

EL ROL DE LOS MEDIOS EN LOS PROCESOS ELECTORALES

THE ROLE OF MEDIA IN ELECTORAL PROCESSES

Mg. Marta Milena Barrios
Fundación Universidad del Norte
mbarrios@uninorte.edu.co
Colombia

Dr. Elias Said Hung.
Fundación Universidad del Norte
saide@uninorte.edu.co
Colombia

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar en torno al rol que deben asumir los medios de comunicación social durante los procesos electorales, al ser estos actores fundamentales en el devenir político y democrático en las sociedades. Dicho análisis centra la atención sobre aspectos generales del periodismo como una parte importante de la esfera pública, y dará cuenta de algunos aspectos del cubrimiento y el tratamiento informativo generados a partir de la investigación “La construcción noticiosa en la radio y televisión de Barranquilla, durante las elecciones locales de 2007”. Esta investigación gira en torno al rol ejercido por los medios en un contexto social caracterizado por un claro deterioro en la clase política local, cuestionamientos a la independencia de los medios y su consecuente impacto a nivel social.

Palabras clave: rol de los medios de comunicación, procesos electorales, Barranquilla, elecciones locales de 2007.

Abstract

The present article has the purpose to deliberate about the role that should be adopted by mass media during election processes in our societies. Such analysis focuses around general aspects of the journalistic profession as an important part of the public sphere, and conveyed some aspects about media’s coverage and informative dynamics, generated by the research “La construcción noticiosa en la radio y television de Barranquilla, durante las elecciones locales de 2007”, conducted by the authors of this paper. There, it was studied the role assumed by the media in news coverage during the electoral process, in a social context characterized by the deterioration of the local political class, claims of media’s bias and a strong impact of all this in society.

Key words: mass media’s role, elections processes, Barranquilla, local elections’ 2007.

(Recibido el 16/12/08)
(Aceptado el 30/06/09)

Introducción

El análisis de las relaciones que existen entre servidores públicos, medios de comunicación y audiencias, resulta uno de los campos de estudio más dinámicos y fascinantes en el área de la comunicación. Su naturaleza compleja se hace más intrincada en los períodos electorales, cuando los candidatos utilizan los medios para construir su imagen frente a la opinión pública. Por su parte, los periodistas construyen las narrativas a través de las cuales la mayoría de la población obtiene los elementos de juicio para escoger a sus representantes en el sector oficial.

En este sentido, desde la década de los años 1960's del siglo XX hasta nuestros días, numerosos estudios han demostrado que los medios de comunicación juegan un papel preponderante en la decisión de voto de los ciudadanos. Por tanto, la naturaleza de esta relación que permite que los discursos públicos de los medios lleguen a los individuos y los lleven a actuar en una dirección determinada, ha recibido particular atención.

A medida que la investigación se ha ampliado, se han podido identificar matices más sutiles y –para algunos- menos predecibles. Así, estudiosos de los efectos de los medios en la audiencia han demostrado, por ejemplo, que la televisión tiende a resaltar el carácter del candidato y otros rasgos personales por encima de su plataforma programática, y que quienes ven televisión, con frecuencia tienden a basarse en su percepción de la imagen del aspirante, para tomar la decisión de a quién deben apoyar en las urnas. Por su parte, quienes acostumbra a hablar con sus pares de sus preferencias en materia de política, tienden a votar sobre la base de una identificación partidista (Cho, 2005).

Académicos como Mc Combs (1995) han concluido desde la segunda mitad del siglo pasado, que las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana y, en relación con la actividad electoral, han sido categóricos en que “toda noticia que refleje actividad política y creencias, no sólo discurso y propaganda de campaña, tiene alguna relevancia sobre el voto”. Para probarlo, han llevado a cabo decenas de estudios, algunos de referencia obligada como los de Chaper Hill y Charlotte (Severin & Tankard, 2001), en donde establecen la relación entre la agenda de los medios y la agenda pública. En consecuencia, conceptualizaron como Agenda Setting a la cualidad de los medios de conducir a la gente a pensar acerca de ciertos asuntos (Mc Combs, 1995; Mc Combs, 2002; Spiro & Mc. Combs, 2004). Este cuerpo de conocimientos se considera uno de los más sólidos y probados en el área de la comunicación.

