

Las contradicciones éticas del Herald

Por

Jorge A. Sanguinety

Cualquier empresa que opera en una economía de mercado, o sea, en una economía competitiva, tiene que superar muchos desafíos para tener éxito y mantenerse operando satisfactoriamente por largo tiempo. No solamente tiene que cumplir con la condición sine que non de ser financieramente viable, sino que al mismo tiempo tiene que contemplar toda una serie de restricciones de tipo ético y legal. Los retos son similares para todas las empresas, independientemente de su tamaño y del giro al que se dediquen.

Operar en condiciones de competencia equivale a operar bajo condiciones de incertidumbre. Su gerencia vive bajo la presión permanente de tener que tomar decisiones con grados variables de riesgo, donde el buen juicio, la experiencia, el conocimiento y la ética juegan papeles críticos. Generalmente las decisiones que hay que tomar se basan en el método de prueba y error, donde las soluciones analíticas son raras, como las que presumiblemente toma un ingeniero al decidir cuánto peso debe soportar una estructura o un médico al determinar la dosis aconsejable de un medicamento, pero hasta esas decisiones conllevan un riesgo. El éxito de toda empresa depende de que las decisiones acertadas superen a las erradas. Ex ante todas las decisiones son igualmente buenas o malas, según la opinión de cada observador. Es sólo ex post cuando se sabe si las decisiones fueron buenas o malas, pero aún así, en algunos casos se requiere una buena cantidad de tiempo para saberlo.

Una parte del sistema que guía las decisiones de las empresas está dada por sus políticas internas, las cuales deben estar explícitamente definidas y conocidas por todos los que laboran en la misma, desde el más alto ejecutivo hasta los más modestos empleados. En cierta medida, dichas políticas equivalen a decisiones “enlatadas” que serán aplicadas en determinados momentos, pero su aplicación misma requiere decisiones que pueden ser malas o buenas dependiendo de los intereses de la empresa. Las políticas internas de una empresa bien establecida son guías del proceso decisorio y nunca deben aplicarse mecánicamente

La experiencia de la empresa y la historia de decisiones que acumula con el tiempo va estableciendo su credibilidad en la sociedad donde opera, credibilidad que otorgan sus clientes, abastecedores, empleados y público en general. Esta consideración es tan válida para un laboratorio farmacéutico, una aerolínea, un expendio de alimentos o un periódico. De la credibilidad de cada empresa periodística dependerá su capacidad financiera de mantenerse en el mercado, pero también de esa credibilidad dependerá su influencia sobre la sociedad.

En este marco y en función de la información disponible y evitando conjeturas sin fundamento creo que se puede afirmar con un alto nivel de confianza que la decisión reciente de la gerencia de The Miami Herald de despedir tres destacados periodistas por

incongruencias con sus políticas internas representa un serio error de juicio, además de reflejar ciertas contradicciones en la aplicación de sus valores éticos.

En mi opinión es un error despedir abruptamente y sin previo aviso a empleados a los que no se aplicó la supuesta política vigente, pues todo parece indicar que la administración del Herald o sus supervisores inmediatos sabían de sus otras actividades profesionales. Cuando una empresa no hace cumplir sus políticas y de pronto decide aplicarlas, lo razonable es llamar a los empleados involucrados y discutir la situación antes de tomar una medida traumática como es el despido sin previo aviso.

Es así como aparece la primera contradicción ética de la administración del Herald, pues la forma en que se toma esa decisión afectando a tres periodistas con una trayectoria profesional tan distinguida, como la de Pablo Alfonso, Wilfredo Cancio y Olga Connor abre la puerta a conjeturas en función de las apariencias, que es precisamente lo que la gerencia alega en la defensa de su decisión.

La forma en que el Herald informó sobre las condiciones que dieron lugar a los despidos, con una redacción que afirmaba que estos tres periodistas y otros de también destacada trayectoria “recibían dinero del gobierno de EEUU” sugería con aparente malicia que los mismos vendían sus opiniones por dinero. Además de ser injusta e imprecisa, tal tipo de información puede interpretarse como difamatoria y de hecho debilita la credibilidad de quien la produce.

Toda empresa, periodística o no, y sus empleados viven rodeados de conflictos potenciales de interés. Desde el momento que un periódico acepta anunciantes se expone a un dilema ético si en un momento dado algún anunciante llega a ser objeto de una información o análisis negativo. El acceso mismo del periódico a los medios gubernamentales locales o de otro tipo está siempre sujeto a conflicto de interés en caso de que haya que reportar noticias que no son del agrado de los gobernantes.

Es muy lamentable que en su decisión, la gerencia del Miami Herald no haya mostrado una gran consideración por sus lectores cuando despide sin causa convincente a unos periodistas que gozan de un gran prestigio en esta comunidad y que de hecho son parte de la credibilidad de la empresa. Errar es humano y es una parte inevitable de la gestión ejecutiva. Nada le impide a la gerencia del Miami Herald reconocer su error, reconsiderar su decisión y comenzar así a restituir la credibilidad de los miembros de esta comunidad. Sería una medida de la solidez ética del Miami Herald.

Washington, D.C. 28 de septiembre de 2006.