



Consejo de Ética de los Medios de Comunicación

## **15 AÑOS DE INFORMACIÓN Y ÉTICA**

Santiago, 2008

200 pp.

**Claudia Lagos Lira**

El título es muy descriptivo del contenido: el texto resume la historia, el funcionamiento y los dictámenes generales y específicos del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación.

El mandato del organismo, dependiente de la Federación de Medios de Comunicación Social de Chile, es materializar la autorregulación de éstos. Debe pronunciarse sobre el ejercicio ético de los medios a través de dictámenes generales, sobre temas como el periodismo de investigación o la cobertura de procesos penales; o a partir de denuncias específicas realizadas al Consejo por actuaciones concretas de algún medio socio de la Federación y, por lo tanto, sujeto al Consejo.

El texto que comentamos está dividido en cuatro partes: la primera se refiere a pautas éticas para los medios de comunicación, en términos generales; la segunda, publica íntegramente los dictámenes referidos a periodismo de investigación; la tercera, aquellos sobre cobertura de sectores informativos, como economía; y la cuarta contiene los dictámenes sobre temas como uso de fuentes, publicación de fotografías, entre otros. Finalmente, el texto reproduce las fichas de todos los dictámenes emanados del Consejo en su década y media de funcionamiento.

A pesar que adolece de errores de tipografía, es, a todas luces, un texto útil para periodistas en ejercicio, en todos niveles de la cadena productiva noticiosa; para directivos y productores de medios del ámbito de la entretención; para estudiantes y profesores de ética periodística y, eventualmente, para abogados y estudiantes de leyes interesados o en formación en estos temas.

La deuda pendiente, más bien, dice relación con que estos dictámenes y el trabajo del Consejo de Ética, en general, impacten de manera más contundente en los medios de comunicación chilenos y en sus procesos de producción de contenidos cotidianos. O, en otras palabras, que sea un aporte en mejorar la calidad y los estándares de producción de la industria de medios en Chile.

Por ejemplo, la introducción de María José Lecaros, miembro del Consejo, se refiere a los distintos tipos de autorregulación, su justificación y su relevancia para un sistema de medios comprometidos con su público en tanto “entiende que el respeto y la libertad hacia los medios es respuesta a la calidad del trabajo de éstos”. O, en otras palabras, que debe haber el máximo ético y el mínimo legal para regular a los medios.

En esa línea, los medios deben desarrollar políticas y estrategias que permitan prevenir errores y, en caso de que éstos ocurran, tener la capacidad y los procedimientos para asumir la responsabilidad, rectificar y modificar los procedimientos. Finalmente, como dice Lecaros, procesos que permiten definir el público y determinar los compromisos del medio con él.

Sin embargo, a la luz de lo que vemos, escuchamos y leemos o descargamos de Internet de nuestros medios nacionales, este pacto con el lector y la constante revisión de los procesos internos deja aun mucho que desear.

El primer déficit dice relación con el contrato con el lector: ¿Cuántos medios de comunicación chilenos pueden decir que cuentan con un manual de estilo o de ética que sea, además, de conocimiento del público?

Luego, todos los días encontramos deficiencias en la calidad de la cobertura noticiosa, desde el lenguaje prejuicioso utilizado hacia ciudadanos de menos recursos o pertenecientes a grupos sociales que despiertan prejuicios, como adolescentes, indígenas o minorías sexuales, por ejemplo. O procedimientos que debieran, al menos, levantar debate profesional entre periodistas y editores, como el uso de cámaras ocultas (cuándo, cómo, por qué, para qué y a quiénes); suplantación de identidad o incitación al delito. O, incluso, en algo aparentemente tan sencillo como utilizar imágenes de archivo en televisión para ilustrar una noticia del día.

Como indica el mismo libro, “la autonomía profesional es la capacidad de tomar en cada momento, con máxima libertad, las mejores decisiones posibles, al margen de presiones”. Además de resultar un texto útil, también debiera motivar el debate y la reflexión respecto de cómo están funcionando los medios de comunicación en Chile y cuáles son los estándares autoimpuestos. Es decir, en qué medida se están tomando las mejores decisiones posibles.

Del mismo modo, implica un desafío también para el Consejo en orden a difundir más y mejor su labor y sus mecanismos de acción y, con ello, demanda un público también más activo y que ejerza una mayor contraloría social, en este caso, a nuestros medios.