Agenda Setting conceptualizó que la influencia de la agenda de los medios en la agenda de su audiencia, ocurre en dos niveles. En el primero, los medios ponen en la discusión pública “una lista de temas en orden de importancia” que terminan siendo los que la sociedad considera relevantes (Severin & Tankard, 2001: 236); entretanto, el segundo nivel de Agenda Setting da cuenta de los atributos, sub temas o temáticas derivadas de la exposición de los temas, que también logran constituirse en el criterio dominante para la audiencia. En ese sentido, este segundo nivel se enfoca en la forma en la cual los asuntos o temas se presentan en los medios” (Severin & Tankard, 2001: 237).

Del concepto de Agenda Setting, pues, se derivaron dos más: el primero, el de Primacía, según el cual, los medios tienen la habilidad de influenciar el punto de vista a través del cual la gente juzga un hecho (Iyengar & Kinder, 1987; Iyengar, & Simon 1993). El segundo, el de Encuadre o Framing (Goffman, 1974), que desde la psicología se define como los cambios de juicio en la audiencia que tienen lugar a partir del cambio en la definición del enfoque con que los medios delimitan los hechos o problemas. Visto desde la sociología, el encuadre tiene que ver con la ideología o los valores de los medios, en términos de los símbolos y los estereotipos que usan en sus presentaciones de noticias (Iyengar, & Simon 1993).

De igual forma, como expuso Thomas, citado por Sádaba, T, La Porte, Ma. & Rodríguez-Virgili, J. (2008), “las situaciones definidas como reales son reales en sus consecuencias”. Por tanto, la realidad interpretada desde los medios de comunicación puede ser tomada por quienes están expuestos a las noticias, como una realidad social suprema, en la que el mundo real y el mundo conocido desde los medios, comparten importancia en el plano individual y colectivo de los diferentes actores que hacen parte de cada sociedad.

A partir de lo expuesto hasta ahora, la realidad de la información pública queda en el centro del debate. Las diferentes formas de encuadrar la realidad desde los medios de comunicación, las formas distintas en que las interpretan las audiencias, así como la relación que todo ello guarda con la siempre presente aspiración de la anhelada objetividad informativa, permanecen en el foco de la discusión. Hasta qué medida son las noticias “espejo de la realidad”; cómo se puede intentar reducir al mínimo la subjetividad del periodista; cómo se pueden estructurar los textos informativos para dar cuenta de una realidad social compleja y cambiante a partir de la estructuración de los hechos noticiosos con esquemas narrativos rígidos y antiguos como el de la pirámide invertida; de qué manera la inclusión de la respuesta escueta a los interrogantes de las 6W (qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué) en los textos, puede dar cuenta de realidades sociales complejas; qué procedimientos se pueden implementar para el abordaje de estas cuestiones a partir de otros patrones narrativos que trasciendan el de la pirámide invertida, como lo sugieren algunos estudiosos (Miralles, 2002).

Sobre democracia, micrófonos y rotativas.

Como se ha mencionado, en el contexto de las elecciones de funcionarios públicos, los medios adquieren un rol preponderante. En la medida que proporcionan información balanceada sobre los distintos candidatos, el ciudadano tendrá la posibilidad de contar con mejores bases para tomar la decisión más acertada sobre el individuo que mejor representará sus intereses. Si por el contrario, lo que predomina es una manipulación de la información, un desbalance o un cubrimiento parcializado de los hechos, los resultados podrían ser nefastos para la democracia.

En este sentido, el panorama de la información pública que se construye en época de elecciones no estaría completo sin detener la mirada en la dinámica de la pauta publicitaria. En efecto, los medios suelen recibir una gran presión comercial, en la medida en que los intereses de ciertas empresas que están ligadas a determinados grupos políticos ofrecen pauta condicionada a la “visibilidad” le dan a determinado candidato. Esta parece ser una práctica generalizada en muchos contextos geográficos, en la medida en que los medios de comunicación han fortalecido su papel de mediadores en la sociedad. En una investigación realizada por Just, Levine y Regan (2001) en Estados Unidos entre 118 directores de medios encuestados, el 53 por ciento reconocía haber sido víctima de presiones por parte de los anunciantes.

El hecho es que la calidad de la información pública que circula en los medios de comunicación masiva hoy en día se cuestiona, toda vez que muchos estudios han demostrado que no cumple a cabalidad su misión de comunicar los contenidos de la forma más objetiva posible (Schudson, 2003). Factores como intereses personales entre candidatos y dueños de medios, manipulación de la pauta política por parte de entidades oficiales y la falta de cubrimiento objetivo de hechos políticos –entre otros factores- dificultan el cumplimiento de ese ideal periodístico de contribuir al fortalecimiento de la vocación democrática, proporcionando el espacio para que se satisfaga la necesidad social de construir una esfera pública al servicio de los intereses más sentidos de una gran masa de ciudadanos anónimos que no tienen otra manera de hacer escuchar su voz.

