

Derechos Humanos y Comunicación
¿Cómo acceder a los medios?

Manual de Prensa

para Activistas de Derechos Humanos

Manual de Prensa para Activistas de Derechos Humanos
© 2002 / Asociación Pro Derechos Humanos, APRODEH

Página web: <http://www.aprodeh.org.pe>
e-mail: postmaster@aprodeh.org.pe

Jr. Pachacútec 980, Jesús María, Lima, Perú
Teléfonos: 4247057 / 4314837 / 4310482
Fax: 4310477

Primera edición:
Febrero del 2002
Impresión: Tarea Gráfica Educativa
Impreso en el Perú
Depósito Legal: 1501052002-0581

Índice

PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	7
DERECHOS HUMANOS Y EL VALOR DE LOS MEDIOS	9
Medios para la construcción de la ciudadanía	11
La Libertad de Expresión, un derecho ciudadano	13
Mecanismos de protección	15
Legislación nacional e internacional sobre libertad de expresión	16
Principios de Lima – 2000	21
Declaración de Chapultepec	25
¿CÓMO ACCEDER A LOS MEDIOS?	29
¿Qué es noticia para los medios?	30
Análisis de coyuntura	30
Lectura crítica de los medios	30
Estrategia de Medios	31
Diagnóstico	31
Investigación	31
Objetivos	32
Selección de medios	32
Ángulo a destacar	32

Campañas de Prensa	34
Planificar la difusión	35
Elegir bien el ángulo de nuestra campaña	35
Preparar los medios de difusión	35
Seguimiento y contacto en medios	35
Instrumentos de Comunicación	36
Directorio de medios	36
La Nota de prensa	37
Material de apoyo	37
Artículos de opinión	37
Boletines y/o hojas informativas	38
Conferencia de prensa	38
Cabildeo	39
Entrevistas y reportajes	39
Acciones urgentes vía Internet	39
Acciones de impacto	40
Publicidad	40
Propuesta gráfica	40
Material audiovisual	40
Coordinaciones periodísticas	41
Cartas y réplicas	41



Presentación

Felicito a APRODEH por el excelente trabajo realizado en la producción del Manual de Prensa para activistas en derechos humanos: *Derechos Humanos y Comunicación ¿Cómo acceder a los medios?*

No me cabe la menor duda que el manual se convertirá en una herramienta de trabajo indispensable para la difusión de la importante labor que realizan las organizaciones de defensa de los derechos humanos, ya que vuelca de una manera práctica, ágil y didáctica la experiencia acumulada por APRODEH durante los violentos años de la guerra interna en el Perú.

La publicación tiene la virtud que cubre paso por paso toda la gama de acciones y actividades indispensables para organizar una exitosa campaña de difusión en los medios de comunicación. Sin embargo resalta, mediante el análisis propio, textos y documentos pertinentes y complementarios al tema de fondo: la importancia de continuar promoviendo una alianza entre el movimiento de derechos humanos y la prensa en aras del fortalecimiento de la democracia y la libertad de expresión en el país.

Manual de lectura necesaria y ciertamente recomendada para quienes trabajamos en el Consejo de la Prensa Peruana. Tomo la oportunidad para agradecerles que incluyeran en su publicación a los *Principios de Lima. Libertad de Expresión y Acceso a la Información en Poder del Estado*.

Kela León
Secretaria Ejecutiva
Consejo de la Prensa Peruana

Introducción

El tema de los derechos humanos ha sido difícil de tratar en los medios de comunicación durante los últimos veinte años de violencia política. Al inicio de la década de 1980, las torturas, las desapariciones, las detenciones arbitrarias, los saqueos, las violaciones sexuales y demás tratos crueles e inhumanos, no siempre fueron preocupación de los medios. Cuando la prensa empezó a informar acerca de los primeros brotes de violencia, se le criticó por servir como caja de resonancia de la subversión. Sin embargo, gracias a la oportuna información sobre descubrimientos de fosas comunes, o familiares que denunciaban a sus desaparecidos, se empezó a tomar en serio este problema.

Hay que reconocer también que estas denuncias no resultaban asuntos agradables para la ciudadanía, y mucho menos, para el gobierno y las fuerzas del orden. Esta sutil confrontación, que se fue evidenciando cada vez más, hizo mella entre los peruanos, dividiendo y confundiendo opiniones y sensibilidades. Los activistas de derechos humanos reforzamos la denuncia y la protesta en defensa de las víctimas debido a la situación de emergencia y riesgo por la que atravesaban.

Una década después, cuando la prensa oficialista dejó de informar, o más bien optó por desinformar a la opinión pública, dirigiendo las campañas psicosociales que dictaba el régimen fujimorista, el movimiento de derechos humanos entró en confrontación con el régimen y fue acusado de hacerle el juego a la subversión. Fueron años de constante lucha, de acciones sociales, de denuncias ante la opinión pública y ante los organismos internacionales. Años difíciles para el movimiento de derechos humanos, pero también una oportunidad para consolidar y mantener viva la defensa de los valores democráticos.

Superada esta etapa difícil, se hace necesario establecer el diálogo y la comunicación entre los diversos actores de la sociedad. Nuestro pueblo se ha mostrado dividido entre el terror y la esperanza, entre el miedo y la paz. Durante los últimos años, los organismos de derechos humanos, venimos intentando comunicar y tender puentes entre los artistas y los políticos; entre los familiares de las víctimas y los líderes de opinión; entre los dirigentes populares y los intelectuales. Sólo unidos en un gran movimiento

es posible afirmar la verdadera paz con justicia. La indiferencia de algunos y el dolor de otros, nos motiva a imaginar una auténtica reconciliación de los peruanos que permita reparar a las víctimas y promover el respeto absoluto a la persona humana.

El Manual de Prensa para Activistas de Derechos Humanos intenta convertirse en un instrumento operativo para que los defensores de derechos humanos puedan acceder a los medios y, a través de ellos, lleguen a todos los ciudadanos. Las acciones de difusión, campañas, cabildeo, contactos, coordinaciones, organización y movilizaciones se dirigen a un objetivo fundamental: construir una cultura de derechos.

Este trabajo es el resultado de una larga experiencia que nos vinculó con el dolor y la resignación de no pocas víctimas de violaciones a los derechos humanos. Aprendimos de ellas que los principios de justicia y libertad se basan en personas concretas, en ciudadanos de a pie que aún no han conquistado plenamente sus derechos, pero que mantienen una firme esperanza en la dignidad humana.

No podemos dejar de reconocer el valioso aporte que, durante todos estos años, hemos recibido de editores, productores y periodistas, quienes en su trabajo cotidiano, han colaborado con la Asociación Pro Derechos Humanos (APRODEH) para lograr una mayor equidad en el acceso a la información y la cobertura sobre los casos a violaciones de derechos humanos, brindando espacios comunicativos que antes no existían.

Agradecemos de manera especial, la colaboración prestada por Manuel Boluarte, anterior responsable del área de Comunicaciones de APRODEH, en la elaboración de este material.

Esperamos que este Manual de Prensa ayude a que los activistas promuevan asuntos de interés público. Una alianza entre el movimiento de derechos humanos y los medios, entre los ciudadanos y los periodistas, entre las instituciones y la sociedad, ayudará a fortalecer la democracia y el acceso a la información.

**Asociación Pro Derechos Humanos
APRODEH**

Derechos Humanos y el Valor de los Medios

Defender la vida y los derechos de los ciudadanos en el contexto de régimen arbitrario, como el que vivió el Perú entre 1990 y el año 2000, se convirtió en una tarea titánica. Ponerse del lado de las víctimas, denunciar con vehemencia las atrocidades que cometieron las fuerzas del orden hizo que durante varios años, el movimiento de derechos humanos fuera sindicado como un ente “defensor de la subversión” y enemigo de la modernidad que propugnaba el régimen fujimorista.

A pesar de las diversas campañas del gobierno para desprestigiar a los organismos internacionales y nacionales de derechos humanos, APRODEH realizó diversas acciones y campañas de prensa encaminadas a exigir el respeto a los derechos del hombre y de los pueblos, como fin supremo de la sociedad.

Una de las primeras campañas, realizada en la década del 90, fue la defensa de los inocentes injustamente detenidos, que se inició con el caso de los campesinos defensores de los bosques de San Ignacio, en el departamento de Cajamarca. El 27 de junio de 1992, diez dirigentes populares fueron injustamente detenidos, torturados y acusados de terroristas por un grupo de policías ebrios, sin explicación alguna. Los medios de información locales y nacionales informaron el caso a la ciudadanía y crearon una opinión pública favorable no sólo a su reivindicación de libertad, sino, además, a su lucha por evitar que una empresa privada poderosa deprede su hábitat natural, que pertenecía también a otros 27 mil pobladores.

La experiencia nos demostró que la difusión de la campaña a través de los medios de comunicación resultó gravitante para lograr la libertad de algunas personas inocentes.

La radio tuvo un papel importante en la campaña. Inicialmente algunas emisoras se negaron a transmitir *spots* por temor a ser intervenidas por la policía. Sin embargo, al ver que la campaña era apoyada por otros medios, por la Iglesia Católica y la población, que de manera espontánea participó en la lucha, estas emisoras se comprometieron con el drama. De esta forma, el caso San Ignacio se convirtió en noticia.

