ECUADOR - En defensa del consumidor de medios

Kintto Lucas

Lunes 22 de junio de 2009, puesto en línea por Barómetro Internacional, Kintto Lucas

Ahora que renace la polémica sobre el papel de los medios de comunicación, y particularmente de la televisión, que aumentan los cuestionamientos a éstos por el sesgo que dan muchas veces a la información y sus vinculaciones con grupos de poder, y que se vuelve a colocar sobre la mesa el nunca concluido debate sobre la libertad de expresión es bueno retomar una propuesta hecha hace quince años, retomada el año pasado en ocasión de la Asamblea Constituyente, y que hoy está más vigente que nunca.

En 1994, desde la sección cultural del diario Hoy de Quito, de la cual era editor, ante las quejas reiteradas de los televidentes sobre la mala calidad de la televisión ecuatoriana, lancé la propuesta de crear el Defensor del Telespectador.

En principio la idea estaba basada en la figura del Defensor del Lector, que mantienen muchos diarios y que podía servir de modelo para que lo asuman los canales que se precien de interactivos. Sin embargo tiempo después, teniendo en cuenta los intereses que se mueven alrededor de ciertos medios y cadenas de televisión en toda América del Sur, y particularmente en Ecuador, así como la falta de credibilidad de los lectores de periódicos y televidentes en figuras vinculadas a las propias empresas a ser analizadas, creí que sería mejor que el Defensor del Telespectador fuera una figura pública independiente.

Una figura que pudiese llamar la atención ante la falta de ética de los canales en el tratamiento de los temas; ante la vinculación de estos con grupos de poder e intereses extraños a la comunicación; ante la concentración de frecuencias en grupos de poder; ante el ataque a la libertad de expresión desde los propios medios y desde el Estado; ante la falta de equidad en la distribución de la publicidad estatal del gobierno central, las empresas estatales y los gobiernos locales.

En fin, una figura similar a la del Defensor del Pueblo, pero que debería tener una independencia comprobada, conocimiento de los medios de comunicación y una trayectoria ética ejemplar para que no existan dudas sobre él, y para que no se transforme en ningún momento en un comisario político de los medios de comunicación. Incluso un cuerpo colegiado de tres o cinco miembros podía dar una posibilidad de mayor independencia. Y tal vez, en lugar de limitarse solo a la televisión se podía dedicar también a la prensa, radio y páginas nacionales de Internet.

Pero la independencia es fundamental: independencia de los medios de comunicación, independencia del gobierno central y de los gobiernos locales, independencia de las diferentes entidades estatales que colocan publicidad en los medios, independencia de las agencias de publicidad, independencia total para poder colocarse del lado del consumidor de medios de comunicación.

El Defensor del Consumidor de Medios de Comunicación, puede ser una instancia interesante. Un reto que ayudaría a mejorar la relación entre el público y un aparato que es, casi, "uno más de la familia”. ¿Por qué no? Pero esto va a requerir de la participación activa de la gente.

Ver Blog del autor