Apuntes sobre la responsabilidad, la veracidad y la transparencia en los medios de comunicación

Kintto Lucas

Jueves 24 de enero de 2008, puesto en línea por Ariel Zúñiga, Kintto Lucas

¿Es posible una información periodística responsable, veraz y transparente? No es posible ni será posible mientras existan diversos intereses detrás de los medios de comunicación. Y mientras esos intereses no sean asumidos en forma transparente por los medios. Pero sí es posible trabajar para que exista una acercamiento a la veracidad o a las varias verdades que encierra un hecho.

Vista en el diccionario de la Real Academia, la palabra responsable señala en una de sus acepciones a la persona que pone cuidado y atención en lo que hace o decide. Podríamos decir entonces que un periodista o un medio de comunicación es responsable cuando pone cuidado y atención en lo que hace o decide. En otra acepción dice de la persona capaz de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente. Entonces podríamos sumarle que un periodista o un medio son responsables cuando son capaces de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

De acuerdo a esas dos acepciones, ¿son responsables los medios y los periodistas? ¿Ponen cuidado y atención en lo que hacen, en lo que difunden, en lo que publican?¿Son capaces los medios y los periodistas de reconocer y aceptar las consecuencias de lo que escriben, informan, emiten? Podríamos responder que una buena cantidad sí lo son y ciertamente muchos otros no.

Por lo tanto, cuando los medios de comunicación o los periodistas asumen una postura política, una postura económica, una postura pensada, que defiende ciertos intereses dentro de la sociedad, podríamos decir que son responsables porque están poniendo cuidado y atención en lo que hacen, son cuidadosos al defender esos intereses políticos o económicos. Pero ¿son capaces esos medios o periodistas de reconocer y aceptar las consecuencias de lo que escriben, informan o emiten para defender esa postura o esos intereses? Algunos pueden serlo pero gran parte no lo son. Por lo tanto, de acuerdo a la segunda acepción de responsable

podríamos asegurar que esos medios o periodistas no son responsables.

Por ejemplo cuando un medio de comunicación presenta al dueño de un Banco como analista económico serio e independiente, se podría señalar que ese medio está siendo muy cuidadoso de lo que hace, o sea defender un determinado proyecto económico. Sin embargo, no es capaz de reconocer y aceptar lo que está haciendo. Pero además, está faltando a la verdad, porque ese analista económico serio e independiente, resulta que es serio porque no se ríe pero no es independiente porque como banquero defiende un determinado modelo económico y por lo tanto está defendiendo su verdad, que puede ser muy respetable, pero que está marcada por los intereses que representa. En ese instante el medio de comunicación dejó de ser responsable según la segunda acepción del diccionario de la Real Academia, porque no estaba reconociendo ni asumiendo las consecuencias de lo que escribía. Dejó también de ser veraz y dejó de ser transparente.

Si presentara a ese banquero como lo que es, un banquero que analiza la situación económica, le estaría brindando al lector o al televidente un elemento para saber qué intereses defiende ese analista, por lo tanto sería responsable, veraz y transparente, pero dejaría de ser un poquito cuidadoso de los intereses que defiende.

Hace algunos años en medio del feriado bancario surgió la posibilidad de ser editor político de un diario. Cuando conversé con el editor general de ese medio me dijo que sabía muy bien que yo era de izquierda y que eso era bueno porque el diario estaba buscando abrirse y ser más plural, dar más voz a los sectores sociales y particularmente al movimiento indígena que en ese tiempo a pesar de tener una gran capacidad de movilización era obviado por los medios.

Cuando todavía no había terminado de decir qué bueno, él me dijo en lo económico es diferente, este diario tiene una visón económica que apunta a la modernización, que en realidad era entendida como privatización, y al libre mercado. Y agregó que si bien se abría a otras posiciones, la predominante, era la visión del medio. Con eso me estaba diciendo que el medio tenía una mirada económica hegemónica que, casualmente era la misma de ciertos grupos de poder político y económico que manejaban el país en ese momento, y que no podía ser puesta en duda. Me sonreí y le dije irónicamente: como la política y la economía no tiene ninguna vinculación no hay problema. Enseguida él argumentó que el medio no era defensor a ultranza del modelo neoliberal sino que defendía la

modernización económica. Volví a sonreír y finalmente no fui a trabajar a ese medio.

Pero lo importante de esta anécdota es que también refleja algo similar a lo que refleja la anterior. Ese editor general estaba siendo cuidadoso y poniendo atención a su trabajo, estaba siendo veraz y transparente conmigo, pero no lo era con sus lectores. Además, tampoco asumía las consecuencias de lo que hacía ese medio en defensa de una postura económica.

Un año antes, durante la campaña para las elecciones presidenciales [1] Jamil Mahuad hegemonizó las páginas de un determinado medio y mientras los otros candidatos eran muchas veces caricaturizados, cada artículo sobre Mahuad era una especie de publirreportaje. Sin embargo, ese medio se mantenía señalando que era totalmente independiente y que no apoyaba a ningún candidato. No era veraz, no era transparente, no reconocía las consecuencias de sus actos, pero era cuidadoso de su propuesta política. Era tan cuidadoso que luego su director fue ministro de Mahuad. Pero no era veraz ni transparente. Hubiese sido veraz, transparente y más honesto si hubiese asumido esa posición y se hubiese jugado desde su editorial por ese candidato.

