

# ASUMIR LA APLICACIÓN DEL DERECHO A SER INFORMADO

Por María Teresa Herrán  
Octubre 23 del 2003

## 1. ASUMIR EL REINO DEL SER EN VEZ DE QUEDARNOS EN EL DEBER SER.

En varias ocasiones me he referido a ese abismo muy nuestro que existe entre **el ser y el deber ser**, entre la norma y cómo se aplica. Es la tendencia, en lo jurídico y en lo ético, a ser más discursivos que prácticos, a predicar o legislar más que aplicar o cumplir.

En la teoría, los colombianos somos perfectos o exigimos de los demás comportamientos perfectos; en la práctica, no sabemos cómo hacerlo.

Existe un artículo 20 en nuestra Constitución del 91, cuyo contenido no siempre recordamos ni aplicamos a pesar de que hablemos mucho de los derechos de los periodistas:

*Art. 20.- Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación.*

*Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.*

En el reino del **deber ser**, el diagnóstico es también perfecto: los medios de comunicación deberían ser más responsables socialmente, deberían ser menos sensacionalistas, deberían darnos una información mucho mas veraz e imparcial, deberían rectificar, deberían ser mucho más pluralistas, deberían ofrecer igualdad de oportunidades a sectores hoy ignorados, deberían equilibrar la información, etc. etc.

En el reino del **ser**, y salvo las honrosas excepciones, la reacción, tanto de los periodistas como de las audiencias, como de las fuentes es más que todo emocional y primaria.

Lo anterior es particularmente cierto en relación con las audiencias, en las cuales se observan tres posiciones:

### 1- El unanimismo:

Lleva a que el cuestionamiento desaparezca, no sólo en política sino en cuanto a la evaluación de la programación y de sus contenidos, trátase de noticieros o programas de entretenimiento.

Mucha gente se siente satisfecha con recibir televisión y esa es la gente que cuenta para el rating. Si bien es cierto que desde hace rato la tesis de la recepción pasiva ha sido revaluada, no es menos cierto que irse al otro extremo, es decir sobredimensionar la capacidad de recepción crítica, también merece reevaluación. En particular, porque la recepción no tiene trascendencia de reacción colectiva ni incide sobre las políticas públicas, y en lo relativo a los imaginarios sociales que las estructuras económicas y políticas buscan hacer prevalecer en los medios. Es el caso del referendo y sus encuestas, cuyo manejo por los medios de comunicación y el impacto en el electorado ameritan un análisis más detallado.

## 2- El fatalismo .

En el hogar, los padres de familia se horrorizan ante la manera como se presenta la realidad o ante las escenas de sexo desbordado, pero no saben educar a los hijos para reflexionar ante lo que ven. Tienen la misma reacción de Doña Deisy Porto viuda de Vargas,<sup>1</sup> la primera madre de familia que interpuso una tutela contra un medio de comunicación, con el argumento de que como ella trabajaba y tenía que dejar a sus hijos solos frente al televisor, se debía suspender la emisión diaria de una serie de programas y telenovelas que según ella, atentaban contra el derecho de sus hijos a la educación. Dicho de otro modo, el televisor debía saber comportarse con los hijos de Doña Deisy y educarlos. Con razón la Corte Constitucional, aunque reconoció que las autoridades reguladoras podían estar incumpliendo sus funciones, no admitió la tutela al recordarle a los padres que la responsabilidad de educar a los pequeños colombianos no es solo del Estado sino también de la familia y del propio niño. Así mismo, de nada sirve que los padres prohíban a sus hijos ver televisión más allá de las nueve de la noche o un cartelito señale en pantalla que el siguiente programa no es apto para menores de 12 años, porque las estadísticas demuestran que los niños ven más televisión en la franja no infantil que en la infantil. Lo que parece entonces necesario es que los niños aprendan a ver televisión a lo que, en general se han opuesto tercamente muchos maestros que perciben a la TV como una despreciable rival y los padres o familiares, cuando se limitan a satanizar la televisión.

## 3- La recepción proactiva:

No se trata entonces de dejar de ver televisión o de dejar de considerarla una buena compañía, sino de recibirla con beneficio de inventario.

Pero la capacidad de reacción no tendrá nunca una base sólida si se fundamenta en receptores aislados. Es necesario que los ciudadanos asuman colectivamente la responsabilidad social de lograr que los medios informen adecuadamente, que privilegien el interés público sobre las lógicas comerciales, como lo manda la Constitución, y que fortalezcan a la democracia colombiana. Es lo que busca **ASUMIR**, cuya creación celebramos hoy como resultado de un proyecto madurado por la corporación Comunicar. Esta última ha entendido y aplicado la relación entre comunicación y educación. En efecto, la responsabilidad social de los usuarios de los medios no puede limitarse a un simple pataleo o a un gesto simbólico como el de apagar el televisor por un día en son de protesta. En las escuelas, en las familias, en las organizaciones sociales, se requiere una formación en análisis de medios, que va desde entender los sentidos y lógicas de la imagen hasta detectar las estructuras del poder económico, político y mediático que se entrelazan entre sí, y mucho más si el Estado no ejerce su potestad reguladora, como es el caso en Colombia de la CNTV. Resulta por ejemplo increíble que hasta ahora, la Comisión Nacional de Televisión no haya sancionado la evidente violación de las normas relacionadas con los noticieros, que prohíben relacionar el contenido informativo con la publicidad, como ha sucedido con las notas de farándula, que promocionan las telenovelas del mismo canal. Sin mencionar el atropello que a la dignidad del periodista implica introducir modelos "en destape" en la parte final de estos programas noticiosos.