No sobra recordar que ante el surgimiento de las ciudades industriales y el crecimiento de la población, los espacios físicos y las oportunidades para debatir cara a cara se fueron reduciendo, de manera que la sociedad buscó otros espacios institucionales para discutir los hechos de interés público. Así, en esta era de la información en la que nos encontramos, los medios masivos han asumido, en buena medida, el rol de esfera pública, proporcionando el espacio para que los ciudadanos reciban información de lo que ocurre en su contexto inmediato y puedan participar en el debate de los asuntos de interés para la realidad de su vida cotidiana.

La búsqueda de la calidad periodística

Entre los diversos temas de interés que han venido permeado el debate de los medios, se encuentra la búsqueda de procedimientos que permitan la medición de la calidad informativa del trabajo periodístico, a través del manejo noticioso ejercido desde los medios de comunicación.

Personalidades e investigadores avocados a la labor de análisis y comprensión del mundo periodístico, han venido destacando las crisis inherentes en este contexto en las sociedades contemporáneas. Uno de los principales puntos de polémica resulta del manejo de las fuentes de información en los textos que construyen los periodistas. En efecto, el utilizar una sola fuente de información, por ejemplo, sin dar la oportunidad a contrastar los hechos con otros actores sociales, ha sido una de las prácticas más generalizadas, que resultan motivo de preocupación.

Algo similar ocurre con la calidad de las fuentes que se consultan, puesto que no todas las veces la persona o personas escogidas para dar su opinión sobre un tema, tienen las competencias requeridas para hablar de lo que se le pregunta. Es decir, aun cuando se trata, en el mejor de los casos, de líderes reconocidos en la sociedad, no siempre constituyen la opción más apropiada para ilustrar a la opinión pública sobre un asunto en particular. Con frecuencia, parecería que existe un número reducido de personajes públicos que fungen de "todólogos" en los medios, por cuenta de su profusa aparición en los informativos para opinar de "lo divino y lo humano".

Por otra parte, como telón de fondo de estas preocupaciones se encuentra el manejo ético de la información. Son muchas las decisiones que los periodistas deben asumir en un breve lapso de tiempo, por cuenta de la inmediatez y el carácter cada vez más multimedial de la información pública, que circula en estos días en tiempo real -24 horas, 7 días a la semana- por varios canales de comunicación en forma simultánea, por cuenta de los avances en ciencia y tecnología. La incidencia de este nuevo escenario en la calidad informativa lleva a la discusión varios asuntos de interés: ¿Cómo reconstruir los hechos de la forma más completa y fiel si se tiene poco tiempo para investigar? ¿Cómo plasmar los más elevados ideales éticos y las aptitudes individuales en un marco profesional predominado por las primicias? ¿Cómo medir la calidad de la labor periodística?

Estos son algunos de los interrogantes a los que deben hacer frente tanto los profesionales de la comunicación como quienes se dedican a estudiar su labor y los posibles impactos que tiene en la generación y transformación de la opinión pública en el seno de nuestras sociedades, en especial, durante los momentos en donde la audiencia de medios crece con motivo de sucesos de relevancia social, como las campañas políticas para la escogencia de las autoridades públicas a nivel nacional, departamental o local.

Desde el punto de vista de los periodistas, el escenario descrito de cambios en los medios, necesidad de aumentar la producción informativa y presiones de los actores sociales que participan en la contienda electoral, ha tenido algunos efectos nocivos. En efecto, los periodistas tienden a dedicarse al seguimiento exclusivo de las actividades y declaraciones efectuadas por los candidatos, mientras dejan de lado aspectos formales que contribuyen a redacción noticiosa de calidad, como la investigación a profundidad de la hoja de vida de los aspirantes, el análisis de la coherencia entre sus logros profesionales y las competencias del cargo al que aspiran, o su trayectoria en el sector público, por ejemplo.

Contenidos como estos podrían representar un aporte más eficiente del periodismo a la democracia, así como al cumplimiento de las metas fundamentales de todo periodista: informar de forma veraz y completa, utilizar su propio juicio y las normas deontológicas de la profesión, evitar que se impongan los intereses de factores ajenos a los periodistas y comunicar la realidad a partir de encuadres constructivos, que propicien los consensos entre actores sociales.

