

INTRODUCCIÓN.

1. INFORMACIÓN VERAZ Y OPORTUNA.

- 1.1. Visión, misión y valores de Teleantioquia.
- 1.2. Marco constitucional para periodistas (*derecho a la información*).
- 1.3. Restricciones legales para medios de comunicación durante periodo electoral.

2. REGLAS GENERALES PARA LOS PERIODISTAS.

- 2.1. Opinión vs Información.
- 2.2. Verificación de información.
- 2.3. Neutralidad y equilibrio.
- 2.4. Responsabilidad social.

3. COBERTURA ELECTORAL.

- 3.1. Pedagogía electoral.
 - 3.1.1. Mensajes promocionales del canal.
 - 3.1.2. Información en redes sociales.
 - 3.1.3. Información al votante (emisión en diferentes programas).
 - 3.1.4. Programas especiales.
- 3.2. Cubrimiento campaña electoral
 - 3.2.1. Alcaldías municipios del área metropolitana
 - 3.2.1.1. Metodología, espacios y duración de intervenciones
 - 3.2.2. Alcaldías municipios del resto del departamento
 - 3.2.2.1. Metodología, espacio y duración de intervenciones
 - 3.2.3. Consejos municipales del departamento
 - 3.2.3.1. Descripción del cubrimiento informativo
 - 3.2.4. Gobernación de Antioquia
 - 3.2.4.1. Metodología, espacios y duración de intervenciones.
- 3.3. Debates
 - 3.3.1. Qué tipo de debates realizará Teleantioquia.
 - 3.3.2. En qué debates de otros medios podrá participar Teleantioquia
- 3.4. Cubrimiento día de elecciones.

INTRODUCCIÓN

Al igual que en el 2022 con las elecciones presidenciales, el 2023 presenta desafíos complejos para los medios tradicionales de información en Colombia frente al proceso electoral. Hoy las elecciones en el mundo se desarrollan desde las redes sociales, la propaganda, la discusión extremista (desconociendo la gama de opciones y posturas), la necesidad de cazar *influencers* para una causa política, la manipulación de la *big data* que lleva al elector a convertirse en un consumidor de contenido predeterminado y un sinnúmero de estrategias propagandísticas que buscan vender candidatos mas no programas.

Los medios de comunicación públicos están en la “obligación” de salirse de ese mercadeo político en el cual han estado inmersos los últimos procesos electorales en el país y brindar herramientas que permitan la discusión, el análisis, la crítica y la comparación, para lograr así una toma de decisión consciente e informada.

El presente manual de cubrimiento electoral, para la fuerza informativa de Teleantioquia (involucra a Consejo de Redacción y Teleantioquia Noticias, en sus tres emisiones diarias), busca brindar algunos elementos misionales, legales y estructurales que permitan crear contenidos acordes con la función pública, la misión y la visión de Teleantioquia, canal que no puede desconocer sus principios, valores y compromisos frente a su audiencia.

Teleantioquia es la elección ha sido la marca sombrilla que durante muchos años ha identificado la información del canal regional en el cubrimiento electoral. Este eslogan es el punto de partida para el presente texto, el cual cuenta con el soporte de diferentes manuales de estilo de otros canales públicos del mundo, de documentos y análisis teóricos sobre el cubrimiento de elecciones en otros países y con el soporte del Manual de Cubrimiento Electoral y Libertad de Prensa publicado en el año 2019 por la FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa) y la MOE (Misión de Observación Electoral).

1. INFORMACIÓN VERAZ Y OPORTUNA.

1.1. Plan Estratégico.

El Plan Estratégico de Teleantioquia parte de su propósito masivo transformador: “Teleantioquia transforma vidas a través de contenidos significativos y humanistas: informando, educando, entreteniendo y contribuyendo al desarrollo humano y social a través de las pantallas como espacio de interacción pública.”

Este propósito masivo transformador guía todos los contenidos del canal, de ahí que nos permite cumplir nuestra misión de ser “televisión pública regional que inspira, integra y proyecta a los antioqueños...”, por medio de unos valores que se ven reflejados en cada uno de nuestros procesos de realización y producción:

- **Integridad:** Trabajamos por la difusión responsable de la información veraz y oportuna, y por la producción de contenidos audiovisuales de calidad, con fundamento en valores que contribuyen al desarrollo de la sociedad.
- **Transparencia:** Somos eficientes, eficaces y efectivos en el desarrollo de procesos, la adecuada utilización de los recursos y una gestión abierta a la vigilancia de los órganos de control y a la comunidad.
- **Pluralismo:** actuamos con respeto frente a las diferentes formas de ser y de pensar, al construir de manera conjunta el proyecto de canal e incluir la diversidad de culturas en los contenidos de la programación.
- **Honestidad:** Actuamos siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo nuestros deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.
- **Respeto:** Reconocemos, valoramos y tratamos de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.
- **Justicia:** Actuamos con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.

