

# Editorial

## *Libertad de expresión y voluntad de verdad*

En El Salvador, al igual que en otras partes, los medios de comunicación de masas se han vuelto determinantes en la configuración de la opinión pública y en el rumbo de la actividad política. El poder derivado de este doble papel ha llevado a que los medios salvadoreños se consideren a sí mismos los baluartes únicos de la democracia y los defensores de sus libertades y se hayan apropiado de la potestad de juzgar, de forma inapelable, la vida nacional y privada. Envueltos en una especie de halo autoritario, se creen intocables, así como en otro tiempo lo fueron los políticos; aunque algunos todavía pretenden serlo como, por ejemplo, los magistrados de la Corte Suprema de Justicia. Es necesario preguntarse, por consiguiente, si los medios de comunicación de masas salvadoreños contribuyen a la democracia y a las libertades, tal como lo aseguran.

### 1. La democracia no suprime la mentira en los medios

Golpear a un periodista es una agresión que debe ser condenada en sí misma, de la misma forma que se debe condenar cualquier agresión contra cualquier persona. Pero propinar golpes a un periodista no es la forma más frecuente, ni la más grave, de atentar contra la libertad de expresión, en El Salvador. La forma más grave y frecuente de atentar contra ella es falsear la verdad u ocultarla. En la guerra civil se llegó incluso a asesinar periodistas para impedir que la verdad fuera conocida; bastantes de ellos fueron obligados, con amenazas de muerte, a abandonar el país. En la actualidad, estos métodos ya no se practican. Pero eso no significa que el régimen que se presenta como democrático garantice, por sí mismo, el conocimiento y la difusión de la verdad. A veces, da la impresión que régimen democrático equivale, de forma más o menos mecánica, a un medio donde predomina la verdad —concepto que ha sido sustituido por transparencia. En realidad, hoy se sigue mintiendo igual que antes, pero de una manera distinta. La

razón de la mentira siempre es la misma: los intereses, la ideología o las simpatías de los propietarios de las empresas mediáticas predominan sobre la objetividad y la verdad de la información.

Sin voluntad de decir la verdad, tampoco hay libertad de expresión. Contrario a la experiencia actual predominante, El Salvador ha sido un país con tradición de verdad. Desde Rutilio Grande hasta Mons. Romero e Ignacio Ellacuría, muchos son los que se han esforzado por encontrar y decir la verdad sobre la realidad nacional, llegando al extremo de dar su vida por amor a ella. No se puede, pues, alegar desconocimiento de lo que sea esa voluntad, ni de los compromisos que implica su práctica. Quien tiene voluntad de verdad hace de su búsqueda y su difusión una prioridad, a la cual subordina todo lo demás. Pero para ello hay que estar libre de presiones y despojarse de toda clase de prejuicios. Esta libertad es condición necesaria para poder dedicar la vida a encarnar esta vocación de servicio. Sólo encuentra la verdad quien consagra su vida a buscarla por encima de cualquier otra cosa.

En vez de cultivar esta tradición, la prensa salvadoreña, por lo general, no difunde “noticias de verdad”, sino que elabora con gran cuidado sus notas, de tal manera que éstas son más virtuales de lo que la comprensión técnica de este concepto puede dar a entender. Edita las entrevistas —sin la aprobación del entrevistado. Cada medio cuenta con su propio elenco de invitados, seleccionado de acuerdo a las preferencias de su agenda particular; las preguntas y la conducción de la entrevista responden a una intención predeterminada, más explícita que implícita, derivada de la agenda del medio, de tal manera que el pensamiento y la opinión del entrevistado son tratados como un simple instrumento para impulsarla o suscribirla —nunca para discutirla. Cuando un medio decide ser crítico, el editor se limita a contraponer las opiniones encontradas, sin aventurarse a emitir una opinión de la cual se haga responsable.

Una de las mayores dificultades que encuentran los grandes medios de comunicación de masas salvadoreños para poner en práctica su voluntad de decir verdad y ejercer su verdadera libertad es su estrecha vinculación al poder político. Es incuestionable que estos medios se han llegado a convertir en actores políticos de primera magnitud, así como lo son los grupos de presión, los movimientos sociales y los partidos políticos. Al igual que ellos, los medios tienen su propia agenda, la cual no necesariamente tiene carácter nacional. Al contrario, por lo general, es parcial, en cuanto responde a tendencias e intereses particulares. En la medida en que los medios participan en las mismas luchas políticas de los grupos, los movimientos y los partidos, es imposible que su prioridad la constituya la búsqueda y difusión de la verdad. Es más, están al servicio de las exigencias de esas luchas, en las cuales participan desde posturas adoptadas de antemano y que responden a motivos muy distintos a la búsqueda de la verdad. Por lo tanto, los medios se ven sometidos a los vaivenes de tales luchas y la verdad queda subordinada a los

objetivos de su lucha. Aun cuando un medio se planteara como prioridad buscar y difundir la verdad, en cuanto actor político, no puede evitar las presiones, las cuales son más fuertes cuanto más polarizado es el contexto social en el cual se desenvuelve. La fidelidad a la verdad no es nada fácil. Sólo son fieles aquellos pocos con vocación de verdad. La mayoría tiende a privilegiar su propia agenda, dejando la verdad en un segundo plano; si es necesario, también la manipulan para esconder sus intenciones reales. Esta situación se complica cuando el medio está concebido y es dirigido como una empresa.