De acuerdo a lo anterior -desde el punto de vista de los estudiosos de la calidad periodística- algunos estudios han servido para identificar los aspectos que resultan de vital interés al momento de establecer indicadores que sirvan como referente ante la difícil tarea de intentar medir la calidad. Estudios puestos en marcha en Argentina, Chile, España, Estados

Unidos, Colombia y Venezuela, entre otros países, por investigadores como Del Moral, J. et Al (2007); Pellegrini, S & Mujica, Ma. (2006); Teramo, Ma. (2006) o el proyecto liderado desde la Escuela de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad de San José (California), han establecido como relevantes aspectos relacionados con la construcción de la agenda informativa, el pluralismo, idoneidad y protagonismo en las noticias, así como las ideas y la accesibilidad del mensaje informativo, que resultan importantes para una mejor comprensión de esta temática.

Si bien los medios de comunicación no son un “espejo de la realidad” sino una pintura de la misma, el tratamiento, enfoque y ejes en los que se desarrollan las noticias electorales, muchas veces terminan por dar cuenta de realidades prediseñadas desde las esferas de los poderes políticos y económicos. Estos poderes, por lo general son capaces de influir en gran medida sobre los medios de comunicación, ejerciendo una gran cantidad de presión sobre la labor de los periodistas, sobre todo, al momento de delinear una agenda informativa en la que la diversidad y el equilibrio resultan más una expectativa que tiende a frustrarse, que una realidad presenciada a lo largo de la historia de la cobertura noticiosa de procesos electorales.

A pesar que se reconocen diferencias sensibles de acuerdo con el país de que se trate, en naciones como Colombia y Venezuela, los actores políticos y económicos consideran y hacen uso de los medios de comunicación como legitimadores de su discurso y constructores de realidades ajustadas a los intereses provenientes de los grupos en el poder. Ello hace que se delinee una agenda informativa poco equilibrada que suele dejar por fuera el seguimiento a opciones políticas minoritarias o partidos no tradicionales, porque los medios terminan también abriendo sus micrófonos y poniendo sus rotativas al servicio de los candidatos que tienen una maquinaria más fuerte o mejores opciones de ganar.

De acuerdo a lo dicho, y a veces sin tener conciencia de su propio accionar, los medios terminan restringiendo la realidad que conoce su audiencia, como han conceptualizado los estudiosos de fenómenos como Agenda Setting y Primacía. Otros estudiosos (Rivadeneira, 1998; Serrate, 1996; Virtue, 1997) han enfatizado la importancia de dotar a los ciudadanos de una descripción completa de las realidades a su alcance para la construcción autónoma de estas para la toma de decisiones que tienen que ver con las elecciones, ideal que los medios suelen cubrir en forma parcial, sobre todo en escenarios como Barranquilla, en donde los procesos electorales suelen estar rodeados de presiones y amenazas.

Detrás de lo antes expuesto, emergen aspectos que han estado presentes a lo largo de todo el proceso de desarrollo de las teorías de comunicación, a saber: la estrecha relación existente entre los medios de comunicación y el poder; así como el poder de mediación ejercido por éstos (Barbero, 1984), a favor de la “democracia de comunicación indirecta” (Nuñez, 2006), en la que los líderes políticos hacen uso del cubrimiento noticioso de los medios para entrar en contacto con los ciudadanos y poder persuadirlos. Ello trae consigo la necesidad de repensar el rol de “cuatro poder”, y su capacidad de servir de contrapeso, en un momento determinado, ante los posibles abusos de los otros poderes existentes a nivel social, a saber: el legislativo, el ejecutivo y el judicial.

Ya lo habían advertido autores como Macaulay (Hernando, 2002), al momento de emplear el término “cuatro poder”: la capacidad que tienen los periodistas en los medios tradicionales de incidir en la política y en la sociedad en general, a través de los diversos mecanismos de influencia sobre la opinión pública, que al final es la que verdaderamente “sanciona” o “premia” con su respaldo, las distintas iniciativas, a través de diferentes mecanismos de participación política democrática tales como manifestaciones públicas, voto popular, organizaciones de la sociedad civil, entre otros.

Otro de los aspectos que resultan importantes al momento de hacer un abordaje crítico en torno a la calidad de la labor ejercida por los periodistas durante el tratamiento y cubrimiento informativo en las elecciones, es lo relacionado con las cargas subjetivas que aparecen en las noticias o el cubrimiento contextual de las mismas, que aparece en este tipo de procesos (García, 1985). Es así como aparecen valoraciones de quienes emiten o presentan las noticias, a partir del empleo de los formas de comunicación pre verbales, y gestos corporales que muestran sus propias emociones al momento de llevar a cabo su presentación noticiosa, tales

como expresiones hechas con el rostro, encogimiento de los hombros, entre otros, como lo advierte Bolinger (1975).

