

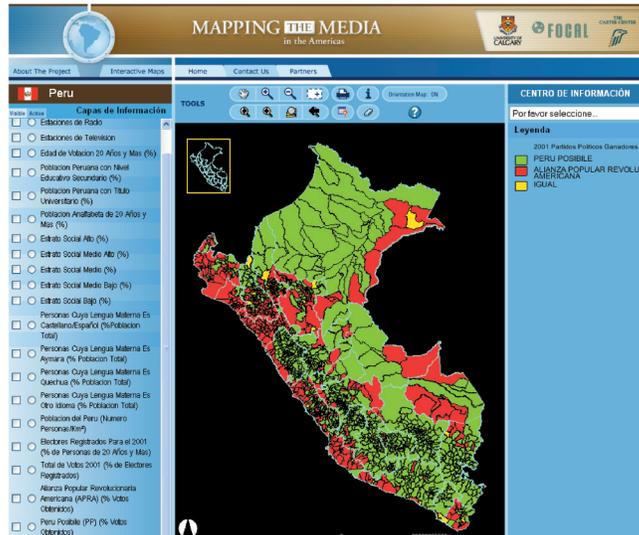
FINANCIAMIENTO POLÍTICO EN LAS AMÉRICAS

EL MAPEO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EL PROBLEMA

El financiamiento de la política es un problema de segunda generación en la consolidación de la democracia que en los últimos años ha recibido cada vez más atención. Si bien este tema plantea dificultades hasta para las democracias desarrolladas tales como EE.UU. y Canadá, es particularmente agudo en países en los que el subdesarrollo pone límites a la capacidad de los gobiernos para financiar la política a partir del presupuesto nacional, dejando así el financiamiento privado como la fuente principal de recursos.

La democracia cuesta dinero. El dilema central en la cuestión del financiamiento político radica en cómo asegurar que se dedique dinero suficiente a respaldar elecciones competitivas y partidos políticos bien desarrollados a la vez que se previene la influencia excesiva sobre —o la captura total— del sistema político por parte de intereses privados ricos. Este problema,



ya complejo, se ve agudizado por el hecho de que en la mayoría de los países, durante las campañas electorales, el acceso de los partidos y candidatos políticos a medios de comunicación poderosos e influyentes es desigual y puede influir en los resultados del proceso electoral.

Hay por tanto una creciente inquietud de que los medios de comunicación —los que en su mayoría son empresas mercantiles poco

reguladas— se lucren de las elecciones, cobrando altos precios por tiempos de publicidad, dando así ventaja a los candidatos adinerados. La percepción que de esta situación se deriva, es que los medios actúan para forjar a los “ganadores” al determinar cuál de los candidatos en una elección tendrá éxito mediante la promoción de su campaña por la vía de descuentos en publicidad y la cobertura preferencial de sus actividades. Tal especulación es alimentada por la ausencia de información fidedigna acerca los medios de comunicación en la mayoría de los países. Es esencial generar un debate público basado en datos concretos sobre el incremento de la prominencia del papel de los medios en los procesos electorales y la vida política de la sociedad.

EL PROYECTO

En un esfuerzo por reducir la corrupción y promover el acceso equitativo a la información política durante los procesos electorales, la Universidad de Calgary, la Fundación Canadiense para las Américas (FOCAL), y el Centro Carter se han asociado para llevar a cabo este proyecto de tres años en 12 países del Hemisferio Occidental. La iniciativa permitirá (1) el diseño computarizado de mapas que permitan establecer la ubicación de los medios de comunicación a través de los distritos electorales, proporcionando datos socio-económicos y demográficos relevantes sobre los mismos, así como información sobre su potencial de transmisión y sus propietarios, y (2) el empleo de los mapas como instrumento

que permita tanto a los encargados del desarrollo de políticas como al público facilitar la implementación de reformas constructivas de la legislación que regula el financiamiento político y las prácticas que conciernen al acceso de los medios.

Los mapas, que se albergarán en forma virtual y estarán fácilmente accesible en el Internet (www.mediamap.info), también iluminarán las conexiones entre la propiedad

Fechas: Agosto de 2004–Julio de 2007

Países: 12 países en el hemisferio occidental

Contactos:

Shelley McConnell, Ph.D.

Directora Adjunta, Programa de las Américas, El Centro Carter, smccon2@emory.edu, 404-420-5186

Laurie Cole, Analista Principal, FOCAL, lcole@focal.ca, 613-562-0005 ext. 228

Stephen J. Randall, Ph.D., Decano, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Calgary, larc@ucalgary.ca, 403-210-3929

Nigel Waters, Ph.D.

Director Técnico, Departamento de Geografía, Universidad de Calgary, nwaters@ucalgary.ca, 403-220-5367



FOCAL

www.focal.ca

THE
CARTER CENTER



Waging Peace. Fighting Disease. Building Hope.

www.cartercenter.org



UNIVERSITY OF CALGARY

LATIN AMERICAN RESEARCH CENTRE

www.larc.ucalgary.ca

de los medios y las redes a las que éstos pertenecen, lo cual pondrá en evidencia instantánea si algunas áreas de un país determinado son servidas por un sólo dueño de medios o servicio de noticias, o por múltiples empresas de medios de una misma afiliación política. Como cada mapa será interactivo, los usuarios podrán hacer clic en un país o área específica para tener acceso a información adicional sobre registro electoral y patrones de votación, población y uso de lengua, estratos socioeconómicos y niveles de educación, así como información sobre financiamiento político. La información adicional puede ser obtenida mediante enlaces a páginas sobre cuestiones relacionadas, como son las regulaciones que gobiernan el empleo de los medios de comunicación durante campañas electorales, los cálculos aproximados hechos por grupos de sociedad civil del valor de la publicidad política, y la información de contacto de grupos comunitarios del país que se esfuerzan para reformar el sistema actual de financiamiento de campañas electorales.

