

¿CÓMO ESTÁN CUBRIENDO ESTAS ELECCIONES LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

HECHOS DEL CALLEJÓN

Área de Desarrollo, Paz y Reconciliación del PNUD

Carrera 11 No. 82-76 oficina 802 Teléfono 6364750 extensión 205-203

Página Web <http://indh.pnud.org.co/>

Abstract

The Electoral Observation Mission, MOE, today announces the first monitoring report to the media in this election period, a fundamental tool for determining the levels of visibility that the media are not only the different candidates in contention here, but the dynamics of the electoral process.

Resumen

La Misión de Observación Electoral, MOE, presenta hoy el primer informe de monitoreo a los medios de comunicación en este periodo electoral, una herramienta fundamental para determinar los niveles de visibilización que los medios dan no sólo a los diferentes candidatos en contienda, sino a las dinámicas del proceso electoral.

UN PERIODISMO QUE DENUNCIE CON GARANTÍAS

La revelación de la parapolítica por parte de los medios de comunicación ha generado expectativa sobre el papel que tendrán frente a las próximas elecciones. Y más si se tiene en cuenta que ellos también tienen una responsabilidad para alcanzar una democracia transparente. Sin embargo, se necesita mejores condiciones para que puedan informar, en especial en las regiones.

En épocas de elecciones ¿que se exige del periodismo? Que sea un periodismo “más

sintonizado con los ciudadanos y menos dependiente de la fuente”. Que contribuya a que los ciudadanos estén bien informados cuando vayan a votar. Que sea un periodismo desde los ciudadanos más que desde los candidatos. Que cubra los comicios “no desde el poder sino desde el ciudadano”. Que promueva el pluralismo y el debate. Que cumpla un rol como el que ha jugado al revelar la verdad de la parapolítica. Y que denuncie con las garantías necesarias para poder cumplir su función.

Diferentes iniciativas de profesionales, de medios de comunicación y de asociaciones de medios están comprometidas con estas funciones para que el cubrimiento periodístico de las próximas elecciones contribuya a protegerlas de la ilegalidad y la corrupción.

Un trabajo periodístico serio que informe sobre la trayectoria de los candidatos, quiénes los rodean, quiénes los financian y qué propuestas tienen frente a las inquietudes de los electores permitirá que el ciudadano esté bien informado y no vote por quién es corrupto o tiene vínculos con la ilegalidad.

Proteger el periodista y la información

En Colombia hay varias experiencias que han sido pilares en el proceso de revelar la verdad sobre la parapolítica y, en general, de denunciar aquello que va en contra del bien público.

Una de ellas es el Proyecto Manizales, iniciativa que surgió en 2002 tras el asesinato del subdirector de La Patria, Orlando Sierra. Varios medios publicaron la investigación que hicieron en forma conjunta sobre los posibles autores intelectuales de su crimen. Más adelante, el Proyecto continuó las investigaciones iniciadas por el periodista asesinado Guillermo Bravo, quien publicó el caso de corrupción en la Licorera del Huila. En abril, nuevamente El Diario del Huila, El Nuevo Día, La Patria, El Espectador, Cambio, El Tiempo y Semana se unieron bajo el mismo Proyecto e hicieron seguimiento a las pesquisas sobre corrupción en el Hospital Universitario de Neiva, que obligaron a Germán Hernández, de El Diario del Huila, a abandonar su ciudad.

Una iniciativa semejante la ha liderado la Asociación Nacional de Diarios, Andiaros, que convocó a todos los periódicos y revistas afiliados a publicar el mismo día una investigación sobre la injerencia de ilegales en la empresa del chance. “En este momento, todos los periódicos y revistas están haciendo un cubrimiento importante frente a las elecciones. Si vemos en el camino que hay una situación que amerite que nos unamos para proteger la información, lo haremos”, dice su directora, Nohora Sanín.

Prácticas como éstas han demostrado eficacia y abren caminos en época de elecciones para proteger a los periodistas y a la propia información.

Cómo hacer un buen cubrimiento

Hay otras iniciativas que se empeñan en lograr un nuevo enfoque en el cubrimiento de las campañas electorales. “Tradicionalmente, se ha hecho reportería desde los candidatos, se cubren las manifestaciones públicas, los discursos, las encuestas, algo de las propuestas y las alianzas, de quién se fue con quién”, dice María Teresa Ronderos. “Un buen cubrimiento –continúa– debería ser desde los ciudadanos más que desde los candidatos. Debe promover el debate de las propuestas, pero viendo cómo responden esas propuestas a las realidades de los ciudadanos. La agenda de temas debe ser aquella que propone la ciudadanía y no la ofrecida por los candidatos. Las elecciones se están cubriendo Esta manera de ejercer el periodismo fue lo que dio origen en 2002 al proyecto Vote Bien, del cual María Teresa es asesora editorial. Se trata de un portal de internet en el que periodistas y ciudadanos informan acerca de las elecciones con una mirada crítica, “que esculca a los candidatos y sus propuestas”.

