de sus audiencias, excepto Televisión de El Salvador, que recibió en promedio dos quejas el último año, previo a la investigación.

Tabla 8

Canal establecido para recibir quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia en medios de comunicación estatales y promoción de los mismos.

Medio de Comunicación estatal	Canal	Promoción de canal para recibir quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia
Radio Legislativa	Teléfono.	Cuñas radiales.
Transparencia Activa	Sitio web, redes sociales y correo electrónico.	No los promueven.
Televisión de El Salvador	Teléfono y redes sociales.	En la página web, en las redes sociales y programas.
Radio Cadena Cuscatlán	Twitter o Facebook, así como el correo de prensa, y el correo electrónico de la dirección y teléfono.	Cuña radial.
Radio Nacional de El Salvador	Facebook y teléfono en cabina.	No los promueven.
Televisión Legislativa	No tienen un canal específico para recibir quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia.	No cuentan con medio para la retroalimentación del público.

Tabla de elaboración propia.

Tabla de elaboración propia.

9.5. FORMA EN LA QUE LOS MEDIOS ESCRITOS PROCESAN QUEJAS COMENTARIOS O INTERROGANTES DE LA AUDIENCIA SOBRE LAS NOTICIAS QUE PUBLICAN

Para atender quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia, Diario Co Latino y Diario El Mundo se apegan a la Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta, y muestran voluntad para atenderlas, puesto que no demoran más de 24 horas para ello, sin embargo, ninguno de los dos tiene por escrito el proceso que siguen.

Tabla 9

Forma en que se procesan quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia en Diario Co Latino y Diario El Mundo

Medio de Comunicación	Forma en la que procesan quejas, comentarios o interrogantes
Diario Co Latino	El director habla con la persona u organización afectada, se da una explicación sobre lo ocurrido y luego se hace la corrección.
Diario El Mundo	El editor jefe conversa con el editor de la sección y hace la corrección. Se llama a la persona, se le pregunta qué se debería rectificar y la corrección se realiza en 24 horas.

Tabla de elaboración propia.

9.6. FORMA EN LA QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTATALES PROCESAN QUEJAS, COMENTARIOS O INTERROGANTES DE LA AUDIENCIA SOBRE LAS NOTICIAS QUE PUBLICAN

La mayoría de medios de comunicación estatales aseguran conocer los pasos a seguir para atender quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia sobre las noticias que publican. La voluntad editorial para rectificar y dar derecho a respuesta existe en todos los medios de comunicación estatal, según sus directores o jefes de prensa, lo cual se refleja únicamente de manera verbal, pues ninguno tiene un documento escrito donde esté plasmada esa intención. Los medios de comunicación estatales aseguran que la atención de quejas, comentarios o interrogantes de su audiencia, si las hubiera, sería inmediata. Aseguran que investigarían y luego responderían, pero sin dejar pasar más de un día.

Tabla 10

Forma en que se procesarían quejas, comentarios o interrogantes de la audiencia en medios de comunicación estatales

Medio de Comunicación estatal	Forma en la que procesarían quejas, comentarios o interrogantes
Radio Legislativa	La información se amplía y se pone en contexto.
Transparencia Activa	Se apegaría a la Ley Especial de Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta, así como también al Código de Ética Periodística que tiene APES.
Televisión de El Salvador	Publicaría una nota aclaratoria diciendo que la información se publicó por error.
Radio Cadena Cuscatlán	No lo tienen estipulado porque no han recibido quejas, comentarios o interrogantes.
Radio Nacional de El Salvador	La información se amplía y se pone en contexto.

Televisión Legislativa	Se revisa todo el proceso de la producción de la noticia y si se comprueba el error, se procedería a mostrar una nueva publicación, en este caso una nota aclaratoria.
------------------------	--

Tabla de elaboración propia.

9.7. RAZONES POR LAS CUALES LOS MEDIOS ESCRITOS NO CUENTAN CON UN OMBUDSMAN

La intervención de un ombudsman en Diario Co Latino se considera que no es tan necesaria con la entrada en vigencia de la Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta. En Diario El Mundo es valorado para efectos del control interno hacia el lector, pero dicha figura genera temor por la confusión que se podría dar entre los políticos, al considerar a un ombudsman como un sensor. El primero explicó que por razones económicas no lo emplea, y el segundo asegura que por costumbre de trabajar sin él y por la polarización política del país.

9.8. RAZONES POR LAS CUALES LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTATAL DE EL SALVADOR NO CUENTAN CON UN OMBUDSMAN

Los seis medios de comunicación estatales señalan que hay situaciones en las que es necesaria la intervención de un ombudsman, y si uno de ellos diera el espacio, los demás tendrían diferentes reacciones como curiosidad o esperar a que los funcionarios de alto nivel aprueben la creación de éstos.