La acción política de los medios es doble. Por un lado, proporcionan identidad a los diversos actores políticos —partidos, movimientos sociales, grupos de presión, funcionarios y dirigentes. La opinión que la sociedad tiene de ellos depende, en buena medida, de la imagen que los medios proyectan. Quien no aparece en ellos, no existe para la realidad política nacional. Y, según como aparezca, así será la imagen que la opinión pública se forme. Este poder para crear, destruir o ignorar la imagen de los actores políticos hace que éstos sean los destinatarios de una buena parte de los mensajes de los medios. Ni los actores ni el sistema político pueden mostrarse indiferentes ante estos mensajes, sino que se ven forzados a reaccionar. Por otro lado, los medios también se hacen eco de la actividad del sistema y de los actores y la trasladan a la opinión pública, pero tamizada por su propia agenda. Por consiguiente, es frecuente que sólo transmitan los mensajes que les interesan y así conduzcan el debate público ahí donde les conviene. Es por eso que las fuerzas sociales y políticas tratan de colocar sus propios temas en la agenda de los medios; si no lo consiguen, ambos pasan desapercibidos por igual. En una democracia, el gobierno sólo con mucha dificultad adoptará una decisión que encuentre oposición tenaz en los medios. Y, a la inversa, si éstos insisten en algo, lo más probable es que lo consigan. En la práctica, no se puede prescindir de ellos.



En El Salvador, la agenda de los medios, con algunas excepciones, coincide, en lo fundamental, con la del gobierno y la gran empresa privada, de tal manera que los primeros se han convertido en simples portavoces de éstos. Sin embargo, con facilidad pasan de portavoces a servidores. Desde el punto de vista técnico, la labor de los medios se facilita bastante, porque difundir información oficial —boletines, declaraciones e incluso impresos propagandísticos— no supone mucho trabajo. En cuanto fuente privilegiada de información e instrumento determinante de la percepción que su audiencia pueda tener de la realidad nacional y de la actividad política, en particular, los medios salvadoreños son aliados indispensables del gobierno y del poder económico. Es más, ni siquiera se molestan en ocultar esa alianza incondicional. Sólo en situaciones extremas y por razones muy particulares, osan oponerse.

Es cierto que en la actualidad, la prensa salvadoreña ha dado muestras de mayor independencia del poder y habla de temas que hasta no hace mucho eran ignorados o silenciados —como, por ejemplo, la corrupción, el deterioro del medio ambiente, la emigración, los partidos políticos, la fiscalización de las instituciones públicas, etc. Pero estos temas nuevos y el profesionalismo con el cual son tratados están subordinados a la agenda política del medio, la cual no sólo señala el límite hasta dónde el periodista puede llegar, sino también el enfoque. Así, por ejemplo, denuncian la corrupción en el sistema judicial y en la Asamblea Legislativa, pero guardan un silencio cómplice respecto a la del poder ejecutivo. La investigación periodística, una actividad también novedosa, sobre todo en la prensa escrita, la mayoría de las veces, no supera la mediocridad. Busca más escandalizar que informar de manera objetiva y veraz, rastrea lo oculto, pero se queda en lo trivial y no puede sacar conclusiones, ni hacer recomendaciones, porque no alcanza a comprender el problema de fondo; tampoco da seguimiento a sus averiguaciones. En vez de ello, prefiere concentrarse en casos particulares, en determinados hechos, crímenes o catástrofes. A veces, el periodista ni siquiera investiga, puesto que la información le es proporcionada por una fuente interesada en filtrarla por razones particulares, las cuales coinciden con las del medio que la difunde. La investigación periodística se guía por el mismo criterio del poder que la policial: averigua y difunde aquello que no va en detrimento de los poderosos. Es así como intereses espurios predominan en una actividad cuya función primordial debiera ser fiscalizar el poder y promover el bienestar de la sociedad. La prensa salvadoreña está lejos aún del periodismo de investigación, entendiendo por tal aquel que nace por iniciativa de los periodistas, que trata el tema de manera profunda y profesional y saca a luz aquello que algunos intentan mantener oculto.

La cobertura periodística de los terremotos, por ejemplo, fue fragmentaria, trivial y no verificada. Los noticieros de la *Telecorporación Salvadoreña* obviaron criticar la política gubernamental para distribuir la ayuda; en vez de ello, se concentraron en lo emotivo y lo trágico, sin ir más allá, evitando las

complicaciones. En cambio, los noticieros de *Canal 12*, que se atrevieron a cuestionar cómo esta siendo distribuida la ayuda, atrajeron sobre sí la furia del poder ejecutivo, el cual no sólo arremetió en público contra ellos, sino que, además, intentó imponer censura a sus mensajes —a través de la intervención personal del presidente de México, aprovechando que se trata de una inversión de ese país— y ahogar financieramente a la empresa, suprimiendo la publicidad gubernamental e influyendo para que la gran empresa privada salvadoreña hiciera otro tanto. La cobertura de los ataques terroristas del 11 de septiembre del año pasado es otro buen ejemplo de tratamiento mediocre. Esta vez, los medios salvadoreños se limitaron a repetir el guión de las grandes agencias noticiosas internacionales, es decir, estadounidenses. Ninguno mostró interés alguno por la perspectiva de los países del Medio Oriente.