Los jueces sin rostro del tribunal especial no pudieron enfrentar la presión de la prensa y tuvieron que rectificar lo que parecía una condena segura, absolviendo a todos los dirigentes populares.

Otro caso, donde fue decisivo el compromiso de los medios de comunicación, fue el del médico Ricardo Bautista, detenido en Chachapoyas por atender a un subversivo herido. El juramento de los médicos al asumir su profesión es brindar atención a toda persona que la necesite, sin importar su credo, filiación religiosa y política. Bautista fue considerado un terrorista por cumplir con el acto médico. Fue liberado en 1993 luego de una intensa campaña que realizó APRODEH en coordinación con la Federación Médica Peruana.

El régimen de entonces recurrió al argumento trillado de que los organismos de derechos humanos defendíamos únicamente a los subversivos. Esta acusación se agravó después de la captura del cabecilla senderista Abimael Guzmán Reynoso y la serie de detenciones -muchas de ellas arbitrarias- que siguieron a este hecho. Sin embargo, la campaña fue creciendo hasta reunir a decenas de activistas y abogados de todo el país, que asumieron con valentía el reto de enfrentar a un régimen que no ofrecía garantías.

La actuación oportuna de la prensa independiente y de los organismos de derechos humanos en casos como la masacre de los Barrios Altos, el secuestro de nueve estudiantes y un profesor de la universidad de La Cantuta, la desaparición masiva de El Santa, perpetradas por agentes del Estado, fue vital para que las familias y las víctimas puedan exigir verdad y justicia.

Así, aprendimos que los medios de comunicación no sólo pueden convertirse en un instrumento, sino en aliados de un trabajo mayor por la recuperación de los derechos ciudadanos, principalmente el acceso a la información.

Como activistas de derechos humanos nuestro trabajo de prensa está centrado en la atención a las víctimas. El objetivo no sólo es difundir los casos de las personas injustamente detenidas y promover campañas para la indemnización de sus familiares, sino también dar a conocer esta dolorosa situación para promover la sensibilidad de los peruanos en la búsqueda de una auténtica paz.

El desafío está en cómo incorporar nuevos instrumentos de comunicación que nos permitan generar mayor impacto y conciencia ciudadana en la opinión pública. Veamos.

Medios para la construcción de la ciudadanía



Reivindicar el acceso a los medios y sistemas de comunicación como un derecho ciudadano significa considerarlos como servicios públicos, dotados de una función social significativa, y no como un negocio cualquiera. No olvidemos que la información que difunden los medios de comunicación puede contribuir a crear una vida social más sana, pacífica y democrática.

Los medios deben servir a la opinión pública para recoger sus demandas, denuncias, opiniones, propuestas, pero también para aportar instrumentos que permitan construir una ciudadanía plena de derechos. Deben, además, promover la organización y movilización de la ciudadanía para la defensa y promoción de sus derechos. Si el conjunto de ciudadanos no reclama participar en los sistemas de comunicación y en

los medios, es probable que su exclusión en la toma de decisiones sobre la vida del país sea mayor aún.

En ese sentido, los medios no pueden ser una caja de resonancia ni tampoco dedicarse sólo a la función de informar. Es necesario que promuevan espacios para que los derechos sean conocidos y asumidos por la ciudadanía. Así, el derecho a la comunicación se convierte en un elemento fundamental para garantizar la vitalidad de la democracia y la participación de toda la sociedad.

A veces, por el recargado activismo, los defensores de derechos humanos nos convertimos en simples transportadores de la información sin reflexionar sobre la responsabilidad que tenemos en nuestra comunidad, nuestro movimiento o en la sociedad. Los

medios nos ofrecen muchas ventajas para canalizar nuestros mensajes y movilizar a la sociedad. Debemos trascender este rol y lograr que los periodistas y los medios se involucren en nuestras acciones de sensibilización y formación de conciencia.

Actualmente, hay un reconocimiento en la sociedad de la importancia de los medios, pero también una gran impotencia ciudadana para transformarlos. Nos quejamos de los contenidos que transmiten, pero... ¿qué hacemos para cambiarlos?

Hay un público disconforme pero no sale de la protesta individual. Y es que hay poca conciencia ciudadana respecto a que la comunicación es un dere-

cho, así como lo es el acceso a los medios y la vigilancia ciudadana sobre lo que ellos emiten. Ciudadanos bien informados pueden colaborar activamente en fortalecer la institucionalidad democrática en nuestro país. Corresponde al movimiento de derechos humanos difundir estas prácticas en una perspectiva de respeto pleno a los derechos humanos y a la recuperación plena de nuestra democracia.

Se trata de que los ciudadanos conozcan mejor los medios y puedan influir en ellos. Los medios deben ser un tema de debate público, no sólo son productores de información y entretenimiento sino que además deben resolver asuntos de interés público.

La libertad de expresión es un derecho ciudadano



El derecho a la comunicación es un derecho humano. Está garantizado por varios dispositivos legales, constitucionales e instrumentos internacionales. En el ámbito internacional tenemos la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 19 señala que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión.

La Convención Americana de Derechos Humanos, en su artículo 13, referido a la Libertad de Pensamiento y de Expresión, dice que este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole.

La Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, en su artículo IV, advierte que “toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, opi-

nión, expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio”.

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, en su artículo 19.1, indica que nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones. En el ámbito local, el artículo 4 de nuestra Constitución Política vigente dice que toda persona tiene derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral, escrita o a través de la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento alguno, bajo las responsabilidades de ley.

Es decir, el derecho a la comunicación consiste en tener acceso a los medios y que nuestra voz sea escuchada y

reconocida. Que nuestra opinión se tome en cuenta no sólo es participar en los medios masivos. Implica que debemos promover nuestros propios medios grupales o locales. De esta manera, coadyuvamos a que la voz de las minorías sea respetada y reconocida.

El derecho a la comunicación también implica el derecho a la libertad de expresión y opinión. Es un derecho que corresponde a todos, no sólo a los comunicadores sociales. Todos los ciudadanos debemos expresarnos libremente mediante los medios de comunicación, el arte, la literatura, la música o cualquier otra expresión social, política, cultural o religiosa: plantones, banderolas, instalaciones plásticas o marchas callejeras.

La libertad de prensa no es un derecho que sólo le corresponde a los periodistas sino también a la ciudadanía en general: es un derecho ciudadano que le permite expresarse libremente y que su voz sea escuchada para alcanzar capacidad de decisión.

Al buscar espacios en los medios de comunicación, para difundir las demandas de las organizaciones sociales y de cada uno de sus miembros, contribuimos a democratizar los medios. El derecho a la comunicación, entonces, se convierte en un elemento fundamental para garantizar la vitalidad de la democracia y la participación ciudadana.

Mecanismos de protección



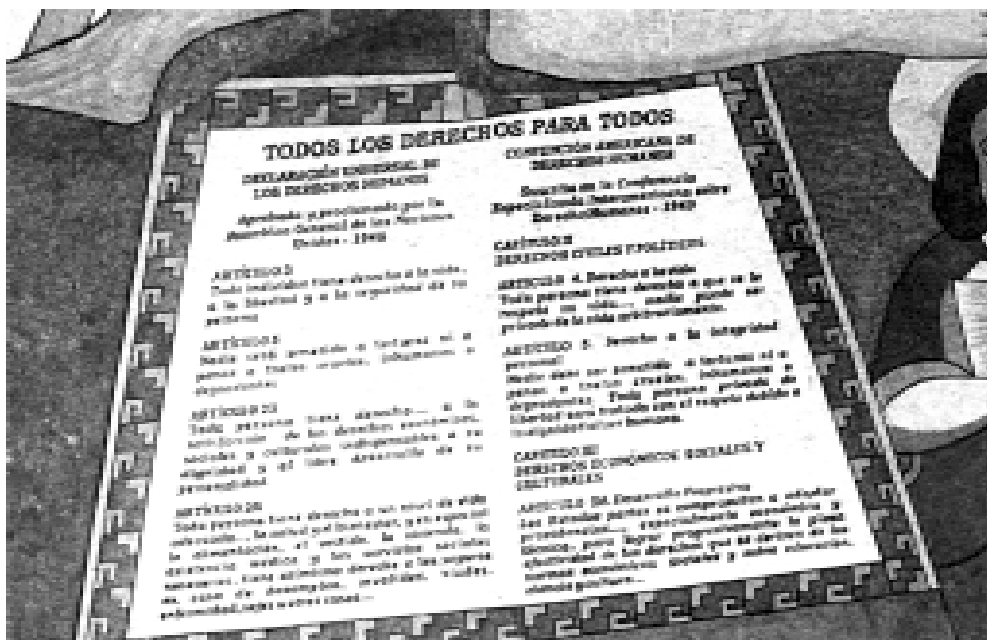
Frente a las amenazas o ataques a la libertad de expresión y opinión, existen mecanismos que debemos activar para denunciar tales hechos y recibir la inmediata intervención y solidaridad de diversas organizaciones nacionales e internacionales de derechos humanos. En el Perú tenemos la Red de Emergencia para Periodistas, del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), y la oficina de Derechos Humanos del Periodista, OFIP, de la Asociación Nacional de Periodistas (ANP).