Como se sabe, muchos de los referentes comunicativos alrededor de la labor periodística han venido cambiando. Uno de esos ha sido el tan mencionado concepto de “objetividad”, el cual fue abordado en tiempos pasados de forma muy simplista, al suponerse que se llegaba a ella en forma automática, puesto que el periodista se convertía en una suerte de “busto parlante”, que no debía tomar postura y se mantenía al margen de toda presión. A riesgo de ser reiterativos y enunciar verdades de Perogrullo, subrayamos que este ideal romántico de objetividad, que se mantiene en algunos contextos, resulta imposible de llevar a cabo, ya que la acción de construir una noticia – sobre todo de naturaleza política- exige juicios, empleo de criterios, y selección de aquello “relevante” de un hecho noticioso.

Por esto, no puede aseverarse que la buena práctica periodística exige que el narrador se mantenga neutral. En la medida que ha venido avanzando el debate de lo aquí expuesto, al interior de los medios en general, se ha asumido la aplicación de un estilo más flexible al momento de tratar las noticias. Sin embargo, lo anterior no exime a los comunicadores de revisar permanentemente la carga de subjetividad que le imprimen a las noticias, en donde debe primar su rol como mediadores en el acto comunicativo –no como protagonistas del mismo- y el criterio ético de privilegiar el bien común.

Los estudiosos de la ética reiteran a cada paso que las buenas prácticas informativas no admiten trabajar sobre la base de las conjeturas u otros enfoques de corte personal. A los medios la audiencia les exigen veracidad y esto no es posible que se dé si no se ofrecen datos. Precisamente, el ejercicio de contrastar los indicadores sociales con las propuestas de los distintos aspirantes a las corporaciones públicas y la indagación por soluciones, podría ser una muestra de los servicios que el periodismo le puede prestar a la sociedad en los cubrimientos informativos previos a los debates electorales.

Por desgracia, piezas noticiosas que semejan “rumores”, “comentarios sin fundamentación” u otros textos de dudosa calidad y pertinencia noticiosa, aparecen enmascarados muchas veces como primicias, como textos sin atribuciones debido a la protección de la fuente, entre otros recursos periodísticos, que más que ser reales terminan por ser empleados para cubrir faltas de los mismos periodistas y los medios de comunicación como institución. Es por ello, que lo aquí mencionado resulta de especial interés para dar cuenta de la calidad de la labor ejercida por quienes producen y transmiten la información, cuando se hace referencia a procesos electorales nacionales y locales, cuya importancia y duración, hacen que la excesiva exposición de noticias basadas en conjeturas, pudieran contribuir sustancialmente a posicionar una imagen distorsionada del candidato frente a la opinión pública, ya sea a su favor o en su contra, sin que haya una evidencia empírica que lo fundamente por falta de rigor en el trabajo periodístico.

Es por ello que, al hacer un abordaje en torno al rol de los periodistas en procesos electorales, se debe tener en cuenta que manejan un doble rol, como profesionales y como ciudadanos, que supone un manejo ético complejo. Para algunos, lo importante es que el cubrimiento se haga siguiendo los lineamientos que su condición de profesionales les impone, mientras que para otros, lo que debe primar es su condición de ciudadanos, en la defensa de los ideales colectivos más sentidos.

Por otra parte, alrededor de los análisis del impacto de los mensajes generados desde los medios masivos en la audiencia, hay que decir que la recepción de estos muchas veces resulta compleja e ineficaz. La amplia diversidad de “ruidos” o interferencias involucradas en los procesos de comunicación, hacen que sea recomendable que los mensajes informativos encierren un alto grado de precisión. Por este motivo, resulta vital que quienes asumen el rol de informar, ejerzan su labor comunicando la realidad de una forma sencilla y clara, pero conservando el ideal de que los contenidos sean pertinentes y profundos. Ello a partir de la exposición de frases cortas en donde no se intente transmitir más de una idea, en caso de que sea el protagonista quien soporte el mensaje, se recomienda anunciar lo que va a decir, de la forma más clara y sencilla posible, y hacer un cierre de la narración.