1.2. Marco constitucional para periodistas (*derecho a la información- tomado del Manual de la Flip y la Moe*).

El acceso a los medios de comunicación en la época electoral en Colombia tiene normas específicas con relación a los medios de comunicación en elecciones. Estas se relacionan principalmente con garantías de acceso gratuito o pago para los partidos y movimientos políticos, las organizaciones sociales o grupos de ciudadanos(as) que hayan inscrito candidatos(as) o promotores(as) de voto en blanco a fin de realizar su propaganda electoral. Artículo 33, Ley 30 de 1994

Acceso gratuito a espacios en radio y televisión:

Dentro de los dos meses anteriores a las elecciones y hasta 48 horas antes de las mismas, los medios de comunicación que utilicen el espectro electromagnético deben garantizar espacios gratuitos para las distintas opciones electorales. Artículo 36, Ley 1475 de 2011.

Sin embargo, la prensa escrita y los medios digitales no tienen esta obligación. La forma en la que se distribuyan estos espacios en la cobertura correspondiente con la circunscripción será determinada por el Consejo Nacional Electoral, previo concepto del Ministerio de Tecnologías de la Información (MinTIC), la Autoridad Nacional de Televisión o quien haga de sus veces. Artículo 36, Ley 1475 de 2011.

Para poder acceder a este beneficio, las autoridades tienen en cuenta las siguientes reglas:

- *Cada lista, candidato(a) u opción electoral inscrita tendrá igual número de espacios en la franja.*
- *La duración de la franja varía dependiendo del tipo de elección.*
- *Debe haber garantía de otorgar espacios de mayor sintonía o audiencia.*
- *La distribución se hará por sorteo y no habrá oportunidad de repetir espacio en ninguna franja hasta que las demás campañas tengan la oportunidad de participar.*
- *No hay opción de acumular espacios.*
- *Las campañas o sus beneficiarios(as) son quienes deben cubrir con los gastos de producción.*

Propaganda política pagada.

La propaganda se define como “toda forma de publicidad realizada con el fin de obtener el voto de los ciudadanos a favor” de determinada opción electoral. Artículo 35, Ley 1475 de 2011.

Por lo tanto, los medios de comunicación que acepten propaganda política pagada deben brindar garantías de equidad a los partidos, movimientos y candidatos(as) que soliciten este servicio de conformidad con los siguientes lineamientos: Artículo 28, Ley 130 de 1994.

- *La propaganda se puede realizar durante los 60 días anteriores a las elecciones, cuando se realice en medios de comunicación.*
- *Durante los 60 días anteriores a las elecciones, los medios radiales y televisivos están en la obligación de transmitir la propaganda política con un precio comercial inferior a la mitad de los 6 meses anteriores. Artículo 28, Ley 130 de 1994.*

El medio de comunicación que done propaganda debe dar constancia de que hubo tal donación gratuita (parcial o total) a un partido, movimiento o candidato(a). Artículo 28, Ley 130 de 1994.

1.3. Restricciones legales para medios de comunicación durante periodo electoral.

Libertad de prensa:

La libertad de prensa es equivalente al termómetro de la democracia. Ante mayor libertad de prensa, mayor democracia; es por ello que el periodismo es una de las herramientas más importantes para que la ciudadanía verifique la transparencia democrática.

Sin embargo, y aunque es considerado un derecho fundamental, en el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia se entiende que el ejercicio libre de cada uno de los derechos de los colombianos está en que existan medios de comunicación y en que los periodistas puedan informar libremente. *(De ello el amparo Constitucional en sus artículos 20 y 73)*. Sin embargo, este derecho encuentra su limitante en los escenarios políticos que restringen la libertad de prensa y son todas aquellas manifestaciones que induzcan a los receptores a tomar decisiones sobre la elección por voto popular. ***(Resolución 1946 del 2021 – CNE)***.

De la garantía de la información:

Los espacios de información, especialmente aquellos concesionarios de espacios de opinión durante el periodo de campañas electorales, deberán en todo tiempo garantizar el pluralismo, la imparcialidad y el equilibrio informativo.

Lo anterior refiere a que los periodistas y presentadores de Teleantioquia, durante los espacios distintos a los mencionados (noticieros y programas de opinión) no podrán, bajo ninguna circunstancia y en ningún tiempo, presentar a los candidatos a cargos de elección popular durante la campaña o realizar ningún tipo de contenido de corte político tendiente a captar la intención de voto de los televidentes. (Ley 130 de 1994 Artículo 27).

De la propaganda y de las encuestas.

Teleantioquia no comercializará pauta publicitaria electoral en sus plataformas digitales.

