
11.11.2021

**El papel de los medios de comunicación en el fomento de políticas
basadas en evidencias**

Entrega de los Premios Líderes/La Información

Pablo Hernández de Cos

Gobernador

Buenas tardes.

Permítanme que inicie mi intervención agradeciendo a *La Información* su amable invitación a participar en este acto de entrega de la cuarta edición de los Premios Líderes. Esta invitación me permite unirme al reconocimiento a los premiados: en este caso, Jose Ignacio Goirigolzarri, presidente de CaixaBank; Joel Balagué, fundador y CEO de Volava, y Lucía Comenge, presidenta del grupo PRIM. Enhorabuena a los tres por su trayectoria, que se ve justamente reconocida por este premio.

En un acto similar hace unas semanas, en el que el reconocimiento se otorgaba al Banco de España, con la concesión por el Consejo General de Economistas de la Gran Cruz al Mérito en el Servicio de la Economía, hablé de la importancia de incorporar las consideraciones de largo plazo en la toma de decisiones de la política pública. Permítanme que retome brevemente algunas de las ideas allí expuestas, pero enfatizando ahora el papel que pueden y deben ejercer los medios de comunicación en la persecución de ese objetivo. Un acto como este, en el que un medio de comunicación nos convoca a unirnos al reconocimiento de determinadas personalidades que, «con su esfuerzo diario y actuando desde la ética, la sostenibilidad y la contribución a la sociedad, se han convertido en un modelo a seguir», creo que es una ocasión oportuna para invocar ese papel.

En aquel discurso, justifiqué la necesidad de incorporar las consideraciones de largo plazo en la toma de decisiones como algo consustancial a la idea de progreso que deben perseguir los poderes públicos. En materia de política económica, esto se debe articular a través de la definición y la ejecución de políticas que promuevan la prosperidad y las oportunidades para todos los ciudadanos, no solo actuales, sino también futuros.

La calidad de las instituciones es un factor que puede contribuir claramente a este objetivo. Este es, de hecho, el argumento que justifica la independencia de los bancos centrales. Pero, más allá de la calidad de las instituciones, para lograr el objetivo de incorporar las consideraciones de largo plazo al proceso decisorio público, existen tres aspectos complementarios que, en mi opinión, resultan esenciales, y a los que los medios de comunicación pueden contribuir decisivamente.

El primero de ellos se deriva de la incorporación de una cultura de evaluación continua y rigurosa de las políticas públicas, en el entendimiento de que, en una sociedad democrática, la evaluación del diseño y de los efectos de las políticas públicas cumple una función política, al promover la transparencia sobre las actuaciones de los responsables políticos y sobre sus resultados, lo que facilita la rendición de cuentas y el control democrático por parte del Parlamento y de los ciudadanos. Pero también cumple una función técnica, al permitir alimentar el proceso de toma de decisiones con información valiosa para mejorar su eficacia y su eficiencia. Por eso, cuando se promueven «políticas basadas en evidencias», se trata tanto de un alegato técnico a favor de la eficacia como de una afirmación política a favor del control democrático del poder por los ciudadanos y sus representantes.

El segundo elemento se refiere a la necesidad de disponer de datos que informen el proceso de toma de decisiones. Los datos son la materia prima que nutre el proceso de evaluación.

Sin datos adecuados, de calidad, disponibles oportunamente y con la suficiente granularidad, una buena evaluación no es posible.

Si en el sector privado se habla de la «economía del dato», de manera que las dinámicas competitivas de las empresas se han visto afectadas crucialmente por el uso de los datos o por la tecnología, el sector público no puede quedarse atrás en el tratamiento de los datos.

El uso de los datos de los que disponen las distintas administraciones amplía de manera acelerada las capacidades de diagnóstico y de evaluación. Y añade también un mecanismo adicional de control de las autoridades, que refuerza la calidad del debate público y de la democracia, en particular cuando esta información se pone a disposición de la comunidad investigadora para que pueda ser utilizada con fines científicos de interés público.

Así pues, datos de calidad, capacidad técnica, rigor e independencia en el análisis parecerían los ingredientes necesarios para constituir una cultura de la evaluación que llevase a la formulación de políticas públicas sobre la base de evidencias.

