

Imprimir

Juanita León directora de La Silla Vacía concluye, con base en la “Encuesta nacional de libertad de expresión y de acceso a la información” que “existen altos niveles de corrupción en el periodismo” Esta encuesta fue aplicada por la firma Cifras y Conceptos y la Fundación para la Libertad de Empresa[1], entre diciembre de 2022 y abril de 2023, a 585 personas entre directores/presidentes de gremio, periodistas, columnistas, editores, directores, coeditores, jefes de redacción, jefes de emisión de noticias, comunicadores comunitarios e investigadores de medios de comunicación: prensa, radio, revistas de prensa, TV y medios digitales. Cifras y Conceptos informa que el universo de estudio puede estar conformado por 4.832 personas. La encuesta se divide en las siguientes partes: a) autocrítica al ejercicio profesional; b) verificación de información; c) acceso a la información; d) ambiente para la libertad de expresión; e) agresiones directas; y f) posiciones con respecto a alternativas de control y regulación.

En su lectura de la encuesta León, que titula su artículo como “rayos X al periodismo nacional”[2] resume los resultados bajo los siguientes subtítulos: los periodistas somos poco autocríticos y vemos la viga en el ojo ajeno; la precariedad de las condiciones económicas del periodismo; existen altos niveles de corrupción en el periodismo; los periodistas no están de acuerdo con operar bajo una matriz mediática ideológica; las mayores presiones y agresiones contra los periodistas son indirectas; existe poca comprensión del impacto de la regulación sobre la libertad de prensa. León lee los resultados de la encuesta como los resultados de unos rayos X pero no profundiza en el diagnóstico. La encuesta es, apenas un elemento, útil, pero insuficiente: no nos dice nada sobre las causas, algo que sería muy importante para “hacer una autorreflexión sobre nuestro oficio”.

Veamos los aspectos que destaca León en su lectura de los rayos X al periodismo nacional.

Altos niveles de corrupción. Nos dice que “tenemos un serio problema ético hacia adentro”. Señala que el 48% de los entrevistados supo de un caso de un periodista que modificó su posición editorial a cambio de pauta publicitaria o que cobró por publicar información (40%); el 32% reportó casos de periodistas que reciben dinero en efectivo de funcionarios públicos sin que medie un contrato (este porcentaje es 45% en el Caribe). El 23% dijo conocer a

periodistas que “acusan a determinadas personas de cometer delitos sabiendo que no son culpables.[3]”

Los periodistas somos poco autocríticos y vemos la viga en el ojo ajeno. El 60% de los entrevistados considera que el “peor error” (¿si será un error?) que comete el periodismo es publicar información o dejar de hacerlo por intereses políticos o comerciales. Otro 21% piensa que es publicar titulares sensacionalistas.

Sobre la precariedad económica. Dice León que el periodismo opera en condiciones económicas precarias. El 45% de los que contestaron la encuesta ganan menos de 3 millones de pesos mensuales; solamente el 35% tiene un empleo formal con contrato de trabajo. Mas del 60% tiene otras fuentes de ingresos.

Los periodistas no están de acuerdo con operar bajo una matriz mediática ideológica. El 49% respondió que está totalmente en desacuerdo con que el medio donde trabaja tenga una orientación política y solo el 20 por ciento está de acuerdo en que exista esa alineación.” Pero “Esta autopercepción de independencia contrasta con la respuesta sobre que el 42 por ciento considera que el error más grave del periodismo colombiano es “publicar información por intereses políticos o comerciales.” “Quizá la conclusión es que la falta de independencia de medios no está relacionada tanto con una militancia ideológica de sus dueños, como lo percibe el presidente, sino con la precariedad económica de la profesión en muchos lugares.”

Las mayores presiones y agresiones contra los periodistas son indirectas. “Un 44 por ciento de los encuestados conoce algún medio de comunicación que se ha abstenido de informar sobre una situación por miedo a perder la pauta publicitaria. Y un 31 por ciento dice que en el último año el gobierno departamental o municipal influyó sobre los contenidos periodísticos a través de la pauta. Esa cifra baja a 25 por ciento en el caso de las empresas privadas.” Una tercera parte reporta que ha sido estigmatizado por funcionarios públicos. Poco menos de esa proporción siente también que el departamento donde trabaja es inseguro para ejercer el periodismo (29 por ciento) o que puede ser víctima de sanciones arbitrarias de las autoridades públicas por hacer su trabajo (28 por ciento).” León no

menciona que solamente el 9% de los entrevistados manifiesta que el medio de comunicación donde trabaja ha censurado o intervenido indebidamente en sus historias.

Las encuestas tienen virtudes y defectos. Pero aún con sus limitaciones, esta encuesta de cifras y conceptos indica la existencia de prácticas corruptas en el periodismo. Se enfoca principalmente en el comportamiento individual de los periodistas, pero permite percibir que se trata de decisiones también, y quizá principalmente, de los directores y dueños de los medios de comunicación interesados en mejorar sus ingresos y defender sus intereses políticos.

La autorreflexión que menciona León sobre el periodismo debería basarse en un trabajo de “periodismo investigativo” más serio y más profundo. No conozco estudios a profundidad sobre la corrupción en el periodismo por parte de periodistas y hasta dónde llega mi información no he visto investigaciones a fondo por parte de Daniel Coronell y otros grandes periodistas investigativos, ni tampoco por parte de La Silla Vacía o Transparencia Colombia. Las encuestas deberían complementarse con análisis sobre la propiedad de las empresas, sobre el grado de concentración de dicha propiedad, sobre el vínculo entre los propietarios de dichas empresas y otras actividades económicas, sobre las prácticas concretas de dirección, control y censura sobre los periodistas en los medios de comunicación. Deberían igualmente realizarse estudios de seguimiento a las posiciones de los medios y sus posibles cambios editoriales e informativos con relación a asuntos concretos. Todo esto debería llevar a fundamentar acciones específicas de lucha contra la corrupción en el periodismo.