Teleantioquia podrá participar o difundir encuestas y podrá realizar sondeos de opinión durante la época electoral que cumplan con las siguientes premisas:

Toda encuesta de opinión de carácter electoral, al ser publicada o difundida, tendrá que serlo en su totalidad y deberá indicar expresamente la persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó, la fuente de su financiación, el tipo y tamaño de la muestra, el tema o temas concretos a los que se refiere, las preguntas concretas que se formularon, los candidatos por quienes se indagó, el área y la fecha o período de tiempo en que se realizó y el margen de error calculado. ***(Ley 130 de 1994 Artículo 30)***.

El día de las elecciones, los medios de comunicación no podrán divulgar proyecciones con fundamento en los datos recibidos, ni difundir resultados de encuestas sobre la forma como las personas decidieron su voto o con base en las declaraciones tomadas a los electores sobre la

manera cómo piensan votar o han votado el día de las elecciones. ***(Ley 130 de 1994 Artículo 30) lo anterior, salvo datos oficiales de la Registraduría Nacional del Estado Civil.***

En consecuencia, todos los contenidos que no se comprendan dentro de lo referido no podrán tener contexto político, salvo que sean programas de formatos de opinión o noticiosos; es decir, por ejemplo, durante las transmisiones de magazines en vivo, por ejemplo, no se podrá transmitir ningún mensaje, imagen, saludos, etc., de contexto político. ***(Ley 130 de 1994 Artículo 30).***

Restricciones frente a la cantidad de cuñas a contratar.

Las campañas electorales y los partidos y movimientos políticos, los grupos significativos de ciudadanos y los movimientos sociales que inscriban candidatos en las elecciones de autoridades territoriales Gobernadores, Alcaldes, Diputados, Concejales y Ediles o Miembros de las Juntas Administradoras Locales, que se efectuarán el 29 de octubre de 2023, podrán contratar propaganda electoral con los concesionarios de los canales de televisión nacional únicamente dentro de los sesenta (60) días anteriores a la fecha de la respectiva votación. ***(Resolución Nro. 0332 del 12 de enero de 2023 – CNE)***

Número máximo de cuñas en televisión:

El número máximo de cuñas en televisión que puede emitir cada campaña en las elecciones que se lleven a cabo durante el año 2023, serán de la siguiente manera:

Para la campaña de candidato a Alcalde Municipal o Distrital, Concejales y Juntas Administradoras Locales:

Cada candidato a alcalde municipal o distrital o cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local correspondientes a los municipios o distritos de sexta, quinta y cuarta categoría*, pueden contratar y difundir hasta una (1) cuña televisiva diaria, de hasta quince (15) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital, así como cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local; correspondientes a los municipios o distritos de tercera y segunda categoría*; podrá contratar y difundir hasta dos (2) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinte (20) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital, así como cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local; correspondientes a los municipios o distritos de primera categoría*; podrá contratar y difundir hasta cinco (5) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinticinco (25) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital, así como cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local; correspondientes a los municipios o distritos de categoría especial*; podrá contratar y difundir hasta seis (6) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital o cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel distrital o local; correspondientes al Distrito Capital; podrá contratar y difundir hasta siete (7) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Para la campaña de candidato a elecciones de gobernadores y diputados:

Cada candidato a gobernador, así como, cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de cuarta categoría*; puede contratar y difundir hasta cinco (5) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinte (20) segundos.

Cada candidato a gobernador, así como, cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de segunda y tercera categoría*; podrá contratar y difundir hasta siete (7) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinte (20) segundos.

Cada candidato a gobernador, así como, cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de primera categoría*; podrá contratar y difundir hasta nueve (9) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Cada candidato a gobernador o cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de categoría especial*; podrá contratar y difundir hasta diez (10) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Nota: Las cuñas televisivas diarias referidas anteriormente, podrán ser contratadas en uno o varios canales, sin exceder el total del número determinado. En ningún caso, las no emitidas se acumularán para otro día.

La propaganda electoral en televisión solo podrá efectuarse por los partidos políticos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos; así como, por los candidatos y sus gerentes de campaña. Propaganda que, en ningún caso podrá ser contratada por personas distintas a las enunciadas.

Las personas que apoyen candidatos y pretendan hacer en su favor propaganda electoral, deberán coordinar con las campañas a efectos de respetar los límites a las cantidades consagradas en la Resolución Nro. 0332 del 12 de enero de 2023 – CNE; así como, las disposiciones que al respecto establezcan las diferentes administraciones municipales y para incluir el valor de la misma como donación en los ingresos y gastos de las campañas

Parágrafo. *En la propaganda electoral sólo podrán utilizarse los símbolos, emblemas o logotipos previamente registrados ante el Consejo Nacional Electoral por los partidos, movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos, coaliciones o comités de promotores, los cuales no podrán incluir o reproducir los símbolos patrios, los de otros partidos o movimientos políticos, ni ser iguales o generar confusión con otros previamente registrados. (Resolución 1946 del 2021 – CNE).*

Los Espacios gratuitos en radio y televisión.