Pero, si somos coactados participando en protestas callejeras, por ejemplo, en una marcha con el uso de

pancartas y banderolas como medios de expresión, serán otras las instituciones que velarán por nuestros derechos: las organizaciones de derechos humanos, la Defensoría del Pueblo y el Ministerio Público.

En el ámbito internacional se puede pedir la intervención de diversas instituciones no gubernamentales: Reporteros sin Fronteras, Artículo 19, IFEX, el Comité de Protección para Periodistas, entre otras. También a los mecanismos intergubernamentales como los Relatores de la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos, OEA, y las Naciones Unidas, ONU.

Legislación nacional e internacional sobre libertad de expresión



TRATADOS INTERNACIONALES

Declaración Universal de los Derechos Humanos

Artículo 19°

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión.

Convención Americana de Derechos Humanos

Artículo 13°. Libertad de Pensamiento y de Expresión

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre

Artículo IV

Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y de expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio.

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos

Artículo 19°

1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.
2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA

Artículo 2°. **Toda persona tiene derecho:**

4. A las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autori-

zación ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley.

18. A mantener reserva sobre sus convicciones políticas, filosóficas, religiosas o de cualquiera otra índole, así como guardar el secreto profesional.

Artículo 71°

En cuanto a la propiedad, los extranjeros, sean personas naturales o jurídicas, están en la misma condición que los peruanos, sin que, en caso alguno, puedan invocar excepción ni protección diplomática.

LEGISLACIÓN SOBRE PRENSA

Ley N° 23221 Ley del Colegio de Periodistas del Perú

Artículo 2°

La colegiación es requisito para el ejercicio de la profesión periodística, de conformidad con el artículo 33 de la Constitución del Estado, esta norma no limita lo dispuesto por el inciso 4), del artículo 2 de la Constitución (...)

Ley N° 26937 Ley Sobre el Libre Ejercicio de la Actividad Periodística

Artículo 3°. *No obligatoriedad de la colegiación.*

La colegiación para el ejercicio de la profesión de periodista no es obligatoria.

Artículo 4°. *Exclusividad de la colegiación*

El derecho de colegiación establecido por la Ley N° 23221 está reservado exclusivamente a los periodistas con título profesional, para los fines y beneficios gremiales y profesionales que son inherentes a su profesión.

Ley N° 26847 Ley de Rectificación

Artículo Único. **Sustitúyanse los artículos 1° al 7° de la Ley N° 26775, por el siguiente texto:**

Artículo 1°

El derecho de rectificación consagrado por el inciso 7) del artículo 2° de la Constitución Política del Estado se ejercita conforme a esta ley.

Artículo 2°

La persona afectada o, en su caso, su representante legal, ejercerá el derecho de rectificación mediante solicitud cursada por conducto notarial u otro fehaciente al director del órgano de comunicación y a falta de éste a quien haga sus veces, dentro de los quince días naturales posteriores a la publicación o difusión que se propone rectificar. Para este efecto, los medios de comunicación deberán consignar en cada edición o emisión y en espacio destacado el nombre de su director o quién haga sus veces y la dirección donde se edita o emite el medio, lugar donde deberá presentarse la rectificación.

Artículo 3°

La rectificación se efectuará dentro de los siete días siguientes después de recibida la solicitud, si se trata de órganos de edición o difusión diaria. En los demás casos, en la próxima edición que se hiciera después de ese plazo. Si la persona afectada lo solicita, la rectificación se efectuará el mismo día de la semana y, de ser el caso, a la misma hora en que se difundió la información que la origina en los medios de comunicación no escritos.

Artículo 4°

Si el medio de comunicación social ha rectificado espontáneamente los hechos, no procederá la soli-

cidud. Si esta rectificación no se juzga satisfactoria, la persona afectada, o quien corresponda, pueda hacer uso de los derechos que le son conferidos por la presente ley.

Artículo 5°

La difusión o inserción de la rectificación podrá ser rechazada por el medio de comunicación, en los casos siguientes:

- a) Cuando no tenga relación inmediata con los hechos o las imágenes que le aluden o que exceda lo que estima necesario para corregir los hechos declarados inexactos o perjudiciales para el honor.
- b) Cuando sea injuriosa o contraria a las leyes o a las buenas costumbres.
- c) Cuando se refiera a tercera persona sin causa justificada.
- d) Cuando esté redactada en idioma distinto al de la emisión del programa o de la edición incriminada.
- e) Cuando se vulnere lo dispuesto en el artículo siguiente.

Artículo 6°

La rectificación debe limitarse a los hechos mencionados en la información difundida y en ningún caso puede comprender juicios de valor u opiniones.

Artículo 7°

Si en los plazos señalados en el artículo 3° no se hubiere publicado o difundido la rectificación o se hubiese notificado expresamente por el director o

responsable del medio de comunicación social que aquella no será difundida, o se hubiere publicado o divulgado sin respetar lo dispuesto por esta Ley, el afectado podrá interponer la acción de amparo en demanda de tutela de su derecho.

Ley de Hábeas Data y Acción de Cumplimiento

Competencia en la Acción de Hábeas Data

Artículo 1°

En tanto se dicte la Ley específica de la materia, la Garantía Constitucional de la Acción de Hábeas Data de que trata el inciso 3 del artículo 200° de la Constitución Política del Estado se tramitará, ante el Juez de Primera Instancia en lo Civil de turno del lugar en donde tiene su domicilio el demandante, o donde se encuentran ubicados los archivos mecánicos, telemáticos, magnéticos, informáticos o similares, o en el que corresponda al domicilio del demandado, sea esta persona natural o jurídica, pública o privada, a elección del demandante (...).

Acción de cumplimiento

Artículo 4°

Las disposiciones contenidas en los artículos anteriores serán también de aplicación a la tramitación de la Garantía Constitucional de la Acción de Cumplimiento de que trata el inciso 6° del artículo 200° de la Constitución Política del Estado, en tanto no se expida la correspondiente Ley de desarrollo de la materia. En tal caso, será de aplicación lo dispuesto en el artículo 11° de la Ley 23506, cuando fuera del caso.

Persona contra quien se dirige la acción de cumplimiento

Artículo 7°

La Garantía Constitucional de la Acción de Cumpli-

miento se deberá entender directamente con el funcionario o entidad encargada del cumplimiento que se solicita. Si ella no fuera conocida o no hubiera certeza de la misma, se deberá entender con su superior jerárquico, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 12° de la Ley N° 25398.

Delitos contra el honor, injuria, calumnia y difamación

Injuria

Artículo 130°

El que ofende o ultraja a una persona con palabras, gestos o vías de hecho, será reprimido con prestación de servicio comunitario de diez a cuarenta jornadas o con sesenta a noventa días - multa.

Calumnia

Artículo 131°

El que atribuye falsamente a otro un delito, será reprimido con noventa a ciento veinte días - multa.

Difamación

Artículo 132°

El que, ante varias personas, reunidas o separadas, pero de manera que pueda difundirse la noticia, atribuye a una persona, un hecho, una cualidad o una conducta que pueda perjudicar su honor o reputación, será reprimido con pena privativa de libertad no mayor de dos años y con treinta a ciento veinte días-multa. Si la difamación se refiere al hecho previsto en el artículo 131°, la pena será privativa de libertad no menor de uno ni mayor de dos años y con noventa a ciento veinte días-multa. Si el delito se comete por medio del libro, la prensa u otro medio de comunicación social, la pena será privativa de libertad no menor de uno ni mayor de tres años y de ciento veinte a trescientos sesenticinco días-multa.

Conductas atípicas

Artículo 133°

No se comete injuria ni difamación cuando se trata de:

2. Críticas Literarias, artísticas o científicas.

Código Procesal Civil

Exención de respuestas

Artículo 220°

Nadie puede ser compelido a declarar sobre hechos que conoció bajo secreto profesional o confesional y cuando por disposición de la ley pueda o deba guardar secreto.

Ley de Telecomunicaciones

D.S. N° 013-93-TCC

Artículo 14°

Los tele servicios o servicios finales se prestan en régimen de libre competencia, por cualquier persona nacional o extranjera directamente o en forma asociada...

Elecciones y espacios políticos

Artículo 26°

En concordancia con los artículos 131° y 134° de la Constitución Política del Perú, el Jurado Nacional de Elecciones, durante los procesos electorales, velará porque las empresas que prestan servicios de radiodifusión otorguen, en igualdad de condiciones comerciales sin discriminación de ninguna clase, espacios a los partidos políticos, agrupaciones políticas o

candidatos debidamente inscritos en el Jurado Nacional de Elecciones y que participen en la contienda electoral.

Código de ética

Artículo 27°

El Ministerio de Educación y el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción concertarán con los organismos representativos a los medios de radiodifusión, a fin de establecer un código de ética y conducta que permita difundir una programación que mantenga los principios formativos que relieven la dignidad eminente de la persona humana y la defensa de la familia como célula básica de la sociedad, así como los demás valores que proclama la Constitución Política del Perú como factores de integración, de identidad nacional y de pacificación.

