

Dieter Nohlen lanzó su libro en el Rosario



La visita de Dieter Nohlen, autoridad mundial en temas electorales, hace que el Rosario vaya, sin duda, adelante en el tiempo ♦

El pasado martes 21 de agosto del presente año visitó nuestro país y específicamente nuestra universidad, el académico alemán y experto mundial en temas electorales, Dieter Nohlen, quien estuvo en Colombia en 1982, invitado especialmente por su amigo personal, Rodrigo Lara Bonilla.

En aquella ocasión, antes de que la temática electoral y específicamente la de los sistemas electorales estuviera en el centro de atención de la academia y del incipiente estudio de la ciencia política en Latinoamérica, este académico alemán era una autoridad en el tema. Para entonces, el ex Ministro de Justicia Lara Bonilla, visionario de las reformas estructurales que requería nuestra sociedad, organizó un foro sobre elecciones y sistemas electorales.

Foro donde tanto, el académico como el político, reflexionaron sobre la calidad de las elecciones, la composición del Congreso y el comportamiento de los partidos y candidatos como elementos fundamentales de la manera de adquirir, legitimar y controlar el poder en los regímenes democráticos y específicamente en nuestra sociedad. Estos hechos preocupaban al político e interesaron al académico pero, debido a la muerte de Lara a manos del narcotráfico, este binomio no pudo dar sus frutos.

25 años después, Nohlen regresó al país por invitación de la profesora Beatriz Franco-Cuervo, su discípula, para dialogar con estudiantes y académicos, en el acto de lanzamiento de su libro: "Ciencia Política. Teoría institucional y relevancia del contexto", editado por la Facultad de Ciencia Política y Gobierno de nuestra universidad.

El acto fue instalado por el decano de dicha facultad, Eduardo Barajas Sandoval, el presidente del Consejo Nacional Electoral, Joaquín José Vives y el representante de la Fundación Konrad Adenauer en Bogotá, Carsten Wieland. A su vez participaron prestigiosos académicos, así como representantes de diversas instituciones oficiales y organizaciones sociales, entre las que se destacan la presencia del Registrador Nacional del Estado Civil, los miembros del Consejo Nacional Electoral, la Misión de Observación Electoral, la Corporación Arcoiris, el Editor General de El Tiempo, Roberto Pombo, la analista política Claudia López, entre otros.

El profesor Nohlen, al mejor estilo de la cátedra alemana, instruyó a los estudiantes que compartieron con él en la Casa Rosarista algunas respuestas a las preguntas formuladas por ellos sobre la situación electoral colombiana.

Sin duda, este libro será un manual útil y permanente para los estudiantes de Ciencia Política y, a su vez, el diálogo sobre Elecciones: Normatividad y Contexto fue el espacio ideal para que el invitado de honor se informara sobre el contexto y las circunstancias específicas de nuestro país y, al mismo tiempo, propusiera soluciones e instruyera a las autoridades electorales colombianas sobre lo más conveniente para el país.

Primer encuentro de Responsabilidad y Desarrollo Social

Medios de comunicación socialmente responsables

Durante los días 14, 15 y 16 de agosto se llevó a cabo en Corferias "Colombia Responsable", un foro internacional que convocó a diferentes actores que trabajan por una Colombia justa y equitativa.

Germán Rey, director del Programa de Estudios de Periodismo de la Universidad Javeriana, Gustavo Bell, director de El Heraldo, Jaime Abello Banfi, director de la Fundación Nuevo Periodismo y Carlos Córdoba, director de la Red de Ciudades "Cómo Vamos" ♦



Claudia Méndez, directora de Responsabilidad Social de Caracol, quien compartió con los asistentes la experiencia de Caracol Radio en temas de acción social ♦

Por Sergio Camacho Iannini

En esta ocasión Nova et Vetera estuvo presente en tres charlas en las que se discutió la importancia y experiencias que han tenido diferentes medios de comunicación en el campo de la responsabilidad social.