Dentro de los dos meses anteriores a la fecha de toda votación y **hasta cuarenta y ocho (48) horas** antes de la misma, los partidos y movimientos políticos, las organizaciones sociales y los grupos significativos de ciudadanos, que hayan inscrito candidatos y los promotores del voto en blanco, tendrán derecho a espacios gratuitos en los medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético. **(Ley 1475 de 2011).**

Referente a los principios de veracidad e imparcialidad de la información.

Debe precisarse que, en cuanto a la veracidad de la información, se hace referencia a hechos o a enunciados de carácter real que pueden ser verificados, por lo que no cubre las simples opiniones.

Igualmente es inexacta, y en consecuencia en contra del principio de veracidad, la información que en realidad corresponde a un juicio de valor u opinión y se presenta como un hecho cierto y definitivo. Por eso los medios de comunicación, acatando su responsabilidad social, deben distinguir entre una opinión y un hecho cierto y específico.

La veracidad de la información que sea suministrada por los periodistas y presentadores de Teleantioquia no sólo comprende el hecho de que sea comprobable, sino también con el hecho de que no sea equívoca, es decir, que no se sustente en rumores, invenciones o malas intenciones o que induzca a error o confusión al receptor.

Finalmente, el principio de veracidad requiere que la noticia o titular, pese a ser literalmente cierto, sea presentado de manera tal que no tenga vocación de inducir al lector a conclusiones falsas o erróneas o premeditadas.

En cuanto al principio de imparcialidad de la información.

Hace referencia y exige a los periodistas y presentadores establecer cierta distancia entre la crítica personal de los hechos relatados y las fuentes y lo que se quiere emitir como noticia objetiva.

En esa medida, “cuando un periodista desea emitir una información debe contrastarla con diferentes fuentes y confirmarla, si es el caso, con expertos en la materia, y evitar que lo recolectado y confirmado se “contamine” con sus prejuicios y valoraciones personales o del medio donde trabaja” (Sentencia T-040/13).

En conclusión, “la libertad de información es un derecho fundamental de “doble vía”, pues garantiza tanto el derecho a informar como el derecho a recibir información veraz e imparcial. Comprende la libertad de buscar, transmitir, acceder y recibir información veraz e imparcial sobre hechos, ideas y opiniones de toda índole a través de cualquier medio de expresión”. (Sentencia T-145/19 – Veracidad e Imparcialidad).

2. REGLAS GENERALES PARA LOS PERIODISTAS (Tomado del Manual de Estilo de RTVE y del Diario El País)

2.1. Opinión vs Información

“La nítida separación entre información y opinión no es solo una exigencia ética clave en periodismo, sino también una garantía para el lector, que solo así puede distinguir entre hechos contrastados y apreciaciones subjetivas.” Carlos Yárnoz – El muro entre información y opinión se erosiona. Diario El País, España, mayo 22 de 2021.

La información se basa en fuentes citables y comprobables, su redacción debe ser directa y debe contener todos los elementos que complementan la noticia: datos, antecedentes, consecuencias. *“Cuando un hecho no haya sido verificado suficientemente, el redactor evitará en las noticias expresiones como ‘al parecer’, ‘podría’, ‘no se descarta’ o similares. Estas fórmulas sólo sirven para añadir hechos no contrastados o rumores.” Manual de Estilo Diario El País de España.*

“Las fuentes. Las informaciones de que dispone un periodista sólo pueden ser obtenidas por dos vías: su presencia en el lugar de los hechos o la narración por una tercera persona. El lector tiene derecho a conocer cuál de las dos posibilidades se corresponde con la noticia que está leyendo. Para ello, se citará siempre una fuente cuando el periodista no haya estado presente en la acción que transmite. Si la información procede de una sola persona, se hablará de ‘fuente’ en singular. La atribución de la noticia a una fuente o fuentes no exime al periodista de la responsabilidad de haberla escrito.” Manual de Estilo Diario El País de España.

La opinión, por su parte, está basada en la apreciación subjetiva que el invitado o analista realiza sobre unos hechos comprobables. En este caso se sugiere que la persona que está dando su opinión sea marcada con *“el cargo, título, militancia política (en su caso) u ocupación principal, o la que esté o estuvo relacionada con el tema abordado.” Manual de Estilo Diario El País de España.*

Los periodistas y presentadores de Teleantioquia no podrán realizar una valoración de la información ni de los testimonios de entrevistados o analistas. Teleantioquia no realiza editoriales con sus periodistas o presentadores, para ello se deberá contar con la participación de personajes externos al Canal, cuya trayectoria y experiencia los avale para dar opiniones personales frente a diferentes hechos o personajes.