Es cierto que los medios salvadoreños están ahora más abiertos que antes al debate plural de ideas y posturas, pero es un pluralismo más formal que real, pues sigue siendo tan limitado y tendencioso como lo fue durante el conflicto armado. Es un mito que la prensa se haya abierto al pluralismo en 1992, a raíz de los acuerdos de paz. En realidad, este espacio fue conquistado en la década de los ochenta, en medio de la guerra. En ese entonces, los medios electrónicos abrieron la brecha. No así los medios impresos, los cuales esperaron hasta 1992 para seguir su pauta con cierta timidez. No obstante, esta apertura no duró. No se le dio tiempo para que se consolidara. A raíz de los terremotos del año pasado, la prensa, con algunas excepciones, cedió antes las presiones del gobierno y cerró los espacios conquistados. En la actualidad, ya no matan a los periodistas, pero ahogan económicamente a los medios que no siguen la línea oficial. De todas maneras, el resultado es el mismo: el silencio. En la actualidad, las voces consideradas demasiado críticas son marginadas o incluso excluidas. Algunos medios promueven la diversidad de opinión, pero no como mecanismo para buscar la verdad, sino por el simple gusto de lo diverso. Las opiniones diferentes no son tomadas en serio, sino que son utilizadas para vender más. Esta apariencia de apertura es utilizada para legitimar la imagen de democracia que se pretende proyectar. Un pluralismo sin voluntad de verdad es un pluralismo vacío.

---

En El Salvador, la agenda de los medios, con algunas excepciones, coincide, en lo fundamental, con la del gobierno y la gran empresa privada, de tal manera que los primeros se han convertido en simples portavoces de éstos.

---

La apertura de la carrera de periodismo en las instituciones de educación superior ha contribuido, en los últimos años, a que la profesión sea ejercida por jóvenes mejor formados que sus antecesores. Los aficionados de antes

han sido sustituidos por nuevas generaciones de profesionales, cuya influencia se hace sentir, en unos medios más que en otros. Es menor ahí donde el compromiso con el poder es mayor, donde la formación profesional es más deficiente o donde sólo existe una simple necesidad económica —en contradicción con la vocación periodística. En estos casos, el periodista pregunta, comenta y responde a una, atropellando al entrevistado; se pierde en consideraciones confusas y sin sentido, desembocando con frecuencia en una apología sin valor de la última idea de moda; se repite o hace afirmaciones imprecisas sobre personas, sitios y temas, aparte de violentar el lenguaje sin ningún pudor. No son pocos los que hacen más gala de arrogancia que de capacidad para el análisis inteligente de los problemas. A sus audiencias, al final, no les queda más que soportarlos o buscar alternativas, las cuales no siempre están disponibles.

Al no haber una buena tradición profesional es más difícil contrarrestar estas tendencias, las cuales, en último término, desprestigian al periodista. Este tipo de ejercicio profesional no hace ningún bien a la lucha por la dignificación e independencia de la profesión, ni contribuye a la construcción de una cultura democrática, ni, en definitiva, a la libertad de expresión. Más bien, se trata de empresas que contratan empleados para cumplir órdenes. El nuevo nivel de formación de los periodistas jóvenes y las nuevas tecnologías de la comunicación no siempre son puestas al servicio de la voluntad de verdad, que debiera ser el fundamento del ejercicio de esta profesión. Es más, con frecuencia se confía más en la novedad de los instrumentos que en el servicio que éstos pudieran prestar a la difusión de la verdad. No es extraño, entonces, que haya cada vez más periodistas jóvenes que dejan los grandes medios de comunicación, desengañados y frustrados por el uso que empleadores hacen de sus talentos y habilidades. Sus imposiciones son tales que impiden el desarrollo y la maduración de estas vocaciones profesionales, para beneficio de la sociedad salvadoreña.

El poder de la prensa no contrarrestado por la responsabilidad social y ética, desemboca en la arrogancia y la prepotencia. Algunos medios llegan al extremo de considerarse baluartes de la democracia e interpretan la discrepancia ideológica o política como un ataque indebido contra la libertad de expresión y el derecho a la información e incluso contra la democracia. Con semejante actitud, suprimen la crítica y el debate y se colocan como árbitros supremos de la vida nacional e incluso privada —acusan, juzgan y condenan sin el menor escrúpulo. Asimismo, se niegan a rectificar información falsa o malintencionada y si lo hacen, la rectificación la acompañan con una nota, en la cual la dirección enfatiza su postura original y denigra a quien la ha demandado.

Esta prensa no puede ser considerada baluarte de la libertad de expresión o de la democracia, simples banderas que utiliza para justificar sus ataques contra aquellos que considera sus enemigos. Con quien es afín al poder, contemporiza y se muestra comprensiva; en cambio, con la oposición, es

cruel y despiadada. Aunque la línea es establecida por los propietarios de los medios, los periodistas, con frecuencia, la asumen como propia —algunos convencidos de que defienden la buena causa, y otros, obligados por la necesidad de conservar el empleo. En nombre de esa libertad y de esa democracia, esa prensa se considera libre para impulsar su agenda, aun cuando para ello manipule, tergiversa o mienta abiertamente.