El tercer aspecto necesario es lograr una adecuada educación económico-financiera de la población en general. Con una ciudadanía capacitada para interiorizar críticamente en sus decisiones individuales tanto los resultados fundamentales de las evaluaciones independientes como los distintos beneficios y costes asociados a diferentes cursos de acción, sería más fácil asentar una cultura de la evaluación. Como he subrayado en distintas ocasiones, para la consecución de este objetivo, creo que es fundamental profundizar en la incorporación de los conocimientos económicos y financieros en el curriculum escolar, como recomiendan las instituciones internacionales.

Este alegato a favor de unas políticas públicas basadas en evidencias como elemento importante para el progreso y la libertad en las sociedades democráticas no debe entenderse, por contraposición, como opuesto al sano debate ideológico propio de las sociedades libres y plurales.

Al contrario, creo que ambos elementos han de complementarse. La ideología tiene, al menos, un doble papel en el proceso decisorio de las políticas públicas. El primero está relacionado con los fines. Aporta una noción ética sobre lo que es bueno o malo para la sociedad. Y esto no puede —ni debe— estar sometido a evaluación, pues es una cuestión de preferencias personales que, en caso de legítima discrepancia, ha de dirimirse en el ámbito político a través del proceso democrático, en el marco constitucional de cada nación.

El segundo papel de la ideología es aportar puntos de partida iniciales sobre cómo cabría, a priori, abordar estos fines cuando no contamos con una sólida evidencia sobre el mejor curso de acción para su consecución. En cierto sentido, la ideología viene a cubrir, en ocasiones, las lagunas de la evaluación rigurosa basada en datos fiables. En este segundo ámbito, existe un amplio campo para el diálogo fructífero entre ideología y evaluación, y para ello solo es necesario un prerrequisito: que, por muy firmes que sean los postulados ideológicos sobre los medios que se deben emplear, los decisores de política económica

estén abiertos a dejarse interpelar por los resultados de evaluaciones rigurosas e independientes.

De hecho, el fruto de este diálogo puede ser muy enriquecedor para la sociedad: la emergencia de unos consensos mínimos sobre la forma de abordar, mediante las políticas públicas, determinados retos que sean identificados como tales por un espectro político muy amplio. Como ya he comentado en distintas ocasiones, desde que nuestra sociedad y nuestra economía fueron impactadas por la pandemia, estos consensos sociales y políticos básicos son particularmente necesarios para afrontar situaciones de enorme incertidumbre como la actual, en la que se precisan reformas de calado para mejorar el bienestar de los ciudadanos. Un consenso sobre qué reformas realizar y con qué contenido, apoyadas en los resultados de evaluaciones económicas sólidas, proporcionaría a la política económica estabilidad más allá del ciclo electoral y, por tanto, credibilidad frente a los ciudadanos y a los inversores, multiplicando así su impacto positivo.

Pues bien, en todo este proceso, creo que los medios de comunicación pueden y deben desempeñar un papel fundamental.

Desde luego, los medios de comunicación son cruciales en la identificación de los problemas a los que se enfrenta la sociedad, que, en último término, pueden requerir una acción de política económica para su resolución. Decía Elías Canetti que el verdadero escritor es el sabueso de su tiempo¹, que ha de meter su hocico en todas partes sin que se le escape nada, buscando la verdad. Creo que esta actitud es también deseable en los periodistas.

Los medios también desempeñan un papel fundamental en el proceso de transparencia y de rendición de cuentas de los poderes públicos, más allá de la función institucional que en esa dimensión ejercen los parlamentos. Y no solo desde la perspectiva de la oferta — las autoridades nos servimos habitualmente de los medios de comunicación para lanzar los mensajes relativos a nuestras actuaciones—, sino también desde la demanda de los propios medios, exigiendo esa información y las explicaciones (evaluaciones) oportunas a las autoridades.