Artículo 28°

El código de ética y conducta a que se refiere el artículo anterior tendrá especial cuidado en señalar que durante las horas de audiencia infantil se difunda solamente programas de contenido educativo cultural y de distracción propias de dicha audiencia.

Código de Ética de la Radiodifusión

2. La radiodifusión privada, radio y televisión son medios de expresión que se basan en la libertad, la libre empresa y competencia y en su propio autocontrol, dentro de un marco democrático.
3. A.- Acuerdo del minuto: Establece un minuto de límite para informaciones sobre violencia terrorista.

Principios de Lima - 2000

P r e á m b u l o



Afirmando la convicción de que las libertades de expresión e información son fundamentales para la existencia misma de toda sociedad democrática y esenciales para el progreso, bienestar y disfrute de todos los derechos humanos;

Reconociendo que estos derechos son inherentes y que no los otorga ni concede el Estado, ni puede desconocerlos, y que resulta indispensable su protección;

Recordando que los instrumentos internacionales y regionales que protegen estos derechos fundamentales imponen a los Estados la obligación no sólo de observar sino de promover el respeto universal y efectivo de los derechos humanos (1);

Reconociendo las importantes iniciativas adoptadas por la sociedad civil para hacer efectivos estos derechos, particularmente la Declaración de Chapultepec, la Declaración de Principios sobre la

(1) Declaración Americana sobre los Derechos y Deberes del Hombre y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Resolución 59(I) de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Resolución 104 adoptada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y los Principios de Johannesburgo;

Saludando los importantes esfuerzos que hacen los Relatores Especiales para la Libertad de Expresión de las Naciones Unidas y de la Organización de Estados Americanos para promover y proteger las libertades de expresión e información;

Afirmando que es indispensable que las personas tengan acceso a la información en poder del Estado para asegurar que la conducta de sus gobernantes pueda ser fiscalizada, para permitirle a los ciudadanos participar plenamente en una sociedad democrática y garantizar el disfrute de otros derechos humanos.

Considerando que la transparencia reduce las posibilidades de los abusos del poder, que la libertad de información en situaciones de transición democrática contribuye a la verdad, la justicia y la reconciliación; y que la falta de información dificulta la transición y le resta credibilidad;

Reiterando que la seguridad nacional nunca justifica las restricciones a la libertad de expresión y acceso a la información contrarias al interés público de acuerdo a estos principios;

Convenimos en los siguientes principios y urgimos a las autoridades, funcionarios y personas en el ámbito local, nacional, regional e internacional a que se comprometan a adoptar las medidas necesarias para promover su difusión, aceptación y puesta en vigencia.

1. El acceso a la información como derecho humano

Toda persona tiene derecho a la libertad de buscar, recibir, acceder y difundir informaciones sin interferencias de las autoridades públicas, previa

censura ni restricciones indirectas por el abuso de controles oficiales, y sin necesidad de expresar la causa que motive su ejercicio. El acceso a la información es un derecho de las personas y al mismo tiempo una exigencia de una sociedad democrática. Es un derecho tanto de quienes lo ejercen en forma activa como de quienes esperan recibir la información a través de los medios de comunicación y/o de fuentes oficiales.

2. El acceso a la información en una sociedad democrática

Todas las personas tienen derecho a fiscalizar de manera efectiva la labor de la administración estatal, de los poderes del Estado en general y de las empresas que prestan servicios públicos. Para hacerlo, necesitan conocer la información que obra en su poder. Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de las personas la información que requieran en forma oportuna y completa. Es responsabilidad gubernamental crear y mantener registros públicos de manera seria y profesional para que el derecho a la información pueda ejercerse a plenitud. Ningún registro podrá ser destruido arbitrariamente. Se requiere de una política pública que preserve y desarrolle una memoria corporativa en las instituciones gubernamentales.

3. Transparencia y desarrollo

El acceso a la información es indispensable para el escrutinio y el debate adecuado sobre las acciones de gobierno, condiciones éstas no sólo esenciales para la transparencia en la gestión de las entidades públicas, sino también para evitar la corrupción y otros abusos del poder. Este derecho permite que las personas participen en los asuntos públicos, en la toma de decisiones, y en general, permite identificar las responsabilidades de los servidores públicos, valorar objetivamente

los hechos, y formarse una opinión alcanzando mayores niveles de participación en la vida política, económica, social y cultural en un país.

4. Obligación de las autoridades

La información pertenece a los ciudadanos. La información no es propiedad del Estado y el acceso a ella no se debe a la gracia o favor del gobierno; éste tiene la información sólo en cuanto representante de los ciudadanos. El Estado y las empresas que prestan servicios públicos, están comprometidos a respetar y garantizar el acceso a la información a todas las personas y adoptar las disposiciones legislativas o de otro carácter que fueren necesarias para promover el respeto a este derecho y asegurar su reconocimiento y aplicación efectivos. El Estado está en la obligación de promover una cultura de transparencia en la sociedad y en el sector público, de actuar con la debida diligencia en la promoción del acceso a la información, de identificar a quienes deben proveer la información, y a prevenir los actos que lo nieguen y sancionar a sus infractores. La conducta de funcionarios que nieguen el acceso a la información o la existencia de legislaciones contrarias a la misma, vulneran este derecho.

5. El periodismo y el acceso a la información

Es obligación de los gobiernos garantizar y respetar el ejercicio periodístico y la libertad e independencia de los medios de comunicación. Con este fin, a los periodistas se les debe asegurar las condiciones para acceder a la información y difundirla en el ejercicio de su profesión. Los funcionarios que interfieran con ello deben ser sancionados.

6. Protección de las fuentes periodísticas

Ningún periodista puede ser obligado por el po-

der judicial o cualquier otro funcionario o autoridad pública a revelar sus fuentes de información o el contenido de sus apuntes y archivos personales y profesionales.

7. Legislación sobre acceso a la información

Las normas que desarrollen este derecho deben garantizar la máxima transparencia y reconocer que toda persona puede ejercerlo; que la información puede obtenerse en el soporte material indicado por el solicitante o al menos en el formato en que se disponga; que cuando exista un costo por la búsqueda y los procesos subsecuentes hasta la entrega o transmisión de la información, éste será asumido por el solicitante mediante el pago de una tasa que no excederá el costo del servicio; que el plazo para permitir el acceso o entrega de la información debe ser oportuno y razonable; y que se establecerán sanciones adecuadas a los funcionarios que se nieguen a brindar la información solicitada.

8. Excepciones al acceso a la información

Sólo por normas legítimas de nivel constitucional o con rango de ley acordes con los principios que orientan una sociedad democrática, se regularán las excepciones al acceso a la información en forma limitada y siempre que sean necesarias para la protección de la seguridad nacional y/o el derecho legítimo del individuo a la intimidad. No podrá mantenerse informaciones secretas amparadas en normas no publicadas. Las personas o funcionarios que no den acceso a la información solicitada deberán justificar su negativa por escrito y demostrar que ella está comprendida en el régimen restringido de excepciones. Si es requerida por el solicitante, una autoridad judicial imparcial y competente podrá revisar la validez de dicha negativa y disponer la entrega de la información. Es inaceptable que bajo un concepto

amplio e impreciso de seguridad nacional se mantenga el secreto de la información. Las restricciones por motivos de seguridad nacional sólo serán válidas cuando estén orientadas a proteger la integridad territorial del país y en situaciones excepcionales de extrema violencia que representen un peligro real e inminente de colapso del orden democrático. Una restricción sobre la base de la seguridad nacional no es legítima si su propósito es proteger los intereses del gobierno y no de la sociedad en su conjunto. Las leyes de privacidad no deben inhibir ni restringir la investigación y difusión de información de interés público. La ley, habiendo determinado los casos específicos de información clasificada, establecerá plazos y procedimientos razonables para su desclasificación tan pronto como el interés de seguridad nacional lo permita. En ningún caso una información podrá ser mantenida clasificada indefinidamente.

9. Protección de las fuentes

Cualquier persona o servidor público que divulgue información clasificada en las restricciones antedichas, no deberá ser sujeta a represalias si

es que el interés público a estar informado prevalece sobre las consecuencias que pudiera ocasionar su divulgación. En tales casos, podrán acceder a un régimen especial de protección.

10. Protección legal del acceso a la información

La autonomía e independencia del Poder Judicial es fundamental para garantizar el derecho de acceso a la información en caso de negativa de las autoridades y funcionarios o de restricciones a su ejercicio. Una intervención jurisdiccional ágil e inmediata es indispensable para proteger este derecho y generar credibilidad y transparencia en el ejercicio del poder. A estos mecanismos judiciales de protección se une el derecho de acceder a otras instituciones tales como la Defensoría del Pueblo, así como a las instancias supranacionales establecidas para la tutela de éstos u otros derechos.

Toda disposición o norma existente que contravenga estos principios deberá ser derogada.