## 2. La democracia tampoco garantiza la libertad de expresión

Los medios grandes de comunicación de masas son, en la realidad, grandes empresas comerciales, que venden servicios de publicidad. La dimensión empresarial predomina sobre cualquier otra y, por consiguiente, impone una limitación más a la autonomía del medio y de su personal especializado. En consecuencia, la función social que los medios de comunicación de masas se atribuyen está también determinada por las necesidades de sus propietarios, en detrimento de las de la sociedad. Aun cuando se dice social, su función está muy determinada por el interés privado, en contraposición al interés público. Puestas en el mismo nivel la libertad empresarial y la libertad de expresión, el fiel de la balanza se inclinará, invariablemente, por aquella, porque la rentabilidad se presenta como indispensable para mantener funcionando el instrumento, con el cual se pretende ejercer la segunda. Es decir, al final del ejercicio, la libertad de expresión debe arrojar un determinado rendimiento empresarial, el cual es medido en los términos monetarios de la ganancia.

Así, pues, la libertad de expresión no es buscada, ni cultivada como un bien en sí misma, sino que está puesta al servicio de las ganancias de la empresa mediática. El medio opera más de acuerdo con la libertad de empresa que con la de expresión. Esta dinámica empresarial lo lleva, además, a formar parte de bloques económicos, mediáticos e incluso no mediáticos, de los cuales deriva más poder para influir en las políticas nacionales y también para obtener más ganancias. Aunque en el país no existen bloques económi-

cos mediáticos gigantes, como los de Colombia, México o Brasil, la lógica que los rige es idéntica a la de éstos. La amplitud con la cual se maneja la libertad de la empresa anula cualquier reparo que pudiera surgir por convertir el medio en un negocio como cualquier otro. Incluso la legislación sobre la libertad de expresión —prensa, información, comunicación, réplica, etc.— favorece el interés comercial y la acumulación de propiedad de medios de comunicación de masas. Si a esto se añade un desempeño profesional mediocre, el resultado son prácticas abusivas o reñidas con la moral, lo cual, a su vez, atenta contra la misma libertad de expresión —respeto, calidad, veracidad, etc. La libertad de expresión se ve, pues, reducida a instrumento de uso y, no pocas veces, de abuso. Por lo tanto, la defensa del poder político y el interés empresarial coinciden y determinan el tipo de noticia, publicidad y entretenimiento difundidos.

---

En la actualidad, ya no matan a los periodistas,  
pero ahogan económicamente a los medios que  
no siguen la línea oficial.

---

Al plantearse como objetivo último el binomio ganancia e índice de audiencia, la consecuencia lógica es que la empresa mediática se dedique más a entretener que a informar, más a seducir que a comunicar, más a trivializar la realidad que a profundizar en ella, más a manipular la opinión que a informarla y formarla. Es inevitable, por lo tanto, la subordinación o, en el mejor de los casos, la alianza, de la empresa mediática al poder económico y político, en detrimento de su capacidad para la crítica y la fiscalización del desarrollo de la actividad estatal y social. Los propietarios reclaman la libertad de expresión y prensa para defender y justificar esta subordinación o alianza, pero, en realidad, lo que exigen más bien es libertad empresarial. Al confundir de manera intencionada estas dos libertades, caen en una contradicción flagrante que los pone en evidencia.

Por un lado, se muestran reacios a cualquier disposición que pueda limitar su libertad para decir lo que quieran, sin censura o coacción de ninguna naturaleza —exceptuando las limitaciones que impone la ley de no difamar, calumniar ni injuriar. Estos aparentes defensores acérrimos de la libertad de expresión suelen protestar airados cuando se les exige veracidad en la información, alegando que semejante exigencia es una censura inaceptable. En virtud de ese poder superior intangible del cual se creen investidos, se consideran con derecho para difundir lo que se les antoja. Cuando conviene a sus intereses, confabulan, usan la información como propaganda, ocultan hechos, suprimen parte de los datos disponibles, presentan como objetivo lo que es simple apreciación subjetiva, mezclan información con opinión, gene-

ralizan lo parcial, etc. El resultado final es la institucionalización de la mentira y del encubrimiento, en nombre de la defensa de la libertad de expresión. Esto no es más que la perversión de lo que debiera ser la búsqueda y la comunicación de la verdad.

Por otro lado, sin embargo, esa libertad que supuestamente los libera de todo lo que no sea difamación, calumnia e injuria, tiene un límite insalvable, el cual no es reconocido por los propietarios de estas empresas: la rentabilidad y el apoyo incondicional al orden establecido. No puede ser libre quien impone la censura para ganar más o para apoyar a un determinado proyecto político. De hecho, la censura que los propietarios y editores de estas empresas ejercen es inflexible y dura, hasta el punto de crear objeciones de conciencia a los profesionales más sensibles. La censura interna impide al periodista ejercer su libertad para investigar y comunicar la verdad, y coloca el interés empresarial por encima de cualquier consideración de responsabilidad social o ética. Por eso, se oponen a mecanismos de control como el código de ética periodística, el derecho de réplica, el defensor del lector, etc. Esta realidad es guardada con gran celo. Casi nadie se atreve a hablar de ella de modo abierto, pero eso no significa que no forme parte de la realidad cotidiana del periodista.

