

La autorregulación de los diarios en su fase inicial

Valga a manera de informe, la experiencia en el diario EL DEBER (Santa Cruz-Bolivia), cabecera del Grupo Líder y el de mayor tirada en el país, que puede jactarse de haber iniciado un proceso autorregulatorio pionero en Bolivia y que me honró con su confianza desde el principio del proyecto, iniciado como trabajo de grado para la UPSA en 1999, hasta septiembre de 2004...

La formación de lectores críticos de la prensa es una asignatura pendiente dentro y fuera de las salas de redacción. Es fácil comprobar que, en la generalidad de los casos, los periodistas de nuestro medio leen cada vez menos los trabajos de sus colegas, peor si se trata de temas que ellos mismos no abordan en el día a día; mientras que afuera, en el mundo exterior, la situación es un poco más compleja.

Con cierta frecuencia se escucha decir a presentadores de noticias que «la mayoría de la población se informa por la televisión», muchísimo más que con la prensa escrita, por lo que no debería sorprender que también los dardos de los críticos vayan dirigidos principalmente a los noticieros de la televisión. La radio merece un análisis aparte.

Es importante hacer tal puntualización, porque el hecho de que no se escriba mucho en contra de los diarios y sus informaciones no significa que se esté escribiendo bien, es sólo que se miran menos. Quizá cada vez menos.

Salvo honrosas excepciones, el menú informativo en la televisión se ha convertido en un bazar de curiosidades, lejos, muy lejos del periodismo y cerca, cada vez más cerca de los departamentos

Osman Patzi
Periodista
Comunicador Social (UPSA)
Defensor del Lector Diario El
Deber 1999-2004

comerciales. Ejemplos hay muchos; si no hay sangre, bikinis o rarezas que las distraigan, las unidades móviles estarán transmitiendo en directo el evento de algún patrocinador. ¿La prensa escrita está libre de esto? Definitivamente no, es sólo que lo disimulan mejor. Los diarios serios se inventan 24 diarios pequeños que a veces resultan manteniéndolos a ellos, para no tener que «ensuciar» sus páginas con contenidos dudosos desde la ética. O se inventan departamentos especiales para poder hacer publiportajes a su gusto.

La diferencia entre diarios y medios electrónicos (aunque algunas publicaciones tengan páginas en Internet), para la audiencia, está marcada por la compra. En términos relativos, la televisión es gratis y los diarios, semanarios y revistas, en su mayoría deben pagarse. Se paga la electricidad y el servicio de cable, pero los informativos no. O supuestamente no, porque las teleencuestas en informativos son una nueva fuente de ingresos económicos, a costa de una audiencia no siempre bien informada sobre los costos de su participación por teléfono.

Miguel Angel Bastenier, periodista español que escribe para El País y Le Monde, sigue creyendo que la compra de diarios es una actitud irracional e inexplicable. ¡La gente todavía está comprando periódicos! ¿Cómo es posible aquello?

Grandes diarios apuestan a crecer, a vender aún más. ¿Qué otras estrategias se usarán? ¿Será la autorregulación una posibilidad comercial, o es más bien una necesidad ética? ¿O ambas? Si así fuera, un recurso para aumentar la audiencia y las ventas, ¿cómo se explica que aún no se haya creado una defensoría del televidente? El único Defensor del Lector en Bolivia fue Luis Ramiro Beltrán Salmón, contratado por el Grupo Líder, un consorcio de diarios de La Paz, El Alto, Cochabamba, Sucre, Potosí, Tarija, Montero y Santa Cruz. ¿Ejercieron su derecho y fueron escuchados los lectores de estos diarios por su Defensor? ¿Ha mejorado la relación entre lectores y redacciones, se han

Lo verdaderamente complicado fue motivar a los lectores a que se pronuncien, para bien o para mal, sobre los contenidos de los diarios.

abierto los canales de comunicación, cuáles han sido las dificultades? O finalmente, ¿resultó exitosa la experiencia en las ventas de los diarios? Valga a manera de informe, la experiencia en el diario EL DEBER que es cabecera del Grupo Líder, el de mayor tirada en el país, que puede jactarse de haber iniciado un proceso autorregulatorio que es pionero y me honró con su confianza desde el principio del proyecto, iniciado como trabajo de grado para la UPSA en 1999, hasta septiembre de 2004, cuando terminó mi relación laboral con este matutino.

