

QUE EL CIUDADANO TENGA TODOS LOS ELEMENTOS PARA TOMAR LA MEJOR DECISIÓN (cubrimiento en época electoral)

Entrevista a Sergio Ocampo Madrid.



Taller Chiquimula, Guatemala
abril 2011

Especialista en redacción y edición de textos periodísticos, literarios e informes en general. Manejo integral de los grandes temas de la historia y la política colombianas desde la perspectiva regional y nacional, así como del conflicto armado y los procesos de paz ocurridos en Colombia. Buen conocimiento sobre procesos electorales y estrategias de coberturas de impacto.

1. ¿Por qué es importante capacitar a los periodistas en cubrimiento de elecciones?

Las democracias en América Latina son básicamente electorales, esto es, las elecciones constituyen casi la única forma real y operativa de participación para la mayoría de ciudadanos, y los partidos políticos como agentes de vinculación entre el Estado y sus asociados prácticamente existen en tiempo de elecciones; el resto del tiempo desaparecen. Siendo así, nuestras democracias dependen casi en un ciento por ciento de las justas electorales para verificarse y permitir cambios, hacer reales opciones de poder que en los calendarios políticos por fuera de los comicios no tienen voz ni posibilidades de proponer.

Casi podría decirse que nuestros países se juegan la vida democrática cada cuatro años (o cinco o seis, para los que tienen periodos presidenciales o congresionales más largos). Bajo esta premisa, los medios de comunicación tienen la mejor oportunidad de participar de la mejor manera colaborando para que el voto ciudadano sea cada vez más maduro, para que se sufrague a consciencia, para que se minimicen los riesgos de fraude y corrupción alrededor del voto, y para que se potencialicen nuevas voces con proyectos políticos modernos, independientes y con plataformas programáticas pensadas para lograr cambios.

2. ¿Qué diferencia hay entre cubrir en época electoral a cubrir normalmente?

Sobre el papel no debería haber mayores diferencias pues el periodismo debe ser igual de responsable, de comprometido todo el tiempo. Sin embargo, la diferencia está en el punto anterior, el cual reitero: la vida de nuestras democracias depende fundamentalmente de que haya elecciones. Lo pongo en términos muy coloquiales y sencillos (y así lo manifesté en los talleres en Guatemala): un ser humano promedio alcanza a vivir unos 16 mundiales de fútbol en toda su vida, contando que viva unos 75 años. Ya que la frecuencia de los mundiales es cada cuatro años, la expectativa porque llegue el próximo, porque empiece, por no perderse partido es enorme y hace que cambien las dinámicas sociales por un mes en la mayoría de países del planeta. Las elecciones deberían ser vistas (y presentadas así por los medios), con el ingrediente adicional de que a pesar de ser el fútbol una dimensión importante de los seres humanos, su puesta en práctica no implica consecuencias como las de los malos o los buenos gobiernos.

En circunstancias normales, o sea excluyendo estos experimentos latinoamericanos que están gobernando a punta de referendos anuales intentando legitimar a punta de popularidad unos procesos muy inciertos y peligrosos, en circunstancias normales, un presidente no acude más de 20 veces en toda su vida a elegir su presidente. Y debería poder hacerlo con la cabeza llena de claridades sobre quiénes son los que están en contienda, qué proyectos de país tienen (si lo tienen) y hacia donde buscan enrumbar la sociedad. Esas claridades, en buena medida, dependen de los medios de comunicación.

3. ¿Qué tips son claves para tener en cuenta al cubrir elecciones?

Doy 10:

- Transparencia. Debe ser una premisa de fondo y de forma. Un medio no está para favorecer los intereses de ninguna persona o grupo político, sino los intereses de la mayoría.
- Equilibrio. Esto significa actitud plural para dar voz a todos los actores en contienda.
- Inclusión. La actitud debe ser la de búsqueda de nuevas opciones políticas, que se alejen de lo tradicional. Igualmente, una actitud de apertura a las opciones que representan sectores vulnerables o tradicionalmente excluidos.
- Toma de decisión libre y responsable. Ésta debe ser la finalidad última de una buena cobertura: que el ciudadano tenga todos los elementos para tomar la mejor decisión.
- Pedagogía. La política es opaca por definición, llena de vericuetos y complejidades; hay que acercarla y explicarla a la gente todo el tiempo.
- Investigación/espíritu de denuncia. Deben reforzarse los equipos de investigación en este tiempo.