Lima, 16 de noviembre de 2000

ABID HUSSAIN

Relator Especial para la Libertad de Opinión y Expresión de la ONU

SANTIAGO CANTON

Relator Especial para la Libertad de Opinión y Expresión de la OEA

ROBERT COX

Primer Vicepresidente de la Sociedad Interamericana de Prensa

RAFAEL MOLINA

Presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información de la Sociedad Interamericana de Prensa

ENRIQUE ZILERI

Presidente del Consejo de la Prensa Peruana

SAMUEL ABAD

Defensoría del Pueblo, Perú

FRANCES D´SOUZA

Westminster Foundation for Democracy, Reino Unido

MALCOLM SMART

Human Rights Watch, Estados Unidos

SANDRA COLIVER

Fundación Internacional de Sistemas Electorales, Estados Unidos

HANS LANDOLT

Instituto de Defensa Legal, Perú

HUGO GUERRA

Diario El Comercio, Perú

KELA LEON

Consejo de la Prensa Peruana, Perú

GONZALO QUIJANDRIA

Apoyo Comunicaciones, Perú

MABE ARCE

Embajada Británica en el Perú

MARTINE ANSTETT

Relatoria de Libertad de Prensa Naciones Unidas

LUIS PEIRANO

Pontificia Universidad Católica del Perú

Declaración de Chapultepec

Adoptada por La Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión celebrada en México, D.F., el 11 de marzo de 1994



Esta conferencia celebrada en el Castillo de Chapultepec, que congregó a líderes políticos, escritores, académicos, abogados constitucionalistas, directores de periódicos y ciudadanos de toda América, fue el resultado de más de un año de trabajo en el que se examinaron los desafíos y presiones sobre la libertad de expresión y la libertad de prensa en las democracias del hemisferio. La declaración contiene diez principios fundamentales necesarios para que una prensa libre cumpla su papel esencial en la democracia. Ha sido suscrita y endosada por jefes de Estado, prominentes líderes y ciudadanos, y organizaciones tanto del norte como del sur.

P r e á m b u l o

En el umbral de un nuevo milenio, América puede ver su futuro afincada en la democracia. La apertura política ha ganado terreno. Los ciudadanos tienen mayor conciencia de sus derechos. Elecciones periódicas, gobiernos, parlamentos, partidos políticos, sindicatos, asociaciones y grupos sociales de la más variada índole, reflejan más que en ningún otro momento de nuestra historia las aspiraciones de la población.

En el ejercicio democrático, varios logros suscitan el optimismo, pero también aconsejan la prudencia. La

crisis de las instituciones, las desigualdades, el atraso, las frustraciones transformadas en intransigencia, la búsqueda de recetas fáciles, la incompreensión sobre el carácter del proceso democrático y las presiones sectoriales, son un peligro constante para el progreso alcanzado. Constituyen también obstáculos potenciales para seguir avanzando.

Por todo ello, es deber de quienes vivimos en este hemisferio, desde Alaska hasta Tierra del Fuego, consolidar la vigencia de las libertades públicas y los derechos humanos.

La práctica democrática debe reflejarse en instituciones modernas, representativas y respetuosas de los ciudadanos; pero debe presidir también la vida cotidiana. La democracia y la libertad, binomio indisoluble, solo germinarán con fuerza y estabilidad si arraigan en los hombres y mujeres de nuestro continente.

Sin la práctica diaria de ese binomio, los resultados son previsibles: la vida individual y social se trunca, la interacción de personas y grupos queda cercenada, el progreso material se distorsiona, se detiene la posibilidad de cambio, se desvirtúa la justicia, el desarrollo humano se convierte en mera ficción. La libertad no debe ser coartada en función de ningún otro fin. La libertad es una, pero a la vez múltiple en sus manifestaciones; pertenece a los seres humanos, no al poder.

Porque compartimos esta convicción, porque creemos en la fuerza creativa de nuestros pueblos y porque estamos convencidos de que nuestro principio y destino deben ser la libertad y la democracia, apoyamos abiertamente su manifestación más directa y vigorosa, aquella sin la cual el ejercicio democrático no puede existir ni reproducirse: la libertad de expresión y de prensa por cualquier medio de comunicación.

Los firmantes de esta declaración representamos distintas herencias y visiones. Nos enorgullecemos de la pluralidad y diversidad de nuestras culturas, y

nos felicitamos de que confluyan y se unifiquen en el elemento que propicia su florecimiento y creatividad: la libertad de expresión, motor y punto de partida de los derechos básicos del ser humano.

Solo mediante la libre expresión y circulación de ideas, la búsqueda y difusión de informaciones, la posibilidad de indagar y cuestionar, de exponer y reaccionar, de coincidir y discrepar, de dialogar y confrontar, de publicar y transmitir, es posible mantener una sociedad libre. Solo mediante la práctica de estos principios será posible garantizar a los ciudadanos y grupos su derecho a recibir información imparcial y oportuna. Solo mediante la discusión abierta y la información sin barreras será posible buscar respuestas a los grandes problemas colectivos, crear consensos, permitir que el desarrollo beneficie a todos los sectores, ejercer la justicia social y avanzar en el logro de la equidad. Por esto, rechazamos con vehemencia a quienes postulan que libertad y progreso, libertad y orden, libertad y estabilidad, libertad y justicia, libertad y gobernabilidad, son valores contrapuestos.

Sin libertad no puede haber verdadero orden, estabilidad y justicia. Y sin libertad de expresión no puede haber libertad. La libertad de expresión y de búsqueda, difusión y recepción de informaciones sólo podrá ser ejercida si existe libertad de prensa.

Sabemos que no toda expresión e información pueden encontrar acogida en todos los medios de comunicación. Sabemos que la existencia de la libertad de prensa no garantiza automáticamente la práctica irrestricta de la libertad de expresión. Pero también sabemos que constituye la mejor posibilidad de alcanzarla y, con ella, disfrutar de las demás libertades públicas.

Sin medios independientes, sin garantías para su funcionamiento libre, sin autonomía en su toma de decisiones y sin seguridades para el ejercicio pleno de ella, no será posible la práctica de la libertad de expresión. Prensa libre es sinónimo de expresión libre.

Allí donde los medios pueden surgir libremente, decidir su orientación y la manera de servir al público, allí también florecen las posibilidades de buscar información, de difundirla sin cortapisas, de cuestionarla sin temores y de promover el libre intercambio de ideas y opiniones. Pero, cuando con el pretexto de cualesquiera objetivos se cercena la libertad de prensa, desaparecen las demás libertades.

Nos complace que, tras una época en que se pretendió legitimar la imposición de controles gubernamentales a los flujos informativos, podamos coincidir ahora en la defensa de la libertad. En esta tarea, muchos hombres y mujeres del mundo estamos unidos. Sin embargo, también abundan los ataques. Nuestro continente no es una excepción. Aún persisten países con gobiernos despóticos que reniegan de todas las libertades, especialmente, las que se relacionan con la expresión. Aún los delincuentes, terroristas y narcotraficantes amenazan, agreden y asesinan periodistas.

Pero no solo así se vulnera a la prensa y a la expresión libres. La tentación del control y de la regulación coaccionante ha conducido a decisiones que limitan la acción independiente de los medios de prensa, periodistas y ciudadanos que desean buscar y difundir informaciones y opiniones.

Políticos que proclaman su fe en la democracia son a menudo intolerantes ante las críticas públicas. Sectores sociales diversos adjudican a la prensa culpas inexistentes. Jueces con poca visión exigen que los periodistas divulguen fuentes que deben permanecer en reserva. Funcionarios celosos niegan a los ciudadanos acceso a la información pública. Incluso las constituciones de algunos países democráticos contienen ciertos elementos de restricción sobre la prensa.

Al defender una prensa libre y rechazar imposiciones ajenas, postulamos, asimismo, una prensa responsable, compenetrada y convencida de los compromisos que supone el ejercicio de la libertad.

Principios

Una prensa libre es condición fundamental para que las sociedades resuelvan sus conflictos, promuevan el bienestar y protejan su libertad. No debe existir ninguna ley o acto de poder que coarte la libertad de expresión o de prensa, cualquiera sea el medio de comunicación.

Porque tenemos plena conciencia de esta realidad, la sentimos con profunda convicción y estamos firmemente comprometidos con la libertad, suscribimos esta Declaración, con los siguientes principios:

1. No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa. El ejercicio de ésta no es una concesión de las autoridades; es un derecho inalienable del pueblo.
2. Toda persona tiene el derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o negar estos derechos.
3. Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público. No podrá obligarse a ningún periodista a revelar sus fuentes de información.
4. El asesinato, el terrorismo, el secuestro, las prisiones, la intimidación, la prisión injusta de los periodistas, la destrucción material de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad.
5. La censura previa, las restricciones a la circulación de los medios o a la divulgación de sus mensajes, la imposición arbitraria de información, la creación de obstáculos al libre flujo informativo

y las limitaciones al libre ejercicio y movilización de los periodistas, se oponen directamente a la libertad de prensa.

6. Los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminaciones o favores en razón de lo que escriban o digan.
7. Las políticas arancelarias y cambiarias, las licencias para la importación de papel o equipo periodístico, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión y la concesión o supresión de publicidad estatal, no deben aplicarse para premiar o castigar a medios o periodistas.
8. El carácter colegiado de periodistas, su incorporación a asociaciones profesionales o gremiales y la afiliación de los medios de comunicación a cámaras empresariales, deben ser estrictamente voluntarios.
9. La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de preci-

sión, imparcialidad y equidad, y a la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales. El logro de estos fines y la observancia de los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.

10. Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público.

La lucha por la libertad de expresión y de prensa, por cualquier medio, no es tarea de un día; es afán permanente. Se trata de una causa esencial para la democracia y la civilización en nuestro hemisferio.

No sólo es baluarte y antídoto contra todo abuso de autoridad: es el aliento cívico de una sociedad. Defenderla día a día es honrar a nuestra historia y dominar nuestro destino. Nos comprometemos con estos principios.

¿Cómo acceder a los Medios?

Como activistas de derechos humanos necesitamos conocer cómo funcionan los medios y qué intereses se mueven en ellos. Hay que conocerlos, no precisamente porque vamos a actuar como periodistas, sino por nuestra responsabilidad como defensores de derechos humanos en la conducción de acciones y campañas.

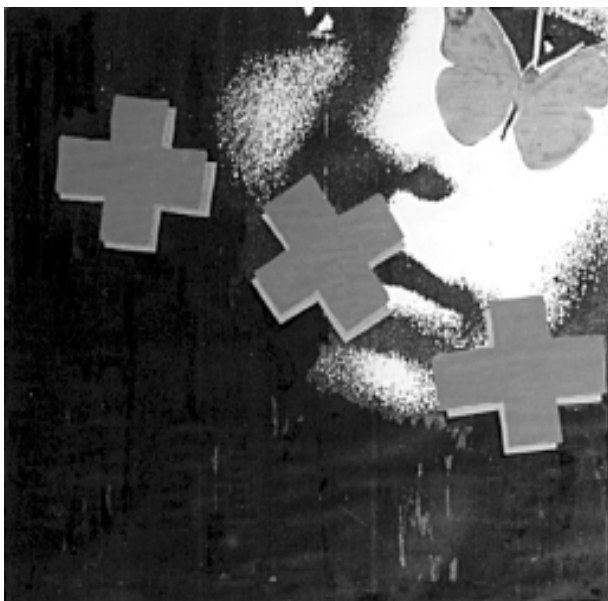
Nosotros, los activistas, somos representantes de diversos grupos del movimiento nacional de derechos humanos, y nuestras voces tienen legitimidad en la población. Por ello, es importante saber que cuando buscamos a la prensa, creamos contactos. También debemos saber qué vamos a decir, pues todos tenemos opiniones y planteamientos propios sobre los hechos. Los defensores de los derechos humanos debemos ordenar con mayor exigencia nuestras ideas, tener una posición concreta y razonable para poder hacer propuestas a corto, mediano y largo plazo, y poseer capacidad para interpretar la coyuntura en forma adecuada.

Hay que estar preparados para reaccionar frente a los hechos políticos y sociales que en nuestro país cambian en forma repentina. La imagen y el discurso del activista son tan importantes como su propuesta misma. No estamos afirmando que su imagen sea una y su práctica otra. Lo importante es cuidar la forma cómo presentamos la información. Esto, finalmente, legitima al líder y consolida una postura ante los medios de comunicación.

Así las cosas, los periodistas buscarán al activista de los derechos humanos sin necesidad de que él los llame porque sabrán que aportará un punto de vista interesante. En pocas palabras, se convertirá en una fuente de información. De esta manera también construimos ciudadanía. Con nuestras opiniones, acciones y expresiones movilizamos a la población.

Un pésimo estreno del activista en la prensa puede ser fatal para el movimiento.

¿Qué es noticia para los medios?



Hay que tener claro que cuando hablamos de noticia e información no necesariamente nos referimos a lo mismo. La información es un flujo de hechos y conocimientos y son los medios de comunicación los que generalmente la transforman en noticia. La noticia es todo acontecimiento oportuno, inédito, importante y de interés público. No toda información que genere una organización se convierte en noticia. Es imprescindible que la información sea novedosa e interesante y que repercuta en la vida pública. Por ello, es importante que tratemos de buscar el ángulo periodístico de nuestras acciones y denuncias.

Análisis de coyuntura

En el Perú los acontecimientos suceden más rápido que en el Internet, nos decía el embajador Eduardo Stein, observador de la OEA en las últimas elecciones presidenciales. Por ello, debemos estar atentos sobre lo que sucede en la coyuntura política, pues

nos permite identificar la agenda pública, cuáles son los temas emergentes y cuál es la cobertura periodística que le dan los medios. Si está en debate un tema que nos atañe, afecta e interesa, debemos intervenir con prontitud, exactitud, coherencia, y sobre todo, generando opinión con sustento y fundamento.

No se trata de intervenir a cualquier precio. Tampoco debemos dispersarnos y actuar frente a todo. Tenemos que estar bien preparados si queremos estar presentes en la agenda política. Un productor no nos dará cabida si nuestro discurso es panfletario o negativo. Intentar siempre tener una pequeña evaluación sobre la coyuntura política nos ayudará a que nuestra presencia sea oportuna. Identificar los roles de los actores políticos y reflexionar sobre ellos, también nos permitirá saber cuándo y cómo debemos actuar.

Lectura crítica de los medios

¿Cómo leer las noticias? ¿Cómo se escucha la radio y se ve la TV? Debemos debatir, analizar y reflexionar sobre los contenidos de las noticias y sus mensajes escritos o audiovisuales. Es decir, identificar los discursos subliminales y campañas psicosociales -tan utilizados durante la dictadura fujimorista- para no ser engañados.

A veces la versión de los medios sobre un mismo hecho difiere radicalmente. Por ejemplo, mientras que La República, el ministro del Interior anunció el cierre de las bases anti subversivas, el diario Expreso señalaba la instalación de nuevas bases militares.

¿Cuál de las dos versiones era cierta? Ambas lo eran. Según el ministro del Interior, algunas bases se estaban cerrando por falta de presupuesto, y otras se construían en zonas con presencia subversiva. Este simple ejemplo enseña que es importante tener una actitud crítica frente a todo lo que se lee, escucha y observa. No todos los mensajes de los medios se valoran ni gozan necesariamente de credibilidad.

Estrategia de medios



Para que un movimiento se mantenga visible y tenga un impacto en la sociedad, es importante planificar y diseñar una estrategia de medios, es decir, la manera cómo vamos a llegar a ellos, qué materiales vamos a producir, qué instrumentos utilizaremos, y cómo debe ser nuestro mensaje.

Para diseñar una estrategia es necesario realizar algunos pasos que aquí reseñamos.

Diagnóstico

Es una aproximación al caso: su situación y/o contexto. No tiene que ser un diagnóstico que demande

varios meses de trabajo porque no se trata de hacer una monografía. Pero sí es necesario tener una referencia general.

Investigación

Cuando recibimos una denuncia es importante realizar una investigación breve para evitar sorpresas posteriores. También hay que pensar en el impacto que tendrá sobre nuestra organización: cómo le afectará a ella. Es recomendable evaluar si el tema está presente en la agenda política y en la coyuntura nacional. Hay que conocer qué líderes de opinión se han pronunciado al respecto y si es conve-



niente realizar alguna actividad para lograr el impacto necesario.

Objetivos

¿Qué queremos lograr? ¿A qué público nos vamos a dirigir? ¿En qué sectores específicos de la población queremos incidir? ¿Se trata acaso de grupos de poder económico, autoridades gubernamentales, autoridades locales, o empresas privadas o estatales?

Selección de medios

Para ello se necesita saber con qué medios contamos y de qué manera los vamos a involucrar en nuestra tarea. No sólo hay que pensar en los medios masivos. Hay que tener presente a los grupales o comunitarios. También hay medios auspiciados por instituciones no gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil y gobiernos locales. En general, estos espacios mantienen cierta pluralidad –junto a un público cautivo- que puede ser beneficiosa para nosotros. Existen acciones comunicacionales que, dependiendo de nuestra creatividad, pueden ser muy eficaces: los actos públicos, los eventos culturales, los conciertos, muestras de arte y otras actividades socio culturales.

Ángulo a destacar

Es necesario definir cómo queremos tratar y enfocar determinada denuncia, actividad o evento en los medios. Qué aspecto vamos a destacar o cuál es el ángulo que se debe identificar y resaltar. Se trata de descubrir la noticia. Hay que elaborar mensajes creativos y sugerentes que logren el efecto que deseamos: textos para los spots, frases creativas, volantes, banderolas, pancartas y consignas. Debe existir claridad y realismo en los conceptos que se deseamos transmitir para adaptar con éxito nuestros mensajes de acuerdo al público al cual queremos llegar.

Como activistas debemos incidir en los espacios locales, en nuestras organizaciones, en el distrito y en la provincia, sin menospreciar a los grandes medios de comunicación que tienen mayor atención de la opinión pública. Es recomendable combinar el uso de los medios masivos con los espacios comunitarios y grupales (también llamados medios alternativos y populares).

Actualmente hay que tener en cuenta que se habla de públicos segmentados, es decir, que tienen preferencias particulares por medios y programas. Las recomendaciones señaladas apuntan a eso.

Campañas de prensa



Organizar una campaña de medios puede ser un proceso bastante trabajoso, pero las satisfacciones a las que se llegan luego de cumplida la meta, son superiores por los objetivos altruistas y la creatividad desplegada por nosotros.