2.2. Verificación de información

Los periodistas de Teleantioquia acudirán a sus propias fuentes y solo se identificarán claramente cuando la credibilidad de la información lo requiera, o cuando se trate de asuntos controvertidos y con implicaciones legales.

Se podrán usar videos o imágenes editadas externas al canal, siempre y cuando se dé el crédito del origen del video. No se podrán usar imágenes o videos que vengan directamente con marcas de las campañas políticas de los candidatos, en donde se evidencien concentraciones públicas o actividades del candidato con la comunidad.

Para publicar videos de *WhatsApp* con contenido electoral o de candidatos, se deberá corroborar la fuente y el origen del mismo antes de su publicación.

Por recomendación de la Misión de Observación Electoral, se debe tener como fuente de información principal “Cuentas Claras”, *“la herramienta del Consejo Nacional Electoral, en la que los partidos y movimientos políticos reportan información de ingresos y gastos de campaña, así como sus informes anuales de patrimonio, ingresos y gastos. Esta herramienta es de acceso público para la ciudadanía y puede brindar información útil sobre la financiación y los gastos de las campañas, a fin de identificar posibles irregularidades o conflictos de interés de los(as) candidatos(as). Se puede consultar en la página: www.cnecontasclaras.gov.co”* Manual de Cubrimiento Electoral y Libertad de Prensa publicado en el año 2019 por la FLIP.

Igualmente, las fuentes de consulta oficial para las elecciones de 2023 se encuentran en: <https://www.cne.gov.co/elecciones> y <https://www.registraduria.gov.co/>

2.3. Neutralidad y equilibrio

Es responsabilidad de los periodistas de Teleantioquia mantener el equilibrio y la neutralidad política en todas las informaciones que sobre el proceso electoral se realicen en el canal.

Igualmente, se debe tener presente el derecho a la oposición que consagra la Constitución Política de Colombia, artículos 40 y 112, *“que garantizan a los partidos y movimientos políticos declarados en oposición ejercer libremente su crítica frente al ejercicio y control del poder público. El Estatuto de Oposición (Ley 1909 de 2018: por medio de la cual se adoptan el Estatuto de la Oposición Política y algunos derechos a las organizaciones políticas independientes), surgió para reconocer derechos y garantías de los grupos y movimientos declarados en oposición. Dada la urgencia de garantizar su reconocimiento y participación política en los procesos electorales, a partir de la posesión de alcaldes/as, concejales(as), diputados(as), gobernadores(as), los grupos en corporaciones públicas que se declaren en oposición tienen derecho a acceder a los medios de comunicación. No obstante, para que los grupos de oposición puedan acceder a las garantías brindadas por la ley, se debe realizar una declaración de oposición dentro del mes siguiente al inicio del Gobierno (Artículo 6, Ley 1909 de 2018) ante el Consejo Nacional Electoral.”*

2.4. Responsabilidad social

“La existencia de los canales de televisión pública, en cuanto a noticiabilidad, responde a la responsabilidad institucional de los entes estatales de brindar información imparcial a la sociedad. Estos medios deben responder a criterios de imparcialidad, interés público y demanda ciudadana. Aspectos que suelen estar en entredicho desde la perspectiva de los receptores, que en la actualidad buscan fuentes alternativas de información.” Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica Rebeca Illiana Arévalo Martínez; Mercedes Cancelo Sanmartín. Estudios sobre el Mensaje Periodístico <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62201>

En Teleantioquia, como canal público, prevalecen los derechos de los ciudadanos sobre los particulares. De ahí que frente a cualquier información de carácter electoral se deberá analizar a qué intereses representa y así determinar la pertinencia informativa. Para ello se tendrá en cuenta:

- Comunicados y notas de prensa de partidos o candidatos: Teleantioquia reproducirá en sus informativos o de opinión comunicados que sean emitidos desde las campañas políticas, siempre y cuando la información sea relevante. En cualquier caso, el periodista deberá buscar la fuente directa de dicha información y confirmarla.
- Teleantioquia evitará en lo posible reproducir acusaciones y descalificativos entre los diversos candidatos. Estos solo constituirán noticia cuando el acusador presente pruebas de sus afirmaciones.
- Ruedas de prensa de candidatos: Teleantioquia participará en las ruedas de prensa de los candidatos y analizará la pertinencia de la noticia. En ningún caso podrá emitirse totalmente la rueda de prensa. Solo se usarán fragmentos de ella para la generación de las noticias.
- Transmisiones en vivo de candidatos: Solo se realizarán enlaces en vivo generadas por las campañas políticas de los candidatos ganadores a las alcaldías de los municipios y la Gobernación de Antioquia.