Terminar el mapa es, sin embargo, sólo el punto de partida para este proyecto. Posteriormente los socios se reunirán con los dueños de medios, editores y periodistas para pasar en revista los mapas, confirmar su adecuación a la realidad, explicar sus implicaciones para lograr campañas justas y el desarrollo de los partidos, e instarlos a practicar la responsabilidad social corporativa. Esta parte del proyecto es importante ya que al ser incluidos en un esfuerzo por explorar posibles ideas de reforma, estos actores influyentes podrán señalar las reformas que estarían dispuestos a apoyar y los elementos de autorregulación que podrían adoptar.

Con esta nueva herramienta en la mano, los socios comenzarán a reunirse con funcionarios de gobierno, autoridades electorales y judiciales y líderes legislativos para convencerles que el acceso a los medios es tal vez el componente más importante de la financiación de partidos y campañas, y específicamente para ponerles al tanto de las reformas que podrían gozar de apoyo entre los mismos medios, instando a la implementación y cumplimiento de leyes y políticas que mejoren la igualdad de acceso a ellos. Por otra parte, se hará un seminario de un sólo día de duración sobre medios y elecciones para promover el uso del mapa del país respectivo y así incrementar la comprensión de la ciudadanía y su interés por las reformas.

Una vez finalizados, los Mapas de Medios serán instrumentos poderosos en las manos de ciudadanos que se esfuerzan de manera organizada para reducir la corrupción y otros problemas de segunda generación que afronta el proceso democrático en América Latina.

EL IMPACTO

La democracia depende de una ciudadanía informada y con acceso a una variedad de información suficientemente amplia para permitir que participe plenamente en la vida pública. Una de las claves para crear un electorado informado es permitir un acceso equitativo a los medios de parte de todos los partidos y candidatos durante una determinada campaña, no solamente de aquellos que disponen del dinero necesario para comprar dicho acceso.

Los investigadores de FOCAL, el Centro Carter, y la Universidad de Calgary trabajan en la creación de un instrumento con base en la internet que ilustra gráficamente la localización geográfica de los medios y los distritos electorales que ellos alcanzan, y ayuda a descifrar el complejo laberinto que constituye la propiedad de los medios en las Américas. Este proyecto creará, por primera vez, una conciencia pública de las líneas de influencia que los medios tienen en la formación del contexto de financiamiento de campañas electorales. Este recurso está libremente disponible en la internet a ciudadanos, dueños de medios, políticos, y otros. Esto proporciona un punto de partida para el examen investigativo de la influencia de los mensajes de los medios sobre los patrones de votación. Las autoridades electorales pueden usar los mapas para identificar cuáles medios de comunicación alcanzan poblaciones históricamente excluidas o marginadas para ayudarles en la difusión de mensajes de educación cívicos a aquellas áreas y en las lenguas apropiadas. Esto ayudará a los partidos a planificar sus campañas con menor costo y promoverá la responsabilidad social entre los medios a la vez que permitirá a funcionarios del gobierno poner en práctica y hacer cumplir políticas que garanticen un acceso justo de los medios durante y entre campañas electorales.

LOS SOCIOS

El enfoque colaborativo será importante en el esfuerzo de mapeo ya que cada uno de los socios lleva al proyecto una expertise y una experiencia que serán críticas para el éxito del mismo.

FOCAL

FOCAL asimismo es una organización no gubernamental (ONG) independiente dedicada al fortalecimiento y la profundización de las relaciones entre Canadá y América Latina mediante el análisis y la discusión de políticas. FOCAL dispone de

una extensa red de contactos en la región y fungirá como la instancia líder en cuanto a coordinar el desarrollo del mapa. En conjunto con organizaciones regionales de la sociedad civil, también asumirá la responsabilidad de organizar los seminarios de educación pública tanto locales como regionales, junto con los talleres con los partidos.

EL CENTRO CARTER

El Centro Carter, fundado por Jimmy y Rosalynn Carter en 1982, es una ONG apartidaria y sin fines de lucro que se dedica a la prevención y resolución de conflictos, la promoción del desarrollo sostenible y los derechos humanos, la profundización de la democracia, la promoción de la libertad, y el mejoramiento de la salud mundial. El Centro Carter tiene un comprobado poder de convocatoria en el tema del financiamiento de la democracia en las Américas. A través de sus sólidas relaciones con los gobiernos, su acceso a funcionarios gubernamentales del más alto nivel, y sus contactos con dueños de medios a lo largo de la región, el Centro tiene la capacidad para hacer llegar los hallazgos del proyecto a donde necesitan llegar, así como la visibilidad necesaria para promover el uso de esta innovadora herramienta en los ámbitos nacional y regional.

LA UNIVERSIDAD DE CALGARY

Bajo la dirección del Centro de Investigación Latinoamericano y el Departamento de Geografía, la Universidad de Calgary es responsable por todos los componentes tecnológicos del proyecto, del diseño y digitalización del mapa a la capacitación en cómo actualizarlo y mantenerlo. Con el empleo de avanzados y flexibles programas de Sistemas de Información Geográficos (SIG) con base en la internet para analizar espacialmente el papel fundamental de los medios en el financiamiento político, se organizarán geográficamente en un mapa interactivo diversos bloques de datos (incluidos los medios, elecciones, estadísticas demográficas y censos) de cada país, que serán sometidos a análisis geo-estadístico para entender mejor las asociaciones y patrones en su seno. Además, la Universidad ha dedicado sus mejores expertos en la temática de medios y financiamiento político para consultar en este proyecto.