



Centro de Investigaciones
de la Comunicación



Nota de Prensa

Medios tímidos ante sector privado

“Los medios han perdido el monopolio en la producción noticiosa, la fiscalización de los medios continúa siendo una asignatura pendiente en el sector privado”, fue la conclusión categórica a la que llegó el más reciente estudio realizado por el Observatorio de Medios de Comunicación-CINCO.

El estudio *La fiscalización al sector privado*, fue presentado en el Auditorio Central de la Universidad Americana (UAM) donde sus autores Alfonso Malespín Jirón y Eduardo Marengo, investigadores en medios de comunicación, indicaron que se trata de la primera aproximación al tema, cuyo objetivo fue analizar la política informativa de los medios ante los poderes privados.

“La ‘garra’ que muestra el periodismo de investigación ante el sector público, todavía no se corresponde al sector privado. Durante el monitoreo realizado en la agenda económica de los dos principales medios escritos, encontramos que solamente el 13% eran noticias, el resto eran notas empresariales publicadas como noticias económicas, cualquier cosa. Esta realidad no se aleja mucho en la radio y televisión”, señaló Malespín.

Jorge Eduardo Rooseess, de la Red Nacional de Defensa de los Consumidores (RNDC) quien comentó el estudio, lamentó que los medios de comunicación se autocensuren información relacionada al sector privado. “Nosotros hemos montado conferencias en las que hemos denunciado malas prácticas empresariales, y al día siguiente esta información no aparece por ningún medio publicada” enfatizó.

Agregó que hasta ahora la cobertura de los medios en relación a las demandas de los consumidores y usuarios, solo se ha limitado a estimular los “gritos”, sin abordar el fondo del problema. Las empresas a las que alude la ciudadanía, principalmente a las de servicios básicos y bancos, no son cuestionadas, apuntó.

El sociólogo Cirilo Otero, señaló que una forma de demandar mayor rendición de cuentas a los medios, sería a través de la creación alianzas entre organizaciones de la sociedad civil.

Otras de los hallazgos del estudio, es que los publrreportajes y fotos notas dominan más de la mitad la agenda económica; y que los intereses económicos de los medios han ido en detrimento de la ética profesional de los periodistas, muestra de ello es que estos guardan “los cañones” cuando se trata de investigar al sector privado, señala el estudio.

La investigación formula una serie de recomendaciones para que medios y periodistas, fortalezcan su credibilidad ante la ciudadanía y ejerzan una función más crítica ante el poder económico privado.