La presentación y las estrategias de acceso a la prensa son dos aspectos importantes para influir en los medios de comunicación. El éxito estará asegurado cuando las dos estén bien planteadas. La exposición de un tema es una tarea difícil si se tiene en cuenta que la propuesta debe enfrentar posiciones ya establecidas. Este contexto nos exige explicar nuestra posición, subrayar la responsabilidad social ante un problema y destacar el lado teórico o abstracto del tema.

Para exponer un tema debemos elegir un enfoque y una presentación acorde con el medio y el público al que se pretende llegar. Se debe tener en cuenta las expresiones, el estilo, el lenguaje, las oportunidades y el medio.

La presentación del tema depende de los efectos que deseamos conseguir. Por ejemplo, cómo llamar la atención, cómo ponerlo a debate, ofrecer alternativas y soluciones. El mensaje a transmitir debe ser claro, impactante y sencillo.

Aquí les presentamos algunas reglas básicas que debemos tener en cuenta para lograr el impacto en los medios masivos, grupales o comunitarios. El objetivo es que los medios presten atención a nuestra localidad, organización, denuncia o experiencia.

Planificar la difusión

La difusión es la piedra angular de cualquier actividad y debemos planificarla desde el inicio.

El responsable de la difusión debe ser elegido considerando algunas características personales: debe ser audaz y tener iniciativa para redactar, pero, sobre todo, debe ser perseverante.

Con los periodistas hay que insistir mucho, si no nos hacen caso a la primera, tendremos éxito a la segunda o a la tercera ocasión. Nuestro mensaje es importante y podemos convertirnos en fuente de información para los medios.

Elegir bien el ángulo de nuestra campaña

Si queremos llamar la atención sobre un hecho, es importante pensar en uno de sus aspectos distintivos. Por ejemplo, si tomamos como ejemplo el aniversario de la asociación o en una actividad cultural, debemos priorizar el día central y redactar la historia de la organización y cuáles fueron sus logros y cuáles sus proyectos.

Es necesario preguntarse sobre estos aspectos y tener las respuestas a la mano, porque ayudará a la prensa a difundir la actividad, o a poder realizar un buen reportaje o entrevista.

Preparar los medios de difusión

Según el impacto que busquemos, se puede elaborar banderolas, pancartas, volantes, boletines, vídeos, spots radiales u otros instrumentos audiovisuales y gráficos. Ver acápite de instrumentos

Seguimiento y contacto en medios

No es suficiente enviar la nota de prensa por mensajería o fax. Hace falta, además, una visita o una llamada al periodista a quien hemos dirigido la nota para estar seguro de que la haya recibido y si le ha interesado el tema. Podemos pedirle, incluso, que nos entreviste u ofrecerle material de apoyo para que le dedique mayor espacio al caso.

Después de un primer contacto con los periodistas, se les puede seguir buscando para actividades futuras o temas de la organización y/o comunidad que nos interesa difundir.

Un aspecto importante es realizar un permanente cabildeo con los periodistas: alimentar su trabajo periodístico con información, casos concretos, y testimonios exclusivos y reveladores.

Las buenas relaciones personales entre los responsables de las campañas y los periodistas o representantes de los medios de comunicación, pueden lograr mejores resultados para la difusión de la información.

Instrumentos de comunicación



Directorio de medios

Es un instrumento básico, quizá el primero que debemos preparar para iniciar y mantener contacto con los medios de comunicación y los periodistas. Éste debe consignar una lista con los principales nombres y direcciones, así como incluir a los directores, editores, columnistas, conductores y reporteros que cubren la edición diaria o temas específicos.

Es de vital importancia saber quién es quién en los medios. Así, dependiendo de la actividad o denuncia que se hará, sabremos a quién dirigirnos. ¿Quién es el jefe de redacción o de la página política o editorial de un periódico? ¿Quién es el productor de un programa periodístico? ¿A quién debemos invitar si se trata de una actividad académica, cultural, deportiva o recreativa?

Cada diario, canal de televisión o emisora radial tiene a uno o varios periodistas destacados en secciones específicas. Para tener eficacia en la difusión hay que saber dirigirse a la persona indicada.

No es recomendable enviar la nota de prensa al director de un medio porque no es el encargado de abrir la correspondencia y no necesariamente nos conoce.

Tampoco hay que olvidar consignar en el directorio la razón social del medio y su dirección, el nombre del periodista, el cargo, los teléfonos, su correo electrónico y su fax. Será mucho mejor si se tienen los números de los teléfonos celulares.

El directorio de medios debe ser actualizado periódicamente. Los periodistas cambian a menudo de medio, rotan en los cargos, o los programas en los que trabajan son cancelados.

La nota de prensa

Debe contener los datos sobre la actividad, el problema o la denuncia que se desea informar a la opinión pública. Si la organización tiene papel con membrete, es mejor utilizarlo. Además, es muy importante que incluyamos el nombre completo y los teléfonos del activista encargado de evento para que los periodistas puedan hacer sus consultas en forma directa y rápida.

Es recomendable que la nota de prensa responda a las preguntas clásicas del periodismo que ayudan a la comprensión de cualquier situación:

- ¿Qué?
- ¿Quién?
- ¿Cuándo?
- ¿Cómo?
- ¿Dónde?
- ¿Por qué?
- ¿Para qué?

Estas preguntas deben responderse antes de redactar la información. Luego hay que elegir la respuesta más importante e iniciar con ella la nota de prensa.

Cuando la nota de prensa se transmite a través de la radio y la televisión, su difusión es inmediata pero efímera, lo cual no permite al oyente profundizar los hechos. Cosa contraria ocurre cuando ésta aparece en los periódicos.

Podemos elaborar las notas de prensa de acuerdo a lo que queremos expresar y comunicar a la opinión pública. Las notas de prensa pueden ser utilizadas para lo siguiente:

- Anunciar un hecho
- Denunciar
- Dar una opinión
- Responder a un agravio
- Aclarar una información falsa
- Acompañar o contextualizar la conferencia de prensa
- Difundir una actividad
- Traer a la actualidad un caso pasado y darle relieve

Las notas de prensa que se envían a los periodistas vía fax o correo electrónico siempre deben ser personalizadas como una muestra de atención preferencial.

Material de apoyo

A veces es necesario tener copia de los documentos que refrendan una denuncia. Esto ayuda al periodista a enterarse mejor e interesarse por el problema. Si se trata de una actividad específica, adjuntar el programa, el afiche, un tríptico o cuanta papelería se haya publicado sobre el caso. De esta manera se da mayor realce a la actividad.

Artículos de opinión

Son una tribuna para exponer o proponer el tema que nos interesa debatir. A veces los líderes del movimiento -o tal vez un participante notable de la campaña- tienen facilidad para escribir. A ellos hay que pedirles que redacten artículos de opinión que luego debemos enviar a las páginas editoriales de los diarios para que sean publicadas como refuerzo de la campaña.

A los líderes del movimiento se les puede realizar una entrevista para que, con su supervisión, se le dé forma de artículo. Esto, después, debe ser enviado a los diarios.

La ubicación de los artículos en una página editorial dependerá de la credibilidad de la información, calidad de la redacción y oportunidad con la que se aborda el tema, sin descontar la habilidad que tengamos para entablar contacto con el jefe de la sección.

Los artículos de opinión resultan muy efectivos, pues el público que acostumbra leer la página editorial se caracteriza por tener influencia o capacidad de decisión, lo cual es un frente adicional a favor de la causa.

Boletines y/o hojas informativas

Para mantener siempre informados a los periodistas es necesario elaborar una hoja informativa, cuya periodicidad dependerá de los recursos e importancia coyuntural.

Los boletines u hojas informativas son también importantes cuando una campaña va a durar más de dos meses o cuando se requiere destacar la imagen de una institución de derechos humanos que no es conocida por los medios de comunicación.

Los materiales periodísticos deben ser puntuales y tener información al día, inclusive pueden anunciar una serie de actividades. Por ejemplo, un seminario que se realizará dentro de 15 días, la audiencia de un caso el mes próximo, o un concierto de rock dentro de dos meses. En ocasiones estos materiales resultan valiosos para los periodistas, pues a veces no existe mayor novedad en los cuadros de comisiones y puede ser novedoso trabajar un caso humano o distinto.

Para la elaboración de un boletín hay que establecer una estructura variada: editorial, debates y análisis, reportajes, experiencias, investigación, publicaciones y actividades. Debe estar redactado en un lenguaje comprensible y lógico. Además, hay que planificar el diseño de la carátula, la diagramación y el presupuesto.

Conferencia de prensa

Se convoca para dar a conocer una noticia o acontecimiento de relevancia. Su preparación requiere de una organización y planeación cuidadosa.

Durante la planificación debemos evaluar quiénes pueden ofrecer la conferencia, la conveniencia de organizarla, elegir la fecha y la hora. Se recomienda realizarla en las mañanas porque así los periodistas tratarán de buscar otras opiniones y dado el caso, podría tener mayor despliegue informativo. Los días hábiles de la semana son los más propicios para convocarla, aunque la opción del domingo puede resultar interesante ya que se generan pocos hechos de cobertura diaria.