Para poder acceder a una medida de eficacia comunicativa, se utilizan una serie de parámetros. En esta reflexión haremos mención de dos criterios, a saber: la identificación de las noticias según el número de ideas principales en ellas y la accesibilidad del mensaje de las noticias relacionadas con las elecciones locales de 2007. Respecto al primero, hay que decir que una noticia de calidad no es aquella que transmite muchos episodios principales, sino aquella que logra la exposición de una idea o hecho central y lo enriquece con ideas secundarias o que complementan y dan profundidad a la noticia expuesta. Por ello, se requiere valorar estos aspectos, cuando analizamos el rol de los medios y los periodistas en los procesos electorales, toda vez que los candidatos procuran hacer un máximo uso de sus apariciones en los medios y tienden a incluir muchos aspectos de su interés al mismo tiempo. Los periodistas están llamados a no seguir esta tendencia, puesto que de seguirse, pueden hacer la labor de comprensión noticiosa de los ciudadanos muy ardua y dificultar una mejor aproximación a las realidades expuestas desde los medios de comunicación.

En segunda instancia, al momento de hablar de la accesibilidad del mensaje, habría que pensarlo desde tres ejes articuladores, a saber: la audibilidad del mensaje informativo (cuántas palabras son empleadas para transmitir la noticia en un tiempo preestablecido); la comprensibilidad de la noticia (el número de frases empleadas para la transmisión de la noticia), y la densidad informativa (el número de ideas que se quiere transmitir, las cuales están contenidas en cada frase de las noticias). Cada uno de estos aspectos, podrían permitirnos ver los objetivos más puntuales de la realidad que rodea a las noticias elaboradas por los periodistas. Esto, de cara a comprender mejor los diferentes marcos de exposición noticiosa que tienen ante sí los ciudadanos, al tener contacto con la labor ejercida por los periodistas al momento de tratar un hecho, de cara a emplear las noticias elaboradas por estos profesionales para la construcción de las realidades que son de su interés de la forma más fácil que sea posible.

El conjunto de aspectos destacados a lo largo de este punto, nos permiten vislumbrar algunos elementos que resultan de interés al momento de centrar la atención sobre la calidad periodística del cubrimiento informativo de los profesionales de la comunicación. Dichos aspectos resultan de especial interés si son tomados en consideración en procesos de análisis de dicha labor durante las elecciones nacionales y locales, ya que nos pueden dar luces en torno al rol asumido por los medios y los periodistas de cara a vislumbrar mejor la forma como se hizo la cobertura informativa. Podrían ser útiles en procesos de autoevaluación, para determinar, por ejemplo, si se presentó una falta de equilibrio informativo o no; si hubo un uso excesivo e inadecuado de enfoques que acudieran a perspectivas sensacionalistas, si se adoptaron posturas personales o proselitistas por parte de los comunicadores en torno a lo que hacen algunos candidatos, así como aquellos aspectos inherentes al proceso de construcción y redacción de la pieza noticiosa, que puedan causar un impacto fuerte en el recuerdo del hecho que tiene la audiencia.

Medios y Política en Barranquilla

En el momento actual de la historia de Barranquilla, los medios de comunicación tienen un papel central. Con una clase política cuestionada, deficiencias en la atención a la población en servicios básicos, y unos indicadores económicos y sociales pobres, la intervención de los medios se constituye con frecuencia en la única posibilidad que tienen los sectores vulnerables de la población, de hacer escuchar su voz y buscar atención para sus necesidades más sentidas.

De igual forma, el cubrimiento mediático del proceso electoral en Barranquilla resulta atractivo por varios aspectos. El primero es que en su historia reciente, esta ciudad de millón y medio de habitantes del Caribe Colombiano, ha tenido una clase política que ha fallado en forma repetida en su intento de solucionar las necesidades más sentidas de los ciudadanos.

Denuncias de fraude en el proceso de elección y corrupción de los funcionarios públicos en el ejercicio de su cargo -que en el pasado han llevado a varios de ellos a la cárcel, inclusive a los Alcaldes Distritales- atrajeron la atención de los organismos de control y las organizaciones de veedurías ciudadanas sobre el proceso electoral de 2007. En este sentido,

hubo convergencia entre las preocupaciones de los ciudadanos y las agendas de los medios de comunicación, que pusieron estos temas en la discusión pública.

En términos generales, podría decirse que las temáticas que se manejaron en 2007—en lo que se considera el primer nivel de Agenda Setting mencionado— estuvieron relacionadas con preocupaciones tradicionales y predecibles en la época de elecciones como la financiación de las campañas, la legendaria transhumancia de votantes, la recurrente compra de votos, los antecedentes de los candidatos provenientes del sector público o el privado, los perfiles profesionales y personales de los aspirantes, y sus posibles relaciones con personajes o instituciones cuestionadas.