Tabla 11
Medios de comunicación estatales y el ombudsman

Medios de comunicación estatales	Considera que medios de comunicación estatales están familiarizados con el ombudsman	Razón por la que no lo emplea
Radio Legislativa	No.	Sostiene que en la práctica tienen claro que debe garantizarse espacios de participación a la ciudadanía.
Transparencia Activa	Sí.	Señala que debería haber una figura en general, que involucre los medios públicos, medios privados y medios comunitarios.
Televisión de El Salvador	Sí.	Por el momento tienen otras prioridades, como la digitalización.

Radio Cadena Cuscatlán	No.	Nunca se ha visualizado como una figura necesaria y porque la gente no está tan acostumbrada a reclamar sus derechos.
Radio Nacional de El Salvador	Sí.	Primero debe tener el aval de los jefes de comunicaciones de la presidencia.
Televisión Legislativa	No.	Carencia de personal y porque no es una necesidad imperante.

Tabla de elaboración propia.

10. CONCLUSIONES

La transparencia no es una práctica en el ejercicio periodístico de los medios impresos ni de los estatales de El Salvador. No están abiertos al escrutinio público respecto a las decisiones que toman para publicar o dejar de hacerlo y tampoco promueven persistentemente el diálogo con sus audiencias para responder a sus inquietudes o corregir errores que éstos les puedan señalar.

No todos los periódicos impresos de circulación nacional de El Salvador abrieron sus puertas para responder sobre cómo operan desde sus salas de redacción. Co Latino y El Mundo fueron los únicos rotativos que lo hicieron. El primero se declaró como un medio de izquierda, y que publica para ciudadanos ideológicamente afines. Mientras que el segundo afirmó tener identificación con principios fundamentales como la defensa de la democracia, de la institucionalidad, de los derechos humanos, de la paz y de la armonía.

Por su parte, los medios de comunicación estatal han tenido apertura para dar a conocer que sus temas periodísticos de interés están en sintonía con lo que a las instituciones del Estado les inquieta exponer ante la opinión ciudadana. En ese sentido, estos se encuentran lejos de ser auténticos medios públicos que velen por los intereses ciudadanos, y están más orientados a ser difusores de lo que verticalmente se desea informar desde los despachos ministeriales.

Directores de periódicos escritos y medios estatales han proporcionado la información solicitada durante las investigaciones, pero ninguno publica sus procesos de producción para que sus audiencias los conozcan de manera directa, es decir, que el interés mostrado por hablar de si practican transparencia responde a una petición y no a una motivación genuina de ejercerla.

Ante la falta de transparencia en los medios de comunicación, cualquiera que no esté conforme con lo que se publique desconfiará de sus métodos periodísticos y de la honestidad de quienes informen.

En la organización de los periódicos para la producción de noticias, los gatekeepers están claramente definidos. Éstos últimos se encuentran ocupando cargos de editores, jefes de redacción, editor en jefe o director del periódico. En Diario Co Latino se conoce que la información es manejada desde un enfoque ideológico afín a la izquierda; mientras que en Diario El Mundo el enfoque es decidido en reunión de editores, por lo que la producción de los contenidos está influenciada desde el principio por los gatekeepers; de esta manera, la organización editorial garantiza una forma de trabajo ágil para producir.

En el caso de los medios de comunicación estatales, las funciones jerárquicas están definidas; los directores o jefes de prensa son quienes cumplen el rol de gatekeepers, desde que se seleccionan los temas hasta que se publican, pero también hay funcionarios públicos externos a la sala de redacción que intervienen o pueden llegar a hacerlo en un momento dado. En Transparencia Activa, un medio de comunicación de la Secretaría de Participación, Transparencia y Anticorrupción, el alto funcionario de dicha secretaría tiene un rol activo en la determinación de la agenda de los contenidos que ahí se publican.

Los medios de comunicación apenas dialogan con sus audiencias para corregir errores. Diario Co Latino recibió en el año de la investigación tres quejas o peticiones de derecho de rectificación o respuesta, mientras que en Diario El Mundo, en promedio mensual, reciben tres quejas o peticiones de derecho de rectificación o respuesta. Los dos periódicos dan solución a las mismas en 24 horas, y si toma más tiempo, es porque están trabajando en ello. Por su parte, de los medios de comunicación estatales, sólo uno ha recibido petición de rectificación o respuesta.

No tener establecido por escrito el procedimiento para atender quejas o interrogantes para rectificar es otra evidencia de que los medios impresos y estatales carecen de un interés genuino por atender a las audiencias, aunque a la sombra está el argumento de la entrada en vigencia de la Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta.

La aplicabilidad de dicho cuerpo de ley también es excusa para no contar con un ombudsman de las audiencias en Diario Co Latino, otra justificación para no tenerlo en dicho rotativo es el coste económico que éste representaría. Mientras tanto, Diario El Mundo no lo posee porque considera que los partidos políticos usarían esta figura sin nobleza. Los dos periódicos están familiarizados con el ombudsman y ambos lo implementarían si otro periódico lo hace.