Medios de gran reconocimiento como El Tiempo, Caracol, RCN y Revista Semana participaron del encuentro. Así mismo, personajes como Paulo Laserna, presidente de Caracol TV, Rafael Santos, director de El Tiempo, Alberto Alcoumbre Junior, director de Planeación y Proyectos Sociales de Globo Televisión Brasil, Germán Rey, director Programa de Estudios de Periodismo de la Universidad Javeriana, Florencia Saiguier, representante del diario La Nación de Argentina, Rodrigo Pardo, director Editorial de la Revista Semana entre otros, presentaron los proyectos de acción social que sus respectivos medios vienen adelantando.

Alberto Alcoumbre al inicio de la charla estableció la diferencia entre dos términos "la responsabilidad social", según él es un concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad. Mientras que "marketing social" es la actividad mediante la cual se dedican recursos técnicos, financieros y humanos a proyectos de interés social.

Resulta interesante conocer las experiencias de otros países en el tema de inversión social. En este caso Brasil, con Globo Televisión y Argentina, con el diario La Nación. El primero tiene varios proyectos y políticas de responsabilidad social. Por ejemplo, en las telenovelas presentan una variedad de temas como campañas contra el cáncer de seno y mortalidad infantil. Por otra parte, cuenta con programas como "Héroes de la ciudadanía", que muestra una serie de reportajes sobre acciones solidarias en el Brasil; y "Amigos de la infancia", que estimula el voluntariado en las escuelas públicas. Han sido merecedores de importantes galardones en el área de la responsabilidad social.

En el caso del diario La Nación de Argentina, se cuenta con una fundación de acción social. Entre los objetivos principales se encuentran el promover la solidaridad activa e instalar en la opinión pública temas que tengan que ver con la responsabilidad social. En la empresa tienen campañas como la donación de sangre y un programa de alimentación, en el cual se llevan desayunos a las escuelas más pobres de Argentina.

En los medios de comunicación colombianos las acciones sociales tienen un alto grado de importancia.

Entre las que más se destacan están, el canal de TV y radio RCN con "Infancia Viva", en donde se busca educar a los niños con programas culturales y comerciales en contra del maltrato infantil, y "Patrullas Aéreas", serie de brigadas de salud en todo el territorio colombiano.

En Caracol "la radio es vista como la oportunidad para generar impacto social", dice Claudia Méndez, directora de Responsabilidad Social de Caracol, es por esto que existen programas radiales como los "Colores del Afecto", que busca promover el buen trato hacia los niños y niñas y "Doctor love", en donde los adolescentes son quienes se encargan de hablarle a los padres sobre sexualidad.

Por su parte, El Tiempo, realiza proyectos en cuatro líneas de acción: educación, salud, construcción de ciudadanía, lectura y escritura. Sin embargo, existen todavía muchos retos y camino por recorrer en el área de acción y responsabilidad social, "las grandes empresas ven esto como un gasto y no como una inversión en el futuro de un mejor país", mencionó Rafael Santos, su director. En el caso de Semana, programas como Vote Bien, que pretenden orientar a los ciudadanos para que puedan votar mejor en las elecciones del próximo 28 de octubre y Cátedra Semana, en donde se reúne a grandes figuras del periodismo para tratar y discutir temas de actualidad y política desde el oficio mismo con alumnos, ayudan en la construcción de la opinión pública y el ciudadano y estudiante común y corriente es el protagonista.

Por su parte, Germán Rey dedicó su espacio a explicar el impacto social de los contenidos de los medios. "Los medios de comunicación deben producir información relevante, que sea no solo útil a sus audiencias sino a un público en general", afirmó Rey. Explicó también la relación que existe entre la libertad de expresión y el compromiso que tienen los medios de comunicación por entregar información a los ciudadanos, para que puedan ejercer su libertad y recibir información con calidad; "la libertad no es la de los periodistas sino la de los ciudadanos", agregó Rey.

Igualmente, habló acerca del buen periodismo, que se hace cuando hay una representación de la pluralidad, colaboración en la construcción de la sociedad, análisis de problemáticas más que cubrimiento de fuentes localizadas y compromiso con la verdad.

Los medios de comunicación del país vienen adelantando programas en materia de responsabilidad social y admiten el impacto social de los contenidos de sus medios, todo esto con el fin de construir un mejor país.