Con estas medidas se busca contrarrestar la información de los partidos, con el fin de no sesgar a la opinión pública a través de una sola fuente de información.

Parte sustancial de la responsabilidad social del canal en el cubrimiento electoral, será la pedagogía. Para ello, en el siguiente capítulo se presentarán las actividades y contenidos que se generarán para cumplir con tal finalidad.

3. COBERTURA ELECTORAL

La cobertura electoral está determinada por tres fases:

- Campañas políticas: Esta etapa debe estar sujeta a los lineamientos de ley y el canal deberá tener en cuenta los tiempos emitidos por cada candidato o partido.
- Día de elecciones: Cubrimiento noticiosos sobre el desarrollo de la jornada electoral y sus resultados.
- Campaña pedagógica: Contenido transversal durante la época preelectoral. Este contenido está relacionado con los deberes de los ciudadanos, construcción de democracia, mecanismos de votación, riesgos electorales.

3.1. Pedagogía electoral.

3.1.1. Mensajes promocionales

- Voto consciente e informado. Cómo preparar al ciudadano para que tome una decisión con argumentos antes de llegar a las urnas.
- El día de la votación: Qué encontrará el ciudadano el día de las elecciones: tipo de tarjetones, manejo de los tarjetones, errores que se pueden evitar para invalidar el voto.

3.1.2. Información en redes sociales

Campaña de educación al elector a través de la lectura de las redes sociales individuales, con el fin de que los electores aprendan dos conceptos básicos:

- Corroborar contenidos: Cómo identifica que un contenido es “*fake news*” antes de replicarlo por las redes.
- Ampliación del espectro de contenidos: El algoritmo de las redes sociales hace que los usuarios reciban contenidos similares a los que se consumen. La pedagogía en este tema consiste en indicarles a los usuarios cómo funciona el algoritmo (de una manera didáctica) con el fin de que comprendan que la ampliación del espectro informativo les permite tener mayores herramientas de información para una votación consciente y responsable.

3.1.3. Información al votante

La información al votante se incluirá en diferentes programas. Desde la primera semana de octubre, se incluirá en los diferentes espacios del Sistema Informativo una sección en dónde se les indique a los votantes cómo buscar su lugar de votación, dónde puede realizar denuncias sobre delitos electorales, cómo saber si es jurado de votación y la función que cumplen en la jornada electoral. Asimismo, los requisitos para ingresar a los puestos de votación, quiénes pueden recibir ayuda en los cubículos de votación, entre otros temas logísticos.

3.1.4. Información pedagógica en el noticiero

Contenido informativo e histórico sobre los logros que se han obtenido gracias al ejercicio del sufragio (ej: primer alcalde y gobernador elegido por voto popular y lo que significó para el país y la democracia)

3.2. Cubrimiento campaña electoral

3.2.1. Alcaldía de Medellín y municipios del área metropolitana

El sistema informativo, realizará un programa semanal pregrabado, para visibilizar a los candidatos inscritos por parte de los 9 municipios del Área Metropolitana, salvo Medellín como Distrito Especial. Este programa comenzará a emitirse desde la última semana de septiembre hasta la tercera semana de octubre. (El formato del programa será expositivo y se invitará a los 4 candidatos más opcionados de cada municipio).

3.2.1.1. Metodología, espacios y duración de intervenciones

Los candidatos a la Alcaldía de Medellín serán invitados a Consejo de Redacción solamente desde la inscripción del movimiento ciudadano que los avala, tendrán todos

el mismo tiempo (20 mins) en este espacio, y serán agendados como mínimo una vez, a solicitud del movimiento o del precandidato, y de acuerdo con la disponibilidad del programa. Estas participaciones se realizarán luego de la inscripción de los movimientos y hasta el momento previo a las elecciones estipulado por la ley.

3.2.2. Alcaldías municipios del resto del departamento

Los candidatos a las alcaldías de los demás municipios del Departamento tendrán presencia a partir del *6 de agosto de 2023* cuando se publique oficialmente el listado de inscritos por parte de la Registraduría.

3.2.2.1. Metodología, espacio y duración de intervenciones

Desde el 6 de agosto y hasta el momento previo a las elecciones estipulado por la Ley, éstos tendrán espacio en Consejo de Redacción y en el Sistema Informativo, cada uno con un tiempo máximo de 1 minuto.