La encuesta de cifras y conceptos pregunta “eufemísticamente” sobre el error más grave que se comete en el periodismo colombiano, una de cuyas respuestas es “publicar o dejar de publicar información por intereses políticos y comerciales” (algo que realiza el 60% de los periodistas). Muy probablemente esto no es un “error” sino una práctica adecuada al dominio económico capitalista sobre la profesión periodística.

Pero además de los intereses particulares económicos de los medios, que evidentemente no pueden desligarse de sus vínculos políticos, el asunto de fondo es el lugar estructural que

ocupan los medios de comunicación dentro del modo de producción capitalista. La encuesta muestra que el 49% de los entrevistados respondió que está totalmente en desacuerdo con que el medio en que trabaja tenga una orientación política, algo que reconoció solamente el 20%. Pero otras preguntas indican que efectivamente si pesan en gran medida los intereses políticos. León lee estos datos para exculpar a los medios de tener una orientación ideológica y política: “quizá la conclusión es que la falta de independencia de medios no está relacionada tanto con una militancia ideológica de sus dueños...”. Es de una candidez imposible de creer en una periodista del nivel de León, que tiene además claramente vínculos con el poder económico capitalista.

La casi totalidad de los medios de comunicación, en los cuales trabajan periodistas asalariados en la gran mayoría de los casos muy mal pagos, son propiedad de capitalistas, muchos de los cuales son parte de los grandes grupos económicos dueños del país. Claramente su ideología y su orientación política es la defensa del sistema capitalista. Pueden tener diferencias de matices entre ellos, pero su orientación política e ideológica es clara. La casi unanimidad de los grandes medios y periodistas en contra de Petro, a quien muchos de ellos consideran claramente comunista o socialista, responde a su posición de clase. En el fondo no tiene nada de malo que los periodistas tengan posiciones ideológicas o políticas, lo cuestionable es que intenten ocultarlo y presentarse como neutros, y peor, que recurran sistemáticamente a la mentira y el engaño.

El dominio de la ideología y la política pro capitalista es evidente en los medios de comunicación[4]. Existe un totalitarismo mediático. Prácticamente en ninguno de ellos hay periodistas o columnistas de opinión marxistas o comunistas. Me pregunto ¿La Silla Vacía ha invitado a escribir en su portal a periodistas o columnistas anti capitalistas? Supongo que no. ¿Por qué será? ¿Cuánto tiempo duraría en su cargo en La Silla Vacía Carlos Cortés si se convirtiera en comunista y se dedicara a investigar la explotación en las empresas capitalistas, incluyendo a Quala? Quizá duraría menos que lo que duró dirigiendo Zona Franca en el medio de comunicación de Claro.

Con mucha probabilidad no va a pasar nada con la encuesta ni llevará a ninguna profunda

autorreflexión sobre el periodismo ni se traducirá en ninguna acción concreta para combatir la corrupción en el cuarto poder. Pero si convendría que los partidos de “izquierda” agrupados en el Pacto Histórico financiaran una iniciativa como la que viene adelantando el programa “La Base” dirigido por Pablo Iglesias en España[5]. Con toda seguridad se destaparían como se dice allí muchas cloacas mediáticas.

Los medios de comunicación son un instrumento de dominio ideológico y político en el capitalismo. Esta es la corrupción de fondo. En la búsqueda de sus objetivos harán cualquier cosa, incluyendo las prácticas que expone la encuesta de Cifras y Conceptos.

---

[1]

<https://flip.org.co/index.php/es/publicaciones/informes/item/3034-encuesta-nacional-de-libertad-de-expression-y-acceso-a-la-informacion>;

<https://www.cifrasyconceptos.com/wp-content/uploads/2023/04/025-22-Presentacion-de-resultados-FLIP-1.pdf>

[2] <https://www.lasillavacia.com/historias/silla-nacional/rayos-x-al-periodismo-nacional/>

[3] Los resultados completos a la pregunta sobre si conoce en el último año de periodistas que realizan unas determinadas acciones son los siguientes: modifican su posición editorial a cambio de pauta publicitaria (48%); cobran indebidamente por publicar información (42%); presionan o intimidan con el fin de obtener pauta publicitaria (39%); reciben dinero en efectivo de funcionarios públicos sin que exista un contrato legal entre las partes (32%); acusan a determinadas personas de cometer delitos a sabiendas que no son culpables (23%). Otra pregunta ¿Cuál considera usted que es el error más grave que se comete en el periodismo colombiano? Tuvo las siguientes respuestas: publicar información por intereses políticos o comerciales (42%); publicar titulares engañosos o sensacionalistas para ganar (21%); no publicar información por intereses políticos o comerciales (18%); publicar filtraciones sin verificar (11%); no rectificar de manera adecuada (4%).

[4] Esto se expresa en la línea editorial y también en la práctica cotidiana de servilismo en las entrevistas con grandes capitalistas por parte de destacados exponente del periodismo radial como Julio Sánchez Cristo y Néstor Morales

[5] <https://www.youtube.com/@canalredtv>

Alberto Maldonado Copello

Foto tomada de: A La Luz Pública