- Evaluación y seguimiento. Los medios deben hacer un constante ejercicio de memoria; a la gente hay que recordarle siempre lo bueno y lo malo que han hecho sus hombres públicos.
- Imponer agenda periodística. Hay que poner a hablar a los políticos de lo sustancial, no de lo que ellos quieren, o de lo que les produce dividendos electorales.
- Antropomorfización de la política. Esto implica dar rostro a los aspirantes en sus facetas humanas, pero también sacar los problemas de la dimensión de la estadística y darles cara.
- Pluralidad en géneros y en fuentes. Sacar la información de las simples noticias y arriesgar con otros géneros. Experimentar con el humor, con lo gráfico, etc.

4. Si un periodista no tiene mucho tiempo, que debería hacer para cubrir de la mejor manera, buscando objetividad, en época electoral?

Tres cosas:

- Alianza con otros medios. Dan una fortaleza enorme y permiten hacer propuestas novedosas y arriesgadas.
- Contacto permanente con la sociedad civil organizada, y particularmente con las ONG que se involucran con el tema electoral. Casi siempre tienen cosas buenas para decir, para denunciar, para sacar a la luz.
- Conseguir que la academia y los gremios profesionales se vinculen a la cobertura electoral para armar un grupo de expertos que evalúen las propuestas que hacen los candidatos y determinen cuáles son las más viables, las más serias, etc.

5. ¿Qué otros medios tiene al alcance un periodista de los que se debería valer para cubrir durante las elecciones?

El más importante es el derecho de acceso a la información. Y lo digo en dos sentidos:

El primero tiene que ver con la información que, por ley, deben colgar, las instituciones en sus páginas web y otros lugares, acerca de sus ejecuciones, organización interna, contratos, etc. Ahí hay un filón enorme de historias que solo requieren un poco de paciencia para ser buscadas y algo de buen olfato. Un ejemplo: el año pasado, La Patria de Manizales, Colombia, hizo un trabajo de denuncia sobre las multas y comparendos que debían los candidatos en el tránsito, sólo buscando con el número de las cédulas en la página de esa institución.

Lo segundo es el derecho que tienen los ciudadanos de solicitar y obtener documentos públicos. Es clave para mirar inhabilidades, incompatibilidades, conflictos de intereses de los aspirantes.

6. ¿Qué diferencia hay para los periodistas de regiones y los de la capital?

Hay varias, pero la actitud de pluralidad, de compromiso y de exigencia de creatividad debería ser la misma.

Por lo general los medios capitalinos son más grandes, tienen más recursos, tienen carácter nacional y sus reporteros tienen menos problemas de seguridad.

Sin embargo, ante esas desventajas, los regionales podrían buscar alianzas con los nacionales, mantenerse muy unidos frente a las eventuales amenazas, conservar la distancia con las fuentes (a pesar de la cercanía física más estrecha y del mayor riesgo de presiones), y buscar apoyo en la academia y en los gremios y ONG.

7. ¿Qué otras cosas deben tener en cuenta los periodistas que cubren elecciones en zonas de conflicto o en las que su vida está en peligro?

Preservar la vida es el primer compromiso de cualquier periodista. Pero hacerlo no debe significar silenciarse ni dejar de hacer lo que se debe hacer. La unidad es clave; la reacción inmediata y contundente de todo el gremio ante cualquier conato de amenaza a un miembro de la prensa, así como la exigencia a las autoridades de medidas y seguridades. La alianza con un medio nacional le resta un poco la vulnerabilidad a los periodistas de las regiones.

El equilibrio permanente, la obligación de mostrarse equitativo (serlo y parecerlo) y el evitar cercanías de cualquier tipo con actores armados irregulares (e inclusive oficiales) son parte de las premisas de oro en los manuales de autoprotección para los periodistas.