Pero me gustaría subrayar el papel —único— que los medios de comunicación ejercen trasladando esa información, explicaciones o evaluaciones a los ciudadanos. Solo en casos muy limitados, los informes, artículos, evaluaciones o discursos que elabora el Banco de España, por ejemplo, son leídos íntegramente por los ciudadanos. Tenemos que admitir que estos llegan a su conocimiento, casi exclusivamente, a través de los medios de comunicación. De ahí la importancia que desde el Banco de España hemos concedido a establecer una relación fluida y estrecha con los medios, reforzando los canales que nos permiten explicar adecuadamente nuestros trabajos, a través de *briefings*, entrevistas o la participación en actos como este. Esa motivación es la que nos ha llevado a incluir resúmenes y extractos que sintetizan nuestros informes, para que los informadores puedan comprenderlos mejor. Intentamos también —aunque sea difícil en ocasiones— esforzarnos en utilizar un lenguaje y unas formas accesibles para todos.

¹ E. Canetti (1936), «Hermann Broch», discurso pronunciado en su quincuagésimo aniversario (Viena, noviembre), en *La conciencia de las palabras*, Fondo de Cultura de México, 1981.

Desde esa perspectiva, el papel de los medios de comunicación contribuyendo a fomentar esa cultura de políticas económicas basadas en evidencias —e, indirectamente, la educación económico-financiera de los ciudadanos— es fundamental.

En este sentido, el mayor reto, desde mi punto de vista, surge en cómo trasladar adecuadamente a los ciudadanos la complejidad de los problemas económicos y sus posibles soluciones, incluyendo los límites del conocimiento o de la información disponible, de manera que se interpreten adecuadamente y con las debidas cautelas los resultados de las evaluaciones y de los análisis. Para ello, la educación económica de los profesionales de la información es obviamente fundamental. Para explicar ese debate y poder trasladarlo a la ciudadanía en su propio lenguaje, los periodistas deben, primero, comprender las complejidades y limitaciones del análisis económico.

Me atrevo a decir que del éxito en trasladar adecuadamente los resultados de las evaluaciones —incluidas, insisto, sus limitaciones— depende que se produzca ese diálogo fructífero entre ideología y evaluación, al que me refería con anterioridad, de manera que aquella sea permeable a esta; y, en último término, que se favorezca la creación de los consensos necesarios para aplicar las reformas económicas adecuadas.

Y este reto es aún mayor, como señalaba el anterior presidente de la Asociación de Periodistas de Información Económica, Íñigo de Barrón², en un contexto en el que se han incrementado la polarización y la politización de los medios, nos encontramos en plena batalla contra la desinformación y la influencia que genera la presión competitiva ejercida sobre los medios de comunicación por las redes lleva en muchos casos, equivocadamente, al uso del *clickbait* como mecanismo de atracción de lectores.

Por el contrario, alimentar adecuadamente el debate entre los ciudadanos y, en último término, la decisión política exige informar objetivamente; en particular, sobre la complejidad y sobre los distintos *trade-off* que normalmente cualquier decisión de política económica genera, tanto entre individuos o grupos poblacionales como en lo que respecta a su impacto temporal, entre otros.

En otras palabras, creo que no es exagerado afirmar que nuestro éxito como sociedad en la creación de una verdadera cultura de la evaluación de las políticas económicas, que permita tener en consideración los efectos de largo plazo en la toma de decisiones, depende crucialmente de que los medios de comunicación sean capaces de trasladar adecuadamente los resultados de estas evaluaciones a los ciudadanos, más allá, por supuesto, del papel que a las instituciones nos corresponde en la consecución de ese objetivo.

Desde luego, en el Banco de España creemos que, desde el rigor y la independencia, podemos contribuir decisivamente a él adoptando una cultura de evaluación permanente de las actuaciones derivadas de nuestras responsabilidades; proporcionando a otros decisores de política económica los mejores análisis y propuestas para aumentar el crecimiento económico y el bienestar de los ciudadanos; facilitando y colaborando con la comunidad investigadora en el uso de la información de la que disponemos para contribuir

² Íñigo de Barrón (2019), discurso pronunciado el 25 de noviembre durante la entrega de los Premios Tintero y Secante 2019 por la Asociación de Periodistas de Información Económica.

en mayor medida a ese objetivo; promocionando —también en colaboración con los sectores público y privado— la educación económica y financiera de los ciudadanos, que les permita comprender y valorar adecuadamente las políticas públicas y tomar las mejores decisiones financieras que les afectan, y colaborando con los medios de comunicación en facilitar la transmisión de toda esa información y análisis a los ciudadanos.

Muchas gracias.