Estas dinámicas hacen que las prácticas oligopólicas, en el mundo de los medios de comunicación, sean vistas como algo natural. La existencia de grandes conglomerados de la comunicación no sólo permite a sus propietarios incidir de manera decisiva en la configuración de la conciencia colectiva, sino que también les facilita el control de los mercados publicitarios —el público y el privado. Los grandes empresarios mediáticos tienen poder para abrir o cerrar el acceso a dichos mercados, decidiendo así el destino de cualquier medio de comunicación. Utilizan este poder para retribuir a aquellos medios que se suman a su proyecto político así como también para castigar a aquellos que se oponen a él o que incluso operan al margen de él. La participación activa del gobierno en este sistema de recompensas y castigos fortalece la posición del oligopolio. En efecto, el gobierno también interviene en la dirección de la política de comunicación de los medios, librando o conservando las cargas tributarias, concediendo o reteniendo licencias para operar, facilitando o entorpeciendo el flujo de información y legislando a favor de unos y en contra de otros. El enorme peso específico de la pauta publicitaria del gobierno salvadoreño es un formidable instrumento para presionar. Las empresas publicitarias y los medios que asumen como propia la línea gubernamental son premiadas generosamente, tanto que la sumisión de los últimos es escandalosa. Entre los castigados o, al menos, entre los no favorecidos se encuentran los medios que proponen un proyecto alternativo de comunicación, más independiente, más libre y más novedoso.

Los propietarios de las grandes empresas mediáticas gozan de libertad casi total para manifestar sus preferencias y rechazos; en cambio, su libertad para

buscar y comunicar la verdad está muy restringida. Ciertamente, cuando esa verdad es contraria a los intereses de los poderosos, los propietarios guardan silencio e incluso mienten. De esta manera, las empresas mediáticas se han convertido en instrumentos de propaganda para apoyar al poder, proyectando una imagen favorable de él, al mismo tiempo que hacen dinero; mientras que la imagen que proyectan de sus adversarios es exactamente la opuesta. La práctica del oligopolio arrastra consigo no sólo la prepotencia y la arrogancia, sino también la incapacidad para criticarse a sí mismo, excepto en términos de rentabilidad y audiencia. Estas empresas tampoco reconocen la existencia del monopolio de la información y la opinión, el cual practican sin escrúpulo alguno, en nombre de la libertad de expresión y la democracia.

Estas prácticas son contrarias a la libertad de expresión y a la libertad de mercado, valores fundamentales de la democracia. Es contradictorio que el instrumento principal para ejercer la libertad de expresión esté reservado a un determinado grupo de propietarios. Un Estado democrático de derecho garantiza el acceso universal a los medios de comunicación. En El Salvador, este acceso es un privilegio. Las llamadas radios comunitarias, de alcance local, pero más libres e independientes, tuvieron que dar una dura batalla para vencer la resistencia de las empresas mediáticas, las cuales les negaban el derecho a operar. Su mera existencia es una amenaza potencial al monopolio de la información y la opinión. Si el acceso a un medio de comunicación está reservado a los grandes capitalistas y, además, está condicionado por la publicidad, que esos mismos capitalistas administran de manera discrecional, según sus preferencias, la libertad de expresión es una negación del derecho proclamado.

La libertad de expresión en El Salvador no se rige por la equidad, sino por la ley del más fuerte, la ley del monopolio empresarial, puesta en práctica de manera descarnada, sin paliativos. En el año 2001, siete de las dieciséis personas que más aparecieron en la prensa escrita pertenecían al poder ejecutivo y otras cuatro al legislativo. El gobierno no sólo es la mayor fuente de información de esta prensa, sino que, además, domina sus espacios. Su enfoque propagandístico presentó a los funcionarios de manera favorable y sus declaraciones fueron tomadas como evidencias, sin ningún asomo de crítica. Sólo en muy contadas ocasiones —en algunos de los suplementos dominicales de los periódicos—, la prensa hace uso de cierta libertad, desarrollando algunos temas con independencia. Por eso, no debe extrañar que la mayoría considere la crítica como agresión y la diversidad de pensamiento como ataque. Desde su incapacidad para dialogar con lo distinto y para buscar con honestidad lo mejor para la población, surgen el ataque y la exclusión con el propósito expreso de descalificar, denigrar y silenciar.

No se puede hablar de libertad de expresión cuando el gobierno se reúne, en privado, con los propietarios y los editores de las grandes empresas mediáticas para decidir los temas que van a tratar y su enfoque. En connivencia,

imponen la agenda sin ningún escrúpulo, dando al traste con el poco espacio que la libertad de información, expresión y prensa había conquistado. No obstante que fuentes gubernamentales y no gubernamentales han confirmado la existencia de estas reuniones, algunos propietarios tienen el descaro de exigir pruebas judiciales, como si se tratara de un proceso. Pero ésta es sólo una de las formas por medio de las cuales los más fuertes controlan la información y, por ende, restringen la libertad. A veces, utilizan otros medios más solapados. El año pasado, varios ministros, siguiendo instrucciones de Casa Presidencial, respondieron de la misma manera a un cuestionario, orientado a evaluar el segundo año del gobierno actual. Aparte de sorprender la buena voluntad de la prensa, Casa Presidencial engañó a la opinión pública. Pero de este hecho ya no se guarda memoria, ni es considerado como violación a la libertad de expresión.

---

La censura interna impide al periodista ejercer su libertad para investigar y comunicar la verdad, y coloca el interés empresarial por encima de cualquier consideración de responsabilidad social o ética.

