

# Transparencia: ni muertos, ni santos

**Sergio España**

Director de Subjetiva



“Solo los muertos y los santos no tienen conflicto de interés”, señalaba el Presidente Piñera hace 16 años, en la campaña previa a su llegada a La Moneda. Su Gobierno estuvo escudriñado intensamente a este respecto. Posiblemente el de José Antonio Kast lo sea de igual manera, atendiendo el pasado empresarial de varios de sus ministros. En hora buena. Pero los conflictos de interés tienen muchas dimensiones y no involucran solo a los que detentan el poder político.

Una de las menos explicitadas —y más difíciles pesquisar— es el uso de espacios de opinión en los medios de comunicación y redes sociales para influir de una u otra manera en un proyecto o iniciativa en la que se tenga un interés, sin especificarlo. En noviembre, el fiscal nacional Económico, Jorge Grunberg, en un discurso ante el Colegio de Abogados alertó sobre “columnas de opinión (que) son escritas valiéndose de nombramientos académicos en universidades y sin prevenir a los lectores que sus autores representan o asesoran a un cliente interesado en el resultado de la investigación,

del estudio de mercado o del litigio”. Los ejemplos se multiplican en proyectos de ley complejos y controvertidos en su tramitación como la ley de pesca, pensiones o isapres. Pocas veces existe la adecuada transparencia sobre el financiamiento de estos centros académicos, dentro y fuera de las universidades, y el rol que juegan allí algunos investigadores.

Más difusa aún es la línea en el caso de analistas que han cobrado relevancia en la agenda de discusión pública. Un destacado periodista chileno radicado en el extranjero me señalaba hace algunos años lo sorprendido que estaba con la práctica de columnistas que —a la vez— participaban de agencias de comunicaciones o lobby, y abordaban temas que tenían relación con algunos de sus clientes, especificando incluso un par de ejemplos.

En otros casos, la relación es más indirecta o sutil. Aportar información de contexto que ha sido entregada en forma intencionada por alguna fuente interesada sin ser chequeada como corresponde o bien es parcial. El analista

no estaría obligado a ello, a diferencia del periodista.

Capítulo aparte son las encuestas. Realidades con pretensión empírica (pero sin el adecuado sustento metodológico muchas veces) y que sirven para “instalar” ciertos temas en representación de la “opinión pública” o bien confirmar algunas tesis propias. Es probable que en las pasadas elecciones se haya roto un record de publicaciones de este tipo. En muchas ocasiones, existe un velo respecto del origen de estos estudios y su financiamiento. Todo parece sucumbir ante la necesidad de contar con “datos duros” y

por tanto irrefutables.

La demanda por transparencia no está dirigida ni a muertos ni a santos. Desafía a todos quienes juegan hoy un rol en la discusión pública en un momento crucial: baja confianza institucional, decreciente credibilidad de los medios de comunicación y un desajuste entre la expectativa personal y la colectiva. El antídoto es la transparencia y ella solo puede quedar en manos de la ética. No es fácil.

**“Los conflictos de interés tienen muchas dimensiones y no involucran solo a los que detentan el poder político”.**