Lo primero, en mayo de 2003, fue presentar al Defensor. Como toda experiencia nueva, creó una expectativa y tuvo amplia repercusión. Considerando la personalidad y la trayectoria profesional del doctor Luis Ramiro Beltrán, premio mundial Mac Luhan, conferencista permanente en Europa, Estados Unidos, Canadá y en los países iberoamericanos, no hicieron falta mayores presentaciones. Lo verdaderamente complicado fue motivar a los lectores a que se pronuncien, para bien o para mal, sobre los contenidos de los diarios. Cuando finalmente lo hicieron, en no pocas ocasiones encontraron cierta resistencia en los periodistas, poco acostumbrados a ser objeto de cuestionamientos por parte del público.

Estas tensiones, entendibles y esperadas en un proceso abierto como el que se promovió, han sido una constante. Aquí sale

la primera hipótesis: Los periodistas, y también existen honrosas y destacadas excepciones, no están preparados para la autorregulación, que es un estado superior a la autocrítica.

Eran estos los temas que se planteaban en las denominadas sesiones de crítica y autocrítica que contaban con la participación obligada del personal de redacción. ¿Y por qué se menciona únicamente el rol de los periodistas -o su resistencia- y no el de los propietarios de los medios, responsables en definitiva de las políticas informativas?

¿Acaso los lectores no tienen derecho a exigir cambios profundos y no sólo de forma? Es decir, decisiones que sólo pueden tomarlas los propietarios porque al final de cuentas, los periodistas son apenas un eslabón en la cadena. ¿Será así? Lo dudamos.

Principalmente porque el amor propio de los profesionales de la búsqueda y redacción de la información impide que sean considerados apenas como un elemento. No, ¡cómo se

el sujeto principal, que es el estudiante.

El cambio de mirada, en apariencia tan simple, es el reto principal de los procesos autorregulatorios en la prensa. Dicho de otro modo, no se podrá avanzar mientras se tenga que seguir esperando la buena voluntad de los periodistas o de sus jefes, o de los dueños de los diarios. Al final de cuentas son ellos los que deciden qué se publica o qué se considera «crítica aceptable» para su difusión, cuánto espacio requiere y con cuánta urgencia debe ser atendida, si es que llega a ser atendida.

En este punto se esgrime un argumento muy válido: ¿Puede la opinión de un simple lector considerarse representativa de un universo de miles de lectores? O también, al aceptar como valedera cualquier opinión, ¿no se estará exponiendo la credibilidad del diario a los ataques de sus rivales y competidores sin una red de protección?

Existe, afortunadamente, amor propio en el gremio periodístico, pero a veces tiende a confundirse con soberbia. Esta confusión se da en ambos sentidos, desde la perspectiva del público y también desde la visión de los informadores.

atreven! De este modo, inconscientemente están asumiendo una carga que después no podrán soportar.

Aquí viene la segunda hipótesis: Existe, afortunadamente, amor propio en el gremio periodístico, pero a veces tiende a confundirse con soberbia. Esta confusión se da en ambos sentidos, desde la perspectiva del público y también desde la visión de los informadores.

Esta situación ocurre porque estamos acostumbrados a ver al periodista como el centro, cuando en realidad el protagonista es el lector. En la pedagogía veíamos al docente como eje central del proceso educativo y está costando mucho esfuerzo, reforma educativa incluida, para que se enfoque la atención en

Son los riesgos, riesgos que cuesta afrontarlos porque quizá no se están viendo las oportunidades que conllevan. Lo ideal sería poder evaluar las críticas antes de que las informaciones sean publicadas. Lo óptimo sería que en toda la cadena de elaboración de una noticia o un reportaje se observe un riguroso seguimiento a las normas profesionales y éticas de la Declaración de Principios y reglamentos, pero antes de la impresión. Porque después es tarde. Lo escrito, escrito está y no hay remedio.

¿Será cierto? ¿Y Bastenier? Él nos recuerda que la gente sigue comprando diarios, que pese a todo, no deja de comprarlos. Es el pacto al que se refiere el periodista colombiano Javier Darío Restrepo, cuando señala que el lector compra el producto periodístico a sabiendas de que contiene

Esas son algunas de las cuestiones que tiene que resolver la Defensoría del Lector: Insistir en la capacitación y el fomento de la crítica y autocrítica, reconocer que el oficio de informar está más sujeto a equivocaciones

errores y que como toda obra humana no tiene la categoría de perfección.

Entonces, ¿cómo es que teniendo al alcance de la mano y de manera gratuita la opinión de nada menos que las personas que compran el producto, nuestro producto, para mejorarlo y los puedan comprar más personas, se rechaza y subestima tales opiniones? Visto así, desde la óptica comercial, es pérdida. Desde la visión periodística es una oportunidad desperdiciada.