---

La imposición de los más fuertes es una forma de violencia. Ultrajar, denigrar y silenciar a quien no piensa como el empresario o el editor jefe o incluso aprovecharse del poder mediático para perseguir y aplastar al adversario es también una forma de violencia. En muchos aspectos, tan condenable y absurda como las agresiones físicas de las cuales han sido víctimas los periodistas, en los últimos años. Aquella violencia, sin embargo, tiene el agravante de hacer a un lado la responsabilidad social de los medios. Por eso, tal vez, es una agresión más frecuente y hasta sistemática que las agresiones físicas. Un poco más de respeto a las fuentes de información, una mayor apertura de los propietarios de los medios hacia lo que no consideran políticamente correcto y un poco menos de sensibilidad feminoide de los editores jefes coadyuvarían mucho a que la libertad de expresión se desarrollara y consolidara en el país.

A raíz de incidentes callejeros, ocurridos el 1 de mayo (ver la "Crónica del mes", en esta misma edición), las empresas mediáticas, en sendos comunicados, se lanzaron contra el FMLN, acusándolo de agredir a la prensa y de atentar contra la libertad de expresión; pero es irónico que olviden otras agresiones de las cuales también han sido víctimas ellas mismas. Si estas agresiones fueran tomadas en cuenta, las airadas protestas contra el FMLN palidecerían, pues no sólo este partido habría atentado contra la libertad de expresión. Un diputado del Partido de Conciliación Nacional demandó a cinco periodistas por una noticia sobre la compra-venta ilegal de unas tierras municipales. Mientras que otro diputado de ese mismo partido ha hecho ya dos intentos para regular el contenido de los medios de comunicación, en concreto, la

crítica a los funcionarios. Un ex presidente del Banco de Fomento Agropecuario hizo lo mismo contra otro periodista, cuando sacó a la luz pública ciertas irregularidades en la administración de esa institución. No hace mucho, la Policía Nacional Civil dio la última de una serie de palizas a los periodistas. El boicot que el gobierno orquestó con la colaboración de la gran empresa privada para ahogar financieramente al *Canal 12* es otra agresión; lo mismo que el criterio con el cual ambos asignan la publicidad. No es raro que algunas fuentes estatales nieguen información a unos periodistas, pero se la proporcionen a otros, a quienes consideran "amigos" —este es el caso, por ejemplo, del jefe de comunicaciones de la Corte Suprema de Justicia, quien distribuye de manera discrecional los boletines de la institución. El director de la Policía Nacional Civil recompensa —con dinero proveniente de una partida de la cual dispone a su discreción— a aquellos periodistas fieles al gobierno, y en particular, a la institución que dirige, en nombre de la seguridad pública y la defensa nacional.

La conclusión que los propietarios de las empresas mediáticas han sacado de los incidentes ocurridos el 1 de mayo recién pasado es, pues, errónea. Según ellos, el FMLN no toleraría la libertad de expresión y conspiraría para suprimirla. Este partido de izquierda, según la interpretación de los empresarios, sería el enemigo principal no sólo de la libertad de expresión, sino también de las otras libertades democráticas. La agresión contra los periodistas y contra cualquier persona es censurable, pero aceptar la conclusión anterior es caer en la trampa de las empresas mediáticas nacionales. Es difícil aceptar que el FMLN represente una amenaza real para la democracia e incluso para los medios mismos. Por lo menos, no en la actualidad. Otra cosa es que los empresarios estén reaccionando de modo anticipado a lo que pudiera suceder en el futuro mediato, es decir, que el FMLN llegase a adquirir una cuota de poder suficiente como para modificar la forma en que sus empresas se desenvuelven. Pero ese sería otro problema. Más aún, en la pugna actual entre el FMLN y estas empresas, aquél lleva las de perder y éstas las de ganar, no porque tengan razón, sino porque tienen más poder, dada la relación existente entre sus propietarios, los funcionarios gubernamentales y los dirigentes de ARENA.

Los propietarios de las empresas mediáticas no reconocen su falta de independencia, no obstante ser evidente que han tomado partido por ARENA y su gobierno, y por el gran capital nacional y transnacional. No puede ser de otra manera, puesto que conciben sus medios de comunicación de masas como una empresa más. Asimismo, el tratamiento que dan a la información y a la opinión pública se explica por su participación activa y partidaria en la lucha política que el gobierno y el partido ARENA libran por igual contra el FMLN. Las empresas mediáticas están tan identificadas con ambos que incluso participan de sus mismos temores. La prueba irrefutable es el espacio, los titulares y las ilustraciones que utilizan para informar de esa lucha y ahuyentar sus miedos.