3.2.3. Concejos municipales del departamento

A partir del 6 de agosto de 2023, en las diferentes emisiones de Teleantioquia Noticias se publicarán cápsulas sobre las propuestas de candidatos a concejos municipales de las subregiones del Departamento. Para ello, cada partido o movimiento ciudadano deberá seleccionar diez de sus aspirantes inscritos oficialmente. A cada uno se le permitirá la aparición durante 1 minuto, para emisión en primera pantalla. Los candidatos serán grabados de manera individual en las instalaciones del canal, según el orden en el que se hayan inscrito. No podrán exhibir símbolos patrios ni usar material distintivo del partido, movimiento político o grupo significativo de ciudadanos por el cual se inscriben. La publicación de las cápsulas se hará también de acuerdo con el orden de grabación.

3.2.4. Gobernación de Antioquia y Asamblea Departamental

3.2.4.1. Metodología, espacios y duración de intervenciones.

Los precandidatos a la Gobernación de Antioquia serán invitados a Consejo de Redacción solamente si hacen anuncios públicos y lanzan sus candidaturas antes del 29 de junio. Los eventos o lanzamientos previos a las inscripciones oficiales los cubrirá el Sistema Informativo en sus diferentes emisiones, según disponibilidad. Una vez hayan inscrito su candidatura, serán nuevamente invitados al programa bajo las mismas condiciones.

En cuanto a los candidatos a la Asamblea Departamental se realizarán cápsulas en las cuales se permitirá a candidato la aparición durante 1 minuto, para emisión en primera pantalla, a partir del 1 de septiembre, dentro del Sistema Informativo. Los candidatos serán grabados de manera individual en las instalaciones del canal, según el orden en el que se hayan inscrito. No podrán exhibir símbolos patrios ni usar material distintivo del

partido, movimiento político o grupo significativo de ciudadanos por el cual se inscriben. La publicación de las cápsulas se hará también de acuerdo con el orden de grabación. A Consejo de Redacción pueden ser invitados diputados en ejercicio, que al mismo tiempo sean candidatos, pero no para hablar de sus candidaturas, sino como fuente de información frente a temas de interés departamental.

3.3. Debates o foros

3.3.1. Teleantioquia realizará un debate o foro para la Alcaldía de Medellín y dos foros o debates para la Gobernación de Antioquia.

Teleantioquia se reserva como medio de comunicación autónomo, la posibilidad de programación y realización de foros, debates conversatorios, debates electorales y cualquier formato procedente conforme la normativa que regula la materia, para la Gobernación de Antioquia, Alcaldía del Distrito de Medellín o cualquier otro cargo de elección popular que el canal considere pertinente.

Debates Electorales: Serán realizados 3 debates en el segundo semestre de 2023, dos de ellos con candidatos a la Gobernación de Antioquia y uno con candidatos a la Alcaldía de Medellín. Teleantioquia se reserva el derecho a invitar a 5 integrantes que lideren los resultados de tres encuestas realizadas por medios debidamente autorizados por las autoridades respectivas para esos efectos.

Lo anterior, sin perjuicio de la posibilidad de invitar un número mayor de integrantes o programar un número mayor de debates según las valoraciones respectivas, y en caso de así considerarlo.

3.3.1.2. Metodología

Se seleccionarán los candidatos (hasta 5) que tengan la mayor intención de voto, promediando tres encuestas realizadas por firmas encuestadoras avaladas por la CNC. Para ello, se tendrán en cuenta las encuestas publicadas hasta dos semanas antes de la realización del Debate o Foro.

Para el desarrollo de cada debate, Teleantioquia realizará reuniones previas con las campañas de los candidatos para informar la metodología y logística de dichos debates.

Teleantioquia podrá realizar debates de manera individual o en cooperación con otros medios de comunicación públicos o privados, de prensa escrita, radial, televisiva o multiplataforma.

3.3.1.3 Debates de otros medios en los que podrá participar Teleantioquia.

Teleantioquia en ejercicio de su autonomía, se reserva el derecho de realizar alianzas con medios locales, nacionales e internacionales para emisión, producción, promoción de

foros, debates conversatorios, debates electorales y cualquier formato procedente conforme la normativa que regula la materia.

1.1. Cubrimiento día de elecciones.

La jornada del domingo 29 de octubre se divide en dos partes:

7:30 am – 16:00: Cubrimiento y registro de cómo transcurre la jornada electoral en el departamento. Se dará ingreso a los diferentes corresponsales (o canales comunitarios) para hacer seguimiento de la jornada en los diferentes municipios. Igualmente, se consultarán como fuentes oficiales de esta primera parte a la Gobernación de Antioquia, la Alcaldía de Medellín, la Registraduría y la MOE. En redes sociales se resaltará la jornada como “La fiesta de la democracia”.

Condiciones de acuerdo con la MOE para el cubrimiento el día de elecciones: Manual de Cubrimiento Electoral y Libertad de Prensa publicado en el año 2019 por la FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa) y la MOE (Misión de Observación Electoral).