Como dice el manual para periodistas *Cómo cubrir elecciones*, elaborado por Vote bien, “parte de un buen cubrimiento periodístico es identificar aquello que está sobre la mesa, bien sea el modelo de gobierno o la salida de una crisis. Si las elecciones son una

competencia por el poder, es necesario desnudar ese poder, ver quiénes están detrás y qué es lo que se quiere hacer con ese poder”.

Esa nueva manera de cubrir temas electorales ha sido también la inquietud de varios organismos. El Proyecto Antonio Nariño desarrolla programas formativos en salas de redacción de algunos medios de comunicación con miras a impulsar un periodismo veedor de lo público. La Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y la Fundación Honrad Adenauer acaban de realizar un encuentro con directores de medios, en el que se debatió sobre las amenazas y alternativas que tienen los periodistas y los medios en la cobertura de unas elecciones.

Acceso a la información

Los periodistas también deben velar por el acceso equilibrado de los candidatos a los medios de comunicación y para que la ciudadanía encuentre la información relacionada con el candidato de su interés.

En estas elecciones, a diferencia de las presidenciales del 2006, vuelve a regir la ley 130 de 1994, que señala: “los concesionarios de los noticieros y los espacios de opinión en televisión, durante la campaña electoral, deberán garantizar el pluralismo, el equilibrio informativo y la imparcialidad”.

“No es más democrático que se le permita al ciudadano conocer en profundidad a los candidatos que tienen más opciones de ganar para debatir en profundidad sus propuestas, conocer a fondo su trayectoria, escudriñar más su hoja de vida”, se pregunta la periodista María Teresa Ronderos,

Ante los problemas de seguridad de muchos candidatos es aún más importante que tengan acceso a los medios de comunicación. “Y también es necesario que los espacios

que otorga el Gobierno a los partidos para presentar sus propuestas garantice equilibrio para todos, incluso en los medios locales”, dice Alejandra Barrios, coordinadora de **la MOE.**

De la misma forma es indispensable superar las dificultades en el acceso equitativo de los medios a los candidatos. En muchas regiones los comunicadores también venden la pauta publicitaria y sus principales compradores son las entidades oficiales, lo que ha generado el silenciamiento de los periodistas, quienes optan por no investigar ni delatar a quienes son sus socios en la pauta comercial.

Por esta razón y para generar una competencia sana entre los medios y promover la independencia del periodismo, la Federación Colombiana de Periodistas adelanta acuerdos. “En el Meta, por ejemplo, se firmó un acuerdo entre la organización de periodistas Asopemet y la Gobernación en el que se establecieron las tarifas de la pauta comercial según el carácter y la duración del programa o publicación, entre otros aspectos”, dice su director, Eduardo Márquez.

Por su parte, la Corporación Medios para la Paz ha impulsado un acuerdo con periodistas de 22 municipios del país para garantizar la independencia y la imparcialidad. En él se comprometen a no trabajar para campañas electorales.

Garantías para romper el silencio

Pero para realizar un ejercicio informativo responsable y que deleve situaciones de irregularidad es necesario que los periodistas y medios de comunicación cuenten con garantías de seguridad. Y más teniendo en cuenta que la mayoría de las amenazas se relacionan con investigaciones sobre corrupción pública y no con el conflicto armado, como podría pensarse. Esa fue, precisamente, una preocupación expresada en la "Declaración de Medellín" sobre la seguridad de los periodistas y la lucha contra la impunidad, emitida en mayo en la conferencia internacional sobre libertad de prensa.

Precisamente, la Fundación para la Libertad de Prensa, FLIP, ha encontrado que las agresiones contra los periodistas aumentan en época de elecciones. En los últimos siete años, la mayoría de hechos contra la libertad de información se presentaron en el 2002 y 2006, años de elecciones presidenciales. En 2007, la tendencia va tan alta como en esos dos años y afecta especialmente a Santander, Norte de Santander, Tolima, Valle, Arauca, Huila y Atlántico.

Para Carlos Cortés, director de la FLIP, “las cifras señalan una disminución de homicidios de periodistas, pero las amenazas han aumentado, lo que muestra un cambio en la práctica de las violaciones a la libertad de prensa”. Por esta razón, dice, para blindar las elecciones es preciso dar garantías de seguridad al periodismo nacional.

ASTRID ELENA VILLEGAS

Redacción

Hechos del Callejón

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo

Carrera 11 No. 82 – 76 oficina 802

Fijo (57 - 1) 6364750 extensión 208

Celular (57) 310 5664764

astrid.elena.villegas@undp.org

Fax (57 - 1) 6364750 extensión 209 Bogotá, Colombia

Hechos del Callejón

No. 28