Sin embargo, también hubo referencias repetidas a la solución que plantearían los aspirantes a las corporaciones públicas, a situaciones más puntuales que preocuparon a la sociedad en general en esta coyuntura puntual, como la profunda crisis de la Red Pública Hospitalaria, con su déficit de camas para atención básica y especializada y su fiscalidad en bancarrota. Los medios barranquilleros trajeron a la atención de la audiencia la situación de casi medio millón de atlanticenses que se encuentran fuera del sistema de seguridad social y que con dolorosa frecuencia son víctimas del llamado “paseo de la muerte”, un peregrinaje por distintos centros de atención en salud, que se rehúsan a brindarles asistencia por la falta de afiliación.

Otro de los temas puntuales que los medios trajeron a la discusión con motivo de la campaña de 2007, fue la problemática de los arroyos, que invierno tras invierno causan cuantiosos daños materiales a la población. También se dio cuenta de las propuestas para crear oportunidades de empleo que permitan fortalecer la esperanza por salir adelante de los miles de ciudadanos que viven en la pobreza en la región. Por otra parte, no podía quedar fuera de esta revisión de los temas que propiciaron el diálogo con los candidatos, los riesgos al sistema democrático que estuvieron en la agenda de los informadores, toda vez que los diversos actores armados que operan en esta sección del país, profirieron amenazas en contra de los candidatos de unos 25 municipios de la costa Caribe.

Un aspecto importante a considerar es la dinámica particular que adoptó el cubrimiento informativo del tema electoral en esta sección del país. Las emisoras radiales lideraron un tratamiento noticioso no exento de emotividad, en donde las confrontaciones entre actores de la política ocuparon buena parte del contenido. Las emisiones matutinas de la radio, que alcanzan en ocasiones más de tres horas de duración, resultaron ser el escenario propicio para la participación espontánea de la audiencia, que con frecuencia interactuó con los candidatos y los servidores públicos en ejercicio en una muestra de los distintos matices que puede alcanzar esta nueva “plaza pública”. Sin embargo, hay que decir que el encuadre utilizado en este escenario fue primordialmente de conflicto, en el cual se privilegiaron las posiciones antagónicas entre individuos, grupos o instituciones.

Este encuadre fue el dominante en los diarios locales, la radio y los noticieros de televisión, que dedicaron un espacio generoso para difundir por igual las posturas de los aspirantes y los acalorados enfrentamientos entre ellos. A pesar de que se trata de una práctica universal en el ejercicio del periodismo: “el conflicto hace la noticia” (Zillmann, D. et. Al, 2004: 60), que se acentúa en los períodos electorales, resulta valioso recordar que hacer de ganar y perder el eje central del tratamiento noticioso puede ocasionar mayores fracturas en el tejido social que debe estar lo más cohesionado posible para poder afrontar los retos monumentales que tiene un grupo humano que desea insertarse en la senda del desarrollo.

El ejercicio de revisar el propio desempeño debería ser una meta central de las instituciones más influyentes de la sociedad, entre las cuales, se encuentran los medios. Blindar la independencia de la prensa de tentaciones como la repartición generosa de pauta publicitaria en los programas de noticias por parte de los aspirantes, en lo que algunos interpretan como una forma sutil de manejo de la prensa, debería ser una meta común. También debe prevenirse que la pauta publicitaria incluya contenido que genere polémica o rencillas en determinado medio en particular; lo dicho se presentó en el debate electoral de 2007 en la radio, debido a que en Barranquilla hay emisoras de propiedad de políticos y/o candidatos.

En suma, sin lugar a dudas, el periodismo cumple un rol de mediación importante, que necesita seguir siendo objeto de análisis desde instituciones como la academia y desde las propias asociaciones de periodistas, un ejercicio que resulta neurálgico para el crecimiento profesional de los comunicadores en particular, y el fortalecimiento de la democracia como sistema social en general.

