

Los principios ausentes

7 de enero de 2014

Abraham Lincoln, quizá el mejor presidente que haya tenido los Estados Unidos en uno de sus célebres discursos sentenció: “que el pueblo conozca los hechos y el país estará a salvo”. Una frase poderosa que resalta la importancia de la libertad de prensa como sustento de la democracia y por ende del bienestar de una nación. En ella, también se destaca la necesidad de que los ciudadanos accedan a información veraz y oportuna como el único medio para que puedan tomar decisiones adecuadas sobre asuntos públicos y personales.



Los periodistas y los medios son conscientes de esa responsabilidad. Por ello cuando se les pregunta para quién trabajan suelen responder mayoritariamente que lo hacen para los ciudadanos. Este es un compromiso tácito. El periodista busca y necesita al lector, oyente o espectador, quien a su vez espera que se le informe con veracidad, sin que las noticias que recibe estén distorsionadas por algún interés particular.

En síntesis, tanto el periodista como el medio, más allá de sus espacios editoriales y opiniones, deben ser lo más rigurosos e independientes posibles para cumplir con el cometido de entregar información veraz, confiable y oportuna.

Este concepto, el de la independencia, aparece a fines del siglo XIX en los Estados Unidos. Nace, en parte, como reacción al sensacionalismo que propugnaban en ese momento los medios que manejaban William R. Hearst y Joseph Pulitzer. Adolph Ochs fue quien esbozó y llevó este principio a la práctica, cuando en 1896 adquirió el *New York Times*.

En una nota que tituló “*Declaración de la empresa*”, Ochs señaló: “*mi objetivo más sincero (...) [será] informar con imparcialidad sin favoritismos ni temores, pese a los partidos, sectas o intereses implicados*”.

Tiempo después, en 1933, Eugene Meyer llevó este precepto mucho más lejos tras adquirir el *Washington Post*.

En los principios de este matutino se puede leer: “*En su búsqueda de la verdad, este diario **estará preparado para sacrificar su fortuna material si es que ello es necesario para el bien público***”.

Citamos estos ejemplos, para mostrar cómo ha cambiado la concepción que los medios tienen de sí mismos y de su compromiso con la verdad y la independencia. De igual manera han ido, también, variando (habría que decir deteriorando), su relación con los ciudadanos.

La prensa, más allá de su naturaleza empresarial, debe asumir importantes compromisos con la sociedad. Estos pasan por evidenciar su línea editorial y ser conscientes del impacto que generan los contenidos del medio en la sociedad.

En el Perú se ha producido una concentración de medios escritos. Lo cierto es que hoy se ha producido una situación no deseable en la que El Comercio controla casi el 80% de la venta de los diarios del país, pero también es verdad que si La República hubiera tenido éxito en su iniciativa de hacerse de Epena, habría concentrado la venta de periódicos en el interior del país en un 68%.

Esta situación debe llevar a efectuar un análisis fino. En primer lugar, habría que preguntarse si con la adquisición de Epena el pluralismo informativo se ve comprometido. En principio pareciera que no. Los medios escritos no compiten solo por la atención del público. Por el contrario, son competidores directos la radio, la televisión y cada vez más intensivamente los medios electrónicos, a tal punto que en otras partes del mundo, los diarios están perdiendo lectoría, al extremo de su desaparición.

Adicionalmente a esto considerando, habría que señalar que El Comercio es una empresa que tiene accionariado difundido, lo que hace difícil que un solo accionista presione directamente a un periodista o incluso al director de uno de sus diarios.

Por otra parte, sus distintos medios son independientes entre sí y cuentan con una serie de herramientas como principios rectores, directorios diferenciados y otros, que aseguran que esta condición se mantenga. Por si esto fuera poco, la compra del grupo que edita Correo y Ojo, no va a generar que los antiguos dueños (los Agois) pierdan el control editorial de los periódicos que publican. Como se ha explicado suficientemente, una empresa que pertenece 100% a los Agois es y será la encargada de generar los contenidos de los matutinos. Por lo demás en Correo, los directores de cada Correo regional han mantenido una libertad ubérrima.

Estas condiciones aminoran el riesgo de que se afecte la libertad de expresión, dejando sobre la mesa un tema de carácter más comercial. Que un solo grupo concentre el 80% de la torta publicitaria puede ser un problema. Tal porcentaje conlleva el peligro de que se abuse de esta posición de dominio. Esto podría generar que algunos medios chicos se vean en desventaja para competir en igualdad de condiciones.

Nada justifica que el ejecutivo o el legislativo, pretendan crear nuevas regulaciones de los medios, sobre todo en consideración a la debilidad

institucional en la que vive nuestro país. La libertad de prensa en el Perú ha probado ser una garantía para la defensa de los ciudadanos, de las libertades democráticas y el libre mercado, además de ser una cortapisa al autoritarismo, la corrupción y las malas políticas públicas. [Lampadia](#)