Los encargados de dirigirse a los periodistas deben ser los personajes más representativos de la campaña o actividad. Hay que tener en cuenta la capacidad que tienen para expresar sus ideas. No deben ser más de cuatro personas ni menos de dos.

La convocatoria a la prensa debe ser mediante un boletín atractivo, breve y preciso, que se enviará dos días antes de la conferencia. No es conveniente dar mucha información. Es necesario, eso sí, dar a conocer los temas más interesantes que se van a tocar. Es posible mencionar qué personalidades estarán presentes.

El día de la conferencia se debe llegar temprano al lugar donde se realizará para verificar el equipo y el montaje. Colocar el logotipo de la institución en un lugar visible e identificar el lugar que ocupará cada uno de los conferencistas para facilitar su ubicación. Antes de la conferencia se debe entregar una nota de prensa o resumen, que es la ayuda de memoria para que los periodistas sepan de qué se trata y puedan preguntar o hacer observaciones. También hay que acompañar materiales de apoyo, fotocopias de las denuncias u otros documentos que sustenten la actividad o denuncia.

Es recomendable registrar la asistencia de los periodistas anotando sus nombres, teléfonos y medios que representan para alimentar nuestro directorio. A los medios que no hayan asistido se les enviará vía fax o correo electrónico -y, si es posible, también por mensajería-, la información o nota de prensa respectiva, acompañada de material gráfico.

Los periodistas deben recibir ayuda para identificar los nombres de los dirigentes o representantes de la mesa, a quienes podrían entrevistar en exclusiva.

A las ruedas de prensa se invita a todo el periodismo local. Por ello, es importante el uso del directorio. No hay que olvidar lo siguiente: si se trata de una denuncia deben asistir las víctimas o sus familiares, porque la presentación de testimonios directos es muy importante.

En ocasiones es necesario llamar por teléfono al jefe de informaciones de cada medio para asegurar la presencia de los periodistas.

Al día siguiente de la conferencia, es recomendable comprar los diarios y recortar las notas que se publiquen para el archivo. En el caso de la televisión y la radio, se sugiere grabar las notas periodísticas.

Cabildeo

Permite influir y relacionarse con los medios de información para ganar espacios e incidir en la opinión pública. Para esto hay que contar con una estrategia interna.

Para iniciar o mantener los contactos es imprescindible tener un directorio actualizado de periodistas. Es conveniente tener un contacto en cada medio, que pueda ayudar a difundir determinado tema, caso o denuncia.

Debemos identificar a los jefes de redacción, a los productores o a las personas que reciben y deciden qué información se cubre y publica. A ellos se debe enviar el material.

Hay que estar atentos y tener creatividad para poder descubrir nuevas secciones y enfoques para los temas. La página de jóvenes, por ejemplo, puede ir acompañada de un reportaje sobre levas o una actividad cultural.

Entrevistas y reportajes

Luego de establecer los contactos con los periodistas, debemos realizar un seguimiento permanente a los medios. Identificar la línea política, su sintonía, su nivel de lectoría, y qué temas y qué hechos tratan en forma permanente.

No basta enviar la nota de prensa por mensajería o fax. Hace falta una visita o, por lo menos, una lla-

mada telefónica al periodista para conocer si la recibió y si le interesó el tema. Esto es importante cuando no lo conocemos y queremos abrir un primer contacto.

Si somos audaces, podemos preparar un reportaje o darle seguimiento a un caso para luego proponerlo a los periodistas. Esto nos ayuda a conseguir mayor cobertura en los medios de comunicación.

El acceso a la radio y a la televisión es más reducido en comparación con los medios escritos. En la televisión comercial se puede acceder a cierto tipo de programas, como los periodísticos.

Para ello es recomendable identificarlos y monitorearlos. Es decir, llamar por teléfono a los responsables de esos espacios para promover entrevistas y reportajes.

Para las entrevistas en un programa de radio o televisión es bueno solicitar información previa sobre los temas que abordarán. Se sugiere ser breve y usar un lenguaje sencillo, preparar una guía con los temas a tratar y sus fundamentos.

Acciones urgentes vía Internet

Las computadoras se han convertido en un medio ideal para difundir información a todo el mundo. Internet es una herramienta que permite informar al instante, en forma descentralizada, democrática y a bajo costo. El correo electrónico es el servicio más utilizado porque permite enviar un archivo de texto desde una computadora a decenas (y tal vez a miles) de destinatarios.

En este contexto, nuestras campañas siempre han tenido el apoyo de organizaciones internacionales y han sido vistas y debatidas en foros internacionales, logrando de esta forma una necesaria presión pública internacional, que, en más de una ocasión, ha logrado cambiar la política sobre derechos humanos aplicada en el Perú.



Ha sido una práctica constante en nosotros, buscar que reconocidas organizaciones internacionales se pronuncien y envíen invocaciones a las autoridades del gobierno para exigir, por ejemplo, la investigación de una violación contra los derechos humanos, garantías necesarias para la protección de un activista amenazado por cumplir con su labor, imparcialidad en la administración de justicia, o castigo a los responsables de un crimen de lesa humanidad.

Acciones de impacto

Las acciones públicas tienen el propósito de llamar la atención de los medios de comunicación y causar impacto en la opinión pública. Hablamos de marchas de protesta, plantones, acciones teatrales, foros, seminarios, conciertos de música, muestras de arte, murales y hasta pegatinas.

Las diversas expresiones culturales son importantes canales de participación y convocatoria, ya que nos acercan a la población y a sus necesidades.

Publicidad

Muy pocas veces preferimos los medios publicitarios por causa de sus altos costos. Sin embargo, a veces, por intermedio de amigos o colaboradores cercanos, podemos llegar colocar *spots* radiales y televisivos y avisos en los diarios. Para ello es necesario conocer la audiencia y la lectoría de estos medios.

¿Qué medio debemos utilizar? ¿A qué hora es conveniente? ¿A través de qué programa debemos dar a conocer nuestra propuesta? Estas son algunas de las preguntas que debemos responder antes de tomar una decisión. También es indispensable conocer las tarifas.

Finalmente, es necesario señalar que la publicidad no reemplaza a los otros instrumentos de difusión. Hay que tener en cuenta que la publicidad y la promoción son estrategias diferentes.

En la publicidad los receptores saben que se pagó para difundir cierta información. En la promoción es una tercera persona la que da a conocer los contenidos. Por tal motivo, la credibilidad de la promoción es mayor así como su impacto.

Propuesta gráfica

Debe primar la creatividad. Al elaborar volantes y afiches debemos tener en cuenta el diseño, pues no basta con un buen slogan. Los lemas y las consignas deben rimar y llamar la atención. En cuanto al logotipo, se debe tomar en cuenta el color y el tamaño.

Es necesario mantener un estilo gráfico uniforme para que el mensaje sea efectivo. Con una buena propuesta gráfica que acompañe nuestro contenido, podemos lograr una primera plana en un diario o ser tomados en cuenta por la prensa internacional.

Material audiovisual

Es necesario contar con algunos equipos

audiovisuales. Una grabadora de reportero puede ser muy importante. Si nos encontramos cubriendo una violación contra los derechos humanos, con ella podríamos recoger testimonios, denuncias u opiniones de los jueces y fiscales que llevan el caso, del párroco u otra autoridad local. También, dado el caso, la versión de los policías y militares que pudieran estar vinculados al hecho.

Algunas autoridades políticas y sociales suelen brindar información a las radios locales o comunitarias que no darían a los medios masivos. Registrar estas declaraciones podría tener un valor testimonial excepcional a corto o largo plazo.

Contar con una cámara fotográfica es importante para poder representar gráficamente la información. Se debe tener en cuenta que los fotógrafos locales -de pequeños pueblos o comunidades- suelen archivar imágenes de las autoridades civiles y militares en ceremonias oficiales o en reuniones sociales. Hay que conocerlos y saber ubicarlos.

Cuando acudimos a un medio de comunicación para presentar un caso, los periodistas nos preguntan si tenemos material que ayude a visualizar el problema. El video es un material de apoyo que nos puede permitir ingresar a la televisión. Muchos casos han sido tratados sólo por los medios escritos por falta de material audiovisual.

Coordinaciones periodísticas

Se refiere al apoyo que brindamos al reportero para que pueda realizar bien su trabajo periodístico. Significa aportar a su investigación, proporcionando datos e información clasificada y sistematizada. Es un trabajo que también requiere de un buen manejo de relaciones públicas.

Cartas y réplicas

A través de la sección de cartas al editor, que está dedicada a los lectores, se pueden manifestar opiniones e incluso invitar a ciertos actos de interés general. Tal vez su principal limitación sea la poca extensión con la que se cuenta y la falta de garantía de que la carta sea publicada. Por eso, la carta debe contener un tema de interés para la sociedad o un asunto de actualidad.

Las secciones culturales de los diarios pueden publicar sin costo alguno las actividades de nuestra institución que estamos promocionando.

Cuando una publicación difunde información errónea o falsa que distorsiona la imagen de la organización, se puede recurrir al derecho de réplica. Ésta debe tener como extensión máxima el doble del párrafo -o artículo- que nos menciona.