### 3. La misión: la verdad como medio para humanizar y liberar

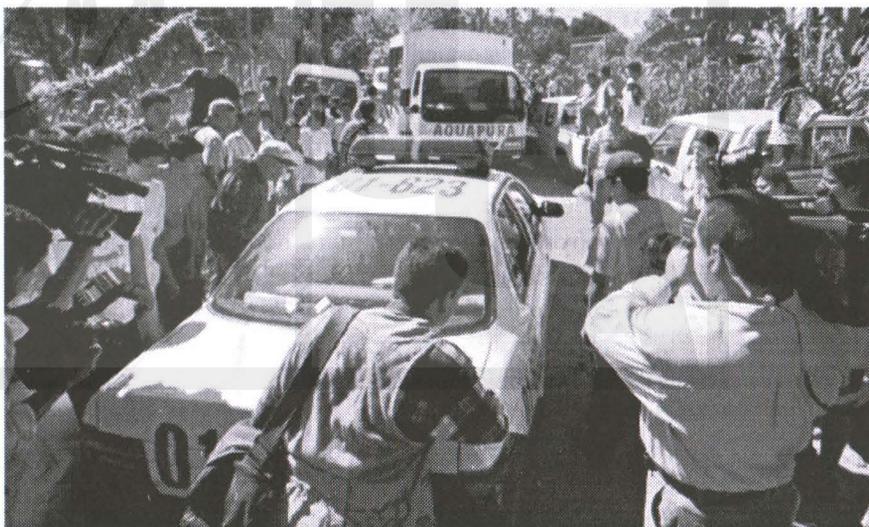
La identificación que, en la práctica, existe, entre la empresa mediática y los círculos del poder atenta no sólo contra la posibilidad de la existencia de medios de comunicación de masas libres, sino que cierra las posibilidades para buscar y encontrar la verdad. Como no es posible prescindir por completo de la dimensión empresarial, el ideal sería establecer un equilibrio entre los intereses de ésta y las exigencias de la libertad de expresión. Conservar este equilibrio no será nunca tarea fácil, porque al presentarse un conflicto de intereses, aquélla tenderá irremisiblemente a subordinar a ésta. Lo utópico sería que los medios fueran también libres de los intereses de cualquier empresa capitalista y de los círculos del poder, porque sólo así estaría garantizado el derecho a la libertad que proclaman. En ningún caso, sin embargo, la libertad de expresión puede confundirse con la libertad de mercado.

---

La libertad de expresión en El Salvador no se rige por la equidad, sino por la ley del más fuerte, la ley del monopolio empresarial,

---

La libertad del capital y del poder debe ir acompañada, simultáneamente, de la aceptación de responsabilidades sociales y éticas, por parte del medio de comunicación y de sus empleados. Estas responsabilidades no deben ser consideradas como limitaciones a la libertad de expresión, tal como argumentan bastantes empresarios y periodistas. Unos por interés y otros por servilismo e ignorancia confunden libertad con libertinaje —por eso asumen que pueden decir lo que se les antoja, denigrando a los demás, violentando la dignidad de personas e instituciones, que deben aceptar sus embestidas con resignación. En realidad, los medios que abogan por el libertinaje no



sólo no entienden la libertad de expresión, sino que ésta les es ajena. La libertad de expresión sólo se alcanza cuando es posible liberarse de las presiones del capital y del poder, por un lado, pero para buscar y difundir la verdad, por el otro. En esta doble dimensión de libertad de y libertad para se inscriben responsabilidades sociales y éticas inevitables, las cuales, bien entendidas, potencian la profesión periodística de buscar y difundir la verdad. El presupuesto fundamental es la existencia de una voluntad de verdad, la cual responde a una vocación que, en el fondo, es de servicio. Esta vocación tiene como misión la pasión por la verdad, de la cual se derivan una serie de principios, cuya observancia mantiene la práctica periodística dentro del horizonte de la verdad. Si esta cuestión es considerada desde una perspectiva simple y estrecha, esos principios acaban siendo interpretados como limitación; pero sin observarlos de manera rigurosa, no hay forma de alcanzar la verdad. Proclamar la ausencia de responsabilidad como justificación de la interferencia del capital y del poder político, es simple perversión.

En sentido estricto, la libertad de expresión no se orienta tanto a lo que las empresas puedan o no decir, sino a los espacios que abren para que los miembros de la sociedad puedan pronunciarse sobre los asuntos que les conciernen o les importan, sin experimentar coacción de ninguna especie. Esto implica información suficiente y objetiva, así como también interpretaciones lúcidas. En este sentido, las empresas mediáticas pueden convertirse y, de hecho, se han convertido en un obstáculo para la libertad de expresión, en lugar de ser un vehículo para su realización. Su falta de libertad es tan escandalosa que, por otro lado, en la actualidad, ya no gozan de la misma credibilidad de hace unos años. La opinión pública las aprecia menos, precisamente, porque las sabe al servicio de los intereses del capital y del poder político. Desde 1997 se observa un descenso continuo en la credibilidad de los medios ante los ojos de la población. Pocos años antes, ésta acudía a los medios para denunciar sus problemas y exigir una solución. En ese entonces, creía mucho en la eficacia de éstos; en la actualidad, esa credibilidad ha disminuido bastante.

Asimismo, el ejercicio de las libertades de expresión y prensa presupone cierto nivel mínimo de democratización de la sociedad y la política. En la medida en que el capital tienda a la concentración y, en consecuencia, el ejercicio de la política se incline hacia el autoritarismo, los medios de comunicación con mucha dificultad podrán verse libres de las presiones que estas fuerzas tienden a ejercer sobre ellos, amenazando, cuando no anulando, las posibilidades para la libertad. Pero es evidente, por otro lado, que esa tendencia sólo puede desarrollarse con la connivencia de los mismos medios. Una buena medida sería normar, en los términos más estrictos posibles, la asignación de la publicidad gubernamental. Es así como lo que debiera ser un servicio a la sociedad pasa a ser concebido y administrado como una empresa, la cual, entre otras cosas, también tiene una proyección social. Pero ese servicio a la socie-

dad, a través de la pasión por descubrir y comunicar la verdad, no es lo que determina, de hecho, las políticas comunicacionales, en El Salvador.