Bibliografía

- Barbero J, (1964). De los medios a las mediaciones”, Comunicación, cultura y hegemonía. (1ª. Ed). Ed. GG MassMedia, Bs. As
- Barrios, M. & Arroyave, J. (2006). Perfil Sociológico de la profesión del periodista en Colombia: Diálogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias. Revista Diálogos de la Comunicación. No. 75.
- Barrios, M. & Arroyave, J. (2006). Cubrimiento de las Elecciones Parlamentarias en las Emisiones Matutinas de la Radio en Barranquilla. III Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad: Conocimiento Abierto, Sociedad Libre. Bajado el 10 de Octubre de 2008, de: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=624&llengua=es>
- Boliger, B., & Sears, O.F. (1981). Aspects of Language (3rd ed.). U.S.A., Harcourt Brace. Jovanovich, Inc. Bremer, K, & Simonot, M.
- Cho, J. (2005). Media, Interpersonal Discussion, and Electoral Choice. Communication Research: Sage, 32, 3, 2005: 295-322.
- Del Moral, J. (2007). El Análisis de la información televisiva. Hacia una medida de calidad periodística (1ª. Ed). Cie Dossat. Madrid, España.
- García, M. (1985). Tipos de comunicación no verbal. Documentos Lingüísticos y Literarios, 11. Universidad Austral de Chile, 1985: 23-28. Valdivia, Chile.
- Goffman, E. (1974). Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Harper & Row New York.
- Hernando, B. (2002). El mito del cuarto poder en los tiempos de las torres gemelas. Estudios sobre el mensaje periodístico 8, pags.43 – 62. UCM. Madrid, España.
- Iyengar, S. & Kinder, D. (1987) News that Matters. The University of Chicago Press Chicago.
- Iyengar, S. Simon, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. A Study of Agenda Setting, Priming and Framing. Communication Research: Sage, 20, 3, 1993: 365-383.
- Kess, J. (1976). Psycholinguistics: Introductory Perspectives. Academic Press Inc, Estados Unidos.
- Nuñez, L. (2006). El poder de la prensa en la democracia, 10 oct. 2008 <http://www.lnadeveze.com/articulos/poder_prensa_dem.pdf>.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. Public Opinion Quarterly: American Association for Public Opinion Research, 36, 1972: 176-187.
- Mc Combs, M. & Kioussis, S. (2004). Agenda Setting Effects and Attitude Strenght. Communication Research, 31, 1, 2004: 145-150.
- Mc Combs, M. (2008). The Agenda Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinión. Mass Media Economics, Bajado el 10 de Octubre de 2008, de: <http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mccombs01.pdf>.
- Mc Combs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Bryant J. y Zillmann D. (comps.). Los efectos de los medios de comunicación de masas. Investigaciones y teorías. Piadós. Barcelona, p.13-34.
- Miralles, A. (2002) Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Editorial Norma, Venezuela.

Pellegrini, S. & Mujica, M. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como factor productivo en un entorno medial complejo. Palabra Clave, 14. Colombia: Universidad de la Sabana.

Poyatos, F. (1970). Paralingüística y kinésica: para una teoría del sistema comunicativo en el hablante español. (1970). En Carlos H. Magis (coord.) Actas del Tercer Congreso Internacional de Hispanistas. Asociación Internacional de Hispanistas México D.F. p.725-738. Bajado el 9 de Oct. 2008 de http://cvc.cervantes.es/obref/aih/pdf/03/aih_03_1_081.pdf

Rivadeneira Prada, R. (1998). Ética y comunicación. Temas de comunicación. La Paz: Ediciones Signo, 1998: 59-79.

Sádaba, T., La Porte, M. & Rodríguez-Virgili, J. (2008). La Teoría del Framing en la Investigación en Comunicación Política. II Congreso de Comunicación Política. Universidad Complutense de Madrid. Bajado el 09 oct. 2008 de <http://www.ucm.es/info/compolit/articuloscongresoincopo/sadaba.pdf>.

Schudson, M. (2003). The Sociology of News. Series Editors. New York.

Serrate, C. (1996). Consejo de Ética de los medios de comunicación social. Memoria del Seminario Internacional "La Responsabilidad Ética de los Medios de Comunicación en una Sociedad Democrática", La Paz: Konrad Adenauer Stiftung, 1996: 61-66.

Severin, W. & Tankard, J. (2001). Communication Theories. Longman Estados Unidos.

Spiro, K. & McCombs, M. (2004). Agenda Setting Effects and Attitude Strenght. Communication Research: Sage, 31, 1, 2004.

Skewes, E. (2007). Message Control. Rowman & Littlefield Publisher INC Maryland, Estados Unidos.

Terrano, M. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. Palabra Clave, 9, 1. Universidad de la Sabana, Colombia.

Virtue, J. (1998). Problemas éticos en América Latina. Revista Chasqui Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 61 13-17 Ecuador.

Virtue, J. (1997). Ética en el periodismo: estudio de casos. Poder y ética en el periodismo, 83-102. La Paz, Bolivia.

Zillmann, D. (2005). Effects of Lead Framing on Selective Exposure to Internet News Reports. Communication Research: Sage, 31, 1. 2004.