Los medios estatales de comunicación tampoco tienen un ombudsman a pesar de que están familiarizados con dicha figura, pero no promueven su creación, porque consideran que la decisión de implementarlo la deben tomar los altos funcionarios de la dependencia gubernamental a la que está vinculado el medio. La creación del ombudsman favorecería la transparencia de los medios estatales de comunicación y a la vez estimularía a la ciudadanía a participar respecto a los contenidos informativos que éstos producen.

Ninguno de los periódicos hace pública la agenda de trabajo ni la abre para que los lectores puedan ser partícipes de ésta.

Los medios de comunicación estatal y escritos, para hacer valer el derecho a la información que tienen sus audiencias, deben trabajar por ser activamente transparentes para así dialogar con sus públicos acerca de sus motivaciones editoriales, del proceso de producción de noticias que siguen y entablar con éstos una relación franca y honesta para corregir errores o tomarlos en cuenta. La transparencia desde los medios de comunicación no puede ser impuesta por ninguna ley, debe surgir de la vocación genuina por respetar a los consumidores de sus noticias y contribuir a una sociedad más democrática.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (4 de septiembre de 2013). *Ley Especial del Ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta*. Recuperado de <http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-dedocumentos-legislativos/ley-especial-delejercicio-del-derecho-de-rectificacion-orespuesta>
- Campos, E. y Redondo, M. (2015). *Meta periodismo y transparencia informativa en el periodismo del siglo XXI*. Doi: 10.14198/OBETS2015.10.1.07.
- Diario Colatino (s.f.) *Reseña histórica de Diario Co Latino*. Recuperado de <http://www.diariocolatino.com/resena-historica-de-co-latino/>
- Echaniz, A. y Pagola, J. (2004). *Ética del profesional de la Comunicación*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer.
- García, C. (2014). *La transparencia en la producción de noticias de los medios escritos de circulación nacional de El Salvador (Trabajo de grado de maestría)*. Universidad Europea Miguel de Cervantes, Valladolid, España.
- González, M. (2013). *Atrás de la transparencia*. Medio Lleno. Recuperado de <http://mediolleno.com/sv/noticias/atras-de-la-transparencia>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ª edición)*. México: McGraw-Hill Education.
- Kovach, B. & Rosentiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid, España: Santillana.
- McQuail, D. (1999). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Paidós.
- MediaAct. (2012). *Best Practices Book: Media Accountability and Transparency across Europe*. Austria: Institute of Journalism and Communication of the University of Tartu.
- Merino, M. (2005). *Transparencia: Libros, autores e ideas*. México DF, México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).
- Morales, M. (2008). *Transparencia y Medios de Comunicación*. México: Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal.
- Palacios, S. V. (2013). *Propuesta de Plan de Negocios a Radio Cuscatlán, a efecto de que sirva de guía en la Planificación, Organización, Coordinación y Control de sus recursos y actividades, y de esa forma ser más eficientes en la gestión de la estación. (Tesis de maestría)*. Recuperado de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/3626/1/658.404-P153p.pdf>
- Pérez, R. y Carballo, W. (2013). *El mapa de medios en El Salvador. Todo queda en familia*. En O. Pérez. (Ed.), *Comunicación información y poder en El Salvador* (pp. 45-76). San Salvador, El Salvador: Fundación Comunicándonos.
- Piñeiro, A. A. (2006). *Enciclopedia de periodismo*. Buenos Aires, Argentina: Veleta Ediciones.
- Requejo, J. L. y Reis, C. (2013). *El reto de la transparencia en las organizaciones de periodismo de investigación sin ánimo de lucro en América Latina*. *Conexão Comunicação e Cultura*, 12 (23): 141-154.
- Vargas, J. M. (2000). *Para oírte y mirarte mejor... La Industria Radial y Televisiva en El Salvador (1926-2000)*. San Salvador, El Salvador: Asociación Salvadoreña de Radiodifusores (ASDER).

ENLACE ALTERNATIVO

<https://revistas.uca.edu.sv/index.php/realidad/article/view/4515/4506> (pdf)

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/amei/amei/journal/769/7695310007/7695310007.pdf>

[Cómo citar el artículo](#)

[Número completo](#)

[Más información del artículo](#)

[Página de la revista en portal.amelica.org](#)

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Carlos García Rodríguez

Retos de la comunicación en Centroamérica. La transparencia en la producción de noticias en periódicos y medios de comunicación estatales

Challenges of communication in Central America.

Transparency in the production of news in newspapers and state media

Realidad, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades
núm. 149, p. 121 - 145, 2017

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas,
El Salvador

realidad.director@uca.edu.sv

ISSN: 1991-3516

ISSN-E: 2520-0526

DOI: <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i149.5666>



CC BY-NC 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.