---

**Los medios deben elaborar y difundir un discurso que articule con una calidad mínima la realidad, el pensar, el sentir y las aspiraciones de la mayoría de la población, combatiendo la exclusión.**

---

Una sociedad tan polarizada como la salvadoreña también tiende a polarizar a los medios de comunicación, los cuales difunden el discurso del bando por el cual han optado al mismo tiempo que denigra el del adversario. Pero la vocación y la responsabilidad social y ética de los medios de masas debieran llevarlos a buscar la manera de contribuir a reducir este nivel de polarización. Esto sólo es posible si tienen voluntad de verdad y asumen su vocación de servirla de manera incondicional. En realidad, lo que polariza a los medios y a la prensa en particular es la verdad. Son los medios que la buscan y la difunden con pasión los que llevan a que los están al servicio del poder mientan. Si no hubiera quien dijera verdad, todos mentirían, pero no habría polarización y viceversa. La consagración a la verdad suprimiría la polarización. Si la prensa no tuviera otro partido que el de la verdad, el nivel de la confrontación política y social disminuiría de inmediato; si la prensa se esforzara por mostrar la falsedad de los argumentos esgrimidos por aquellos que mienten, la polémica perdería interés; si la prensa tuviera voluntad de verdad, obligaría a los actores políticos a intentar no mentir. Por lo tanto, la amenaza principal a la libertad de expresión no proviene de la izquierda, como quiere hacer aparentar la derecha, sino de la inexistencia de medios libres e independientes.

Cuando los medios de comunicación social no cumplen con su verdadera misión, dejan un vacío difícil de llenar, porque son ellos los llamados a difundir los elementos fundamentales que hacen posible la convivencia humana. No se trata sólo de trasladar información y de poner en contacto a la sociedad con la realidad, sino de contribuir a su formación política y cultural, a la constitución de un auténtico cuerpo ciudadano y a la creación de una opinión pública abierta, informada y eficaz en sus demandas, proporcionándole claves para la interpretación de su propia realidad y promoviendo el debate público. Los medios deben elaborar y difundir un discurso que articule con una calidad mínima la realidad, el pensar, el sentir y las aspiraciones de la mayoría de la población, combatiendo la exclusión. Cuando los medios no llenan esta función, el desinterés y el sentimiento de abandono son inevitables. La exclusión se da porque el discurso es ajeno a la realidad de la mayoría de la población y porque ésta lo percibe al servicio del interés de los ricos y poderosos. Al mismo tiempo, es perentorio promover el respeto y la

dignidad de las personas, evitando las insolencias y las impertinencias, haciendo a un lado los prejuicios y haciendo un esfuerzo honesto por colocarse en el lugar del otro. El respeto a la privacidad y a la dignidad de las personas contribuye de manera práctica y mucho más de lo que se está dispuesto a aceptar a que los otros también aprendan a respetarlas.

Desde la perspectiva formalmente social, los medios debieran ser canales eficaces para trasladar las demandas colectivas al sistema político y sus actores. Por eso mismo, debieran cultivar el respeto reverencial al otro para no distorsionar sus demandas, ni crearlas de manera artificial. Así, pues, la clave para cumplir con su papel de intermediación está en la fidelidad a la realidad, individual y social. Los medios son un poderoso instrumento para sensibilizar a la sociedad sobre el valor de la democracia y, en este sentido, son también determinantes para contribuir al funcionamiento del régimen democrático, siempre y cuando eduquen para generar un discurso que articule saber e información para que la ciudadanía decida sobre los problemas que la afectan.

Por encima de cualquier otra consideración, los medios de comunicación de masas debieran ser instrumentos de humanización. Ocupan una posición privilegiada e insustituible y cuentan con los instrumentos idóneos para cultivar la igualdad social y política, el respeto a la diferencia, la solidaridad y la compasión hacia quienes sufren, la moral pública y privada, la no violencia y el diálogo como medio ideal para resolver los conflictos, la identidad colectiva y el sentido de pertenencia, etc. La difusión de la verdad como vehículo para humanizar debiera prevalecer sobre cualquier otra consideración acerca del papel de los medios de comunicación. En las circunstancias actuales, su responsabilidad social y ética no puede darse por sentada. Es una conquista pendiente y una necesidad urgente.

La construcción de la democracia exige medios de comunicación social y éticamente responsables e independientes del capital y de la política como condición de posibilidad para cumplir con su misión de difundir la verdad para humanizar la sociedad y los individuos. Esto los obliga a no cejar en su lucha para verse libres de toda clase de presiones y prejuicios. La libertad no es un bien que se alcance de una vez, sino una conquista permanente. La democracia y la libertad de expresión no sólo avanzan de la mano, sino que la una es requisito indispensable de la otra. Su actualidad está garantizada por un orden jurídico que protege y estimula la libertad para informar, que asegure el acceso de los medios a las fuentes de información, pero, al mismo tiempo, que les exija su responsabilidad, en cuanto instituciones de servicio público. Sólo así la prensa podrá ser libre para buscar y comunicar la verdad, para transformar la cultura de la fugacidad de la noticia y del olvido histórico, para superar la acumulación de hechos sin sentido ni contexto, para cultivar una conciencia lúcida y para ser voz de quienes no tienen voz.

San Salvador, 10 de junio de 2002.