Está claro que los periodistas temen quedar mal parados frente a sus empleadores y jefes. Tienen suficiente tratando de complacerlos a ellos, como para pensar en tener que dar la razón también a los lectores. Y los empleadores y jefes a veces apañan sospechosamente estas actitudes para no desacreditarse, ya que exponer miserias en público y admitir fallas de manera permanente, los hace vulnerables a las críticas de la competencia y a las manifestaciones de gente interesada en hacerlos quedar mal.

Esas son algunas de las cuestiones que tiene que resolver la Defensoría del Lector: Insistir en la capacitación y el fomento de la crítica y autocrítica, reconocer que el oficio de informar está más sujeto a equivocaciones porque a diferencia de otras profesiones se trabaja con un intangible escaso y valioso como lo es la confianza, confianza en la fuente, confianza en los superiores, confianza en las fortalezas propias y una necesidad de bajar del pedestal artificial al periodismo, de ponerlo al alcance de todos, de manera horizontal, de comprometerse con sus asuntos para devolver a la gente ese bien público, cedido en calidad de préstamo a los periodistas, que es la

información y el privilegio de poder amplificar la opinión.

Pero veamos qué está pasando en las salas de redacción. En algunas se han eliminado los feudos, en otras se están eliminando. Feudos que impiden o ponen obstáculos a la autorregulación y la autocrítica porque están conformados en la endogamia. Gente que se ha formado en ese ámbito cerrado y que es incapaz de criticar a sus compañeros porque todos escriben más o menos igual al haber compartido maestros y jefes, aclarando que no siempre los jefes son maestros. La ventaja, porque a todo lo negativo se le halla lo bueno, es que en estas redacciones se escribe con un estilo definido. El problema es que también se escatima el elogio y el resultado final es un diario frío y aburrido.

Si el negocio de los diarios es vender ejemplares, cumplir el cupo de páginas de publicidad y tratar de obtener las mejores informaciones a un costo razonable, significa que la atención tiene que estar en el lector y no en el periodista, cualquiera sea el cargo que éste ocupe en la empresa. ¿Son estos temas de análisis y debate en los diarios? Probablemente no, o por lo menos lo son apenas de modo incipiente e intermitente.

A los escépticos que opinan que la autorregulación es inviable porque ninguna empresa puede estar dispuesta a aceptar cuestiones que afecten sus intereses económicos, les queda como tarea resolver la ecuación planteada líneas arriba. Un diario mal hecho no vende, lo cual no significa que el más vendido sea el mejor sólo por tener buenas informaciones, sino que la preferencia puede estar marcada por la costumbre, el estilo y una

inexplicable, o mejor, indefinible lealtad del lector.

Entonces, ¿por qué tendría que ser importante la opinión de un solo lector, cuando hay miles que están otorgando con su silencio? Es un problema de madurez. Madurez para saber aceptar la crítica, sin subestimarla, y reconocer que no es más que el freno a la pedantería.

Al estar por cerrarse un ciclo importante en la historia del periodismo boliviano con la gestión de dos años del Defensor del Lector del Grupo Líder, creí pertinente apuntar esos detalles, que no representan en absoluto la posición del diario ni de los otros que forman el consorcio. Es el criterio apenas de un ex empleado, del que tuvo el honor de vivir el antes, durante y después. Desde adentro y desde afuera.

De qué se queja la gente?

Por razones metodológicas, arbitrariamente se estableció un glosario de transgresiones que permita clasificar las fallas detectadas, su repetición y variantes. Es bueno señalar que, en algunos casos, una sola queja abarcaba dos o más transgresiones. Ante estas situaciones, se optó por registrar aquella que aparecía más nítida o mejor sustentada. Es un primer intento por identificar los fallos más frecuentes en los que incurren los periodistas, casos que generalmente no se enmiendan y, lo que es peor, se repiten por una falta de registro y de seguimiento.

El Dr. Luis Ramiro Beltrán se ocupó del tema en su columna como Defensor del Lector del Grupo Líder del 5 de septiembre de 2004.

En el recuento, se estableció que el 62,2% correspondía a imprecisiones, falta de contraste verificadorio entre fuentes y errores diversos en los epígrafes de las fotografías, específicamente.