## 2. EL DERECHO A LA INFORMACIÓN: ¿ ABSOLUTO O DE DOBLE VÍA?

La apropiación y preservación de los derechos humanos fundamentales por parte de la ciudadanía es quizás uno de los retos más difíciles de afrontar en un país como el nuestro que se caracteriza, como ya se anotó, por la prevalencia de una mentalidad discursiva, del qué sobre el cómo; pero además, acostumbrada a la impunidad y a que las leyes no tengan efecto sobre la realidad. Sin embargo, tanto por parte de los periodistas y de las empresas de comunicación, como de las

audiencias, las fuentes y quienes deberían hacer cumplir la norma constitucional, subsiste todavía la mentalidad de la Constitución de 1886 y aún más, la de la declaración de los derechos del hombre de 1789.

Dicho de otro modo, se sigue creyendo en el derecho todopoderoso del periodista y de la empresa de comunicación a informar como quieran. Se piensa con fatalismo que nada puede hacerse contra el sensacionalismo, la parcialidad, el morbo, la mala fe, ni, en general, para encauzar la manera como se informa y darle aplicación real a la norma constitucional sobre responsabilidad social de los medios. El resultado es prepotencia por parte de los grupos oligopólicos y de los Pontífices del periodismo, - no me refiero a los carga ladrillos, aunque a veces adopten esa actitud; y, en general, poca conciencia social de las repercusiones de la información.

### **3. NECESIDAD DE UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMPARTIDA**

Vale la pena recordar que el trasfondo filosófico de la Constitución de 1991 en relación con la libertad y la responsabilidad de los medios de comunicación se aproxima a lo que planteaba Albert Camus cuando decía:

*" No es fácil ser un hombre libre. Se trata de un esfuerzo de todos los días, de una vigilancia sin descanso, de un testimonio cotidiano en el que el orgullo y la humildad tienen partes iguales."*

Esa vigilancia, ese esfuerzo, no sólo deben darse de parte de los medios y sus periodistas sino también y ahora casi sobre todo, de las audiencias, de los usuarios de los medios de comunicación.

La Constitución del 91 plasma un mayor énfasis en la voluntad, en los sentimientos o en la convicción íntima del propio sujeto, según el sistema ético que cada cual adopte y no impuesto desde arriba, en cuanto al papel del periodismo en la sociedad.

En el caso del derecho a la información, la responsabilidad social que supone implica no sólo la participación activa de la empresa periodística y de sus periodistas sino de las audiencias, de las fuentes, de los anunciantes y de la entidad reguladora.

Es necesario, ante todo, concretar y contrarrestar el daño potencial que pueden causarle los medios de comunicación y sus periodistas no sólo al individuo, sino a la democracia.

### **4. UNA NUEVA PEDAGOGÍA ÉTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Dentro del esquema simplista que hoy prevalece, se piensa que una mayor responsabilidad social en la comunicación mediática puede surgir por generación espontánea, sin proceso formativo alguno y que depende tan solo del último eslabón de la cadena, es decir, el periodista.

Por eso sugiero revisar dicho esquema, lo cual dinamizará un accionar ético más acorde con los propósitos del desarrollo sostenible y el fortalecimiento de la democracia colombiana. Ello implica aplicar en la sala de redacción, en el hogar, en la escuela, en la universidad, en las ONG, en las entidades oficiales, una pedagogía ética de la comunicación, no ya basada en lo discursivo, sino en una práctica comunicativa, dinámica, dialogante, participativa y cotidiana que, por cierto, garantiza más eficiencia, consolida el trabajo en equipo y un mayor compromiso en salir adelante, por cierto en todo tipo de empresas y no exclusivamente las de comunicación.

También implica conocer los derechos y deberes. El derecho fundamental de doble vía a informar y ser informado sólo se realizará **cuando sea asumido** por la sociedad, es decir interiorizado por cada ciudadano pero también por la ciudadanía colectivamente. Ello implica un cambio de mentalidad del receptor y de la fuente, sean estos individuos o colectividades. Al mantenerse una mentalidad fatalista, de recepción primaria, de desprecio o desconfianza, y en general de prejuicio emocional, no se produce una constructiva comunicación, lo cual incide en la manera como se presenta la noticia, y por lo mismo, en el contenido real y no virtual de nuestra democracia.

Le he seguido la trayectoria al proyecto Comunicar y a la formación de ASUMIR. Tengo la plena seguridad de que es camino para lograr una aplicación real de la responsabilidad social de los medios y del derecho de todos los colombianos a estar informados. Constituye también garantía el apoyo de Planeta Paz, que ha planteado ocho temas sustanciales para una adecuada aplicación del derecho a la comunicación en nuestro país. Planeta Paz impulsa en Colombia la Campaña CRIS (Derecho a la Comunicación en la Sociedad de la Información, por la sigla en inglés) la cual busca proponer temáticas que la cumbre Mundial de la Sociedad de la Información de la ONU, prevista para diciembre, pasaría por alto.

Mis mejores deseos para que ASUMIR se siga manteniendo por el camino que ha empezado a trazar y contribuya a la multiplicación de asociaciones de usuarios de medios.

---

<sup>1</sup> Tutela, Periodismo y Medios de Comunicación, María Teresa Herrán, Tercer Mundo Editores, 1993, paginas 44 y siguientes