Cuando los medios de comunicación dicen defender la verdad en lo político, en lo económico y en lo social, muchas veces en realidad están defendiendo su verdad, que puede ser muy respetable, pero no es honesto ni veraz ni transparente presentarla como la única verdad.

Durante la campaña para las elecciones a la Asamblea Constituyente algunos canales de televisión asumieron a nivel informativo una posición contraria a los candidatos del partido de gobierno, presentando muchas veces opinión como información y entrevistando mayor número de veces a los candidatos de la oposición, sobre todo a determinados candidatos.

Fueron cuidadosos en la defensa de la visión política y económica de sus dueños, pero no asumieron las consecuencias de lo que hacía ese medio en defensa de esa postura política económica. Tampoco fueron transparentes porque no señalaron claramente que su visión política y económica, o mejor dicho al de sus dueños, no les permitía dar espacios equitativos. Y solo fueron veraces a medias porque no mostraron las diferentes verdades en forma equitativa sino que mostraron sobre todo su verdad. Algo similar ocurrió cuando el Congreso trató y aprobó la denominada Ley de Justicia Financiera, para bajar las tasas de interés.

Por lo tanto, si tenemos en cuenta esa realidad, podríamos decir que mientras existan diversos intereses detrás de los medios de comunicación no es posible ni será posible tener una información veraz, responsable y transparente, ni en Ecuador, ni en América Latina, ni en ninguna parte. Pero sí es posible trabajar para que exista un acercamiento a la veracidad o a las varias verdades que encierra un hecho, trabajar para que los medios y los periodistas sean más responsables en el momento de asumir las consecuencias de lo que hacen y sobre todo sean transparentes, no oculten detrás del enunciado de independencia sus verdaderos intereses..

Por el año 2000 los medios de comunicación colombianos firmaron un acuerdo que denominaron "Acuerdo por la Discreción", una especie de mea culpa en el que reconocían implícitamente los vicios en que habían incurrido en el tratamiento del conflicto armado que vive ese país. En muchos casos, falta de responsabilidad, veracidad y transparencia, según anotaron. El público, de una u otra forma, había hecho sentir su descontento con la manera como se informaba sobre la confrontación y se pronunció mediante cartas o llamadas por la necesidad de que los medios realizaran una autocrítica e intentaran un cambio

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Sabana tuvo el poder de convocatoria suficiente para sentar en la mesa del diálogo a los directores de una treintena de medios de radio, prensa y televisión y con los cuales se definió el compromiso.

Ese acuerdo tenía un antecedente insólito en la reunión con directores de medios que meses antes convocaron los comandantes de las FARC en la llamada Zona de Distensión, una región de algo más de 42 mil kilómetros donde no había presencia militar. En esa ocasión, cada una de las partes dijeron sus verdades, y finalmente aceptaron que era primordial mejorar la calidad de la información sobre la guerra. Algunos incluso aceptaron que muchas veces los reporteros destacados en la zona de distensión al tener que producir noticias todos los días, muchas veces la información era sacada de la nada.

Se trató de un proceso en el que además de los medios se comprometieron el público y la sociedad civil.

El compromiso fue recibido con una mezcla de expectativa y de escepticismo por el público descontento con la información sobre la guerra.

El acuerdo propuso que cada medio elabore, en pocas

semanas, un código ético, normas específicas o estándares profesionales que ayuden a mejorar la calidad de las informaciones sobre el conflicto armado. El acuerdo, se basó en mejorar la responsabilidad, la calidad, la exactitud, la veracidad, el equilibrio y la transparencia y produjo cambios importantes que volvieron a otorgar cierta credibilidad a los medios

Si los medios hicieran una autocrítica y asumieran en forma transparente cuales son los intereses que defienden sería un primer paso para llegar a tener una mayor pluralidad y ser más veraces a la hora de informar. Pero además serían más creíbles porque no estarían ocultando desde que lugar informan, analizan y opinan.

Asumir desde que lugar un medio está informando, analizando y opinando es el primer paso para una mayor trasparencia informativa, pero sobre todo para una mayor honestidad con el público y con ellos mismos.

Texto presentado en el Panel "En el Ecuador de hoy, ¿es posible una información periodística responsable, veraz y transparente?", realizado dentro del Seminario "Los Medios de Comunicación Frente a la Asamblea Constituyente: ¿Puede Contribuir a la Construcción de un Ecuador más Democrático?", organizado por CEDIME, el sábado 19 de enero de 2008. En el panel participaron también **Thalía Flores** (Subdirectora del Diario *Hoy*), **Francisco Ordóñez** (Ex presidente del Colegio de Periodistas de Pichincha) y **Marcelo Cevallos** (Ex Secretario de Comunicación de la Presidencia de la República).

Notas

[1] En Ecuador.