- Comentarios no respaldados, uso deshonesto del "off the record"
- Confusión de nombres (la víctima como victimario)

- Homónimos (por no incluir los nombres y apellidos de involucrados)
- Rumores que se publican como informaciones. Uso de fuentes secundarias o terciarias sin conocimiento de la fuente original
- Datos históricos erróneos, o sin advertir que están sujetos a revisión
- Declaraciones que se reproducen fuera de contexto
- Imprecisiones geográficas (como confundir las misiones de Moxos con las de Chiquitos)
- Notas sin respaldo de citas de fuentes
- Inclusión de técnicas y tácticas policiales que ayudan a delincuentes
- Pies de fotos equivocados
- Explicaciones que no entendería un lector no digitalizado (Ejemplo: pixelado de fotos)
- Pies de foto mal puestos. Decir algo que no está en la foto, cambiar el sentido a la foto con el epígrafe, atribuir cualidades a los personajes de la foto, usar fotos de archivo y no advertir de ello.
- Nombres mal escritos, falta control de calidad, deficiencias en cultura general
- Comentarios subjetivos sobre personas, sin atribución de fuente
- Comentarios tendenciosos, mezcla de información con opinión
- Invasión de la privacidad, fotografiados sin consentimiento
- Violaciones al Código Niño, Niña, Adolescente
- Fallas técnicas que dificultan la lectura, control de calidad, ruidos
- Omisiones en la pauta informativa, con reiteración
- Atribución de declaraciones
- Falta de seguimiento a informaciones

De las anteriormente señaladas, que suman 156 casos hasta el 12 de mayo de 2004, se han agrupado cinco grandes áreas:

Transgresiones	No.	%
Imprecisiones	38	24,4
Notas sin contraste	32	20,5
Sugerencias varias	27	17,3
Error en fotos y epígrafes	18	11,5
Miscelánea	41	26,3
TOTAL	156	100%

Ensayo de definiciones:

Titulares exagerados

Aplicable a diferencias entre titular y enfoques que están en el texto; son fallas que se atribuyen a editores o responsables de la mesa de redacción que los cambian sin consulta previa con el periodista, debido principalmente a factores de tiempo y que se dan generalmente con titulares de primera plana.

Falta de contexto

Notas periodísticas que son elaboradas sin tomar en cuenta antecedentes publicados en el mismo diario u otros datos ya conocidos.

Ocurren generalmente los fines de semana, cuando se asignan temas a periodistas que habitualmente están en otras áreas de la información. Es una muestra más de que los periodistas no se leen entre compañeros y no tienen el hábito de lectura de diarios fuera de los temas que son de interés particular por motivos laborales.

Exaltación de personajes, desconocimiento de su pasado.

Una subdivisión de la falta de contexto. También originada por la falta de información, periodistas jóvenes que ignoran sucesos históricos recientes, participación de determinados personajes en acontecimientos que son de dominio general.

Imprecisiones en general

La escritura incorrecta de nombres, fechas, cifras y hasta términos técnicos afecta la credibilidad del diario.

También la inclusión de la inicial N en los casos que se desconoce el apellido de una determinada persona. El remedio es exigir precisión a los periodistas.

Errores ortográficos

Nunca habrá excusa válida para un error de ortografía, incluidos aquellos que se conocen como "de dedo". Las faltas son más notorias en titulares, epígrafes, destacados y pies de foto.

Coherencia

El diario es un conjunto y no se lo aprecia como tal en el interior de la empresa. Cada sección tira para su lado y lo mismo ocurre con la edición digital. O en determinada sección se critica aspectos que son valorados en otra.

En los últimos meses, debido a la incorporación de "Ediciones Especiales", es decir espacios publicitarios que se acompañan con información de servicios, publirreportajes, han aumentado las demandas y quejas.

Fotos usadas con pies distintos

La mayoría de los casos se atribuyen al uso indiscriminado de fotos de archivo, o de escenas que involucran a menores. También por el uso indiscriminado de Internet.

Distorsión

Publicación de hechos como verdaderos sin tomar en cuenta la versión oficial de la fuente, interpretación errónea de declaraciones por parte del periodista, inclusión de detalles históricos fuera de contexto.

Difamación

Publicación que atenta la honra de personas o instituciones, al margen de que la nota contenga o no datos ciertos. No corresponde al diario emitir juicios.

Desequilibrio

Informaciones que se publican sin tener la contraparte o la versión de la persona aludida en un reportaje.

Invasión de la privacidad

Publicación de facetas íntimas de personas sin el consentimiento de ellas. Se analizará los casos en los que se considera que se trata de personajes públicos, que también tienen derecho a tener vida privada.