“En Colombia, los(as) periodistas no requieren un carné de prensa para ejercer su oficio. Para cualquier efecto, la identificación con la cédula de ciudadanía y la indicación de que se va a realizar un cubrimiento periodístico será suficiente. Las entidades encargadas del proceso electoral pueden establecer protocolos para organizar el ingreso de los medios a diferentes espacios, como los puestos de votación. La normatividad establece que, para ingresar a los puestos de votación, los(as) periodistas deben acreditarse previamente ante la Policía. Sin embargo, estos procedimientos no pueden convertirse en un impedimento para el acceso a la información pública que ahí se produce. En todo caso, portar credenciales de prensa es una buena práctica recomendada desde la FLIP. Adicionalmente, se recomienda a los(as) periodistas interesados(as) en profundizar en asuntos electorales que revisen el Sistema Integral de Capacitación Electoral –SICE–12 y, al mismo tiempo, conocer la persona designada como delegada del Consejo Nacional Electoral en su territorio. De acuerdo con el artículo 32 del Decreto 2241 de 1986, habrá dos Delegados(as) del/la Registrador(a) Nacional en cada circunscripción, quienes deberán, como parte de sus funciones, vigilar las elecciones y publicar los resultados parciales o totales que suministre el/la Registrador(a) Nacional.

“Lista de chequeo para antes de los comicios: Preparar documentos de identificación personal, como cédula de ciudadanía y acreditación del medio. Para coordinar su ingreso a los puestos de votación, debe acreditarse ante la Policía Nacional con su carné de periodista o medio al cual pertenece. Ver: <https://www.registraduria.gov.co/-Sistema-Integral-de-Capacitacion-.html>. Para conocer las demás funciones que les corresponden a los(as) delegados(as), ver artículo 33 del Decreto 2241 de 1986.

“Cubrimiento electoral y libertad de prensa:

- *Tener a la mano una lista de contactos de los(as) Delegados(as) Departamentales de la Registraduría Nacional, que se encuentran en las capitales del país, así como de las autoridades locales.*
- *Chequear previamente si los puestos de votación cuentan con Observadores(as) Electorales de la Misión de Observación Electoral (MOE), quienes estarán registrando los distintos hechos que afecten el desarrollo de las elecciones, incluyendo las restricciones al cubrimiento periodístico. En estos casos, ellos(as) tomarán nota del lugar de la ocurrencia, fecha y hora. En caso de que no haya un/a observador/a electoral designado(a) en el puesto de votación, se puede acudir a los(as) Coordinadores(as) Regionales de la MOE.*

“En los comicios: Los(as) periodistas tienen derecho a estar en los puestos de votación, a utilizar teléfonos celulares, cámaras fotográficas y de video siempre que no interfieran con el secreto del voto ni obstaculicen la labor de los(as) jurados. Las obstrucciones para cubrir lo que sucede en el puesto de votación pueden constituir delitos y faltas disciplinarias. En estos casos, procure grabar el acto o registrar los datos (nombre, número de identificación o placa) del funcionario(a) público(a) que incurra en este, para presentar su queja ante las autoridades. Ni agentes de la Fuerza Pública ni funcionarios(as) de las delegaciones de la Registraduría Nacional pueden prohibir el ingreso de la prensa a los puestos de votación.

“Los(as) comunicadores(as) podrán permanecer dentro de los puestos con cámaras fotográficas o de video con el fin de registrar todo lo que sucede durante el desarrollo de los comicios. Sin embargo, los(as) periodistas deben tener en cuenta que la reportería periodística no debe interferir con el carácter secreto del voto ni con la labor de jurados y observadores(as).

“Está prohibido que las autoridades o particulares decomisen, borren, inspeccionen o dañen cualquier material periodístico. Hacerlo puede acarrear consecuencias penales y disciplinarias contra quien lo realice. Las autoridades no están autorizadas para indagar a los(as) comunicadores(as) sobre su labor. Los(as) periodistas tampoco tienen que justificar el trabajo que hacen a los(as) funcionarios(as) públicos(as). Su labor se basa en el derecho fundamental a informar (Artículo 258, Constitución Política).

“Cubrimiento electoral y libertad de prensa: informado(a) y en la protección especial que existe para la labor periodística, los aspectos consagrados en los artículos 20 y 73 de la Constitución. La Registraduría puede determinar el momento en el que entrega la información, pero en ningún caso negarla. Los protocolos no pueden convertirse en trabas administrativas que terminen impidiendo el acceso a la información. No existe ninguna ley que establezca reservas de información relacionada con la jornada

electoral. Además, es inconstitucional negar información pública argumentando que así está previsto en decretos, resoluciones, circulares o directivas. Solo la Constitución y la Ley pueden disponer reservas a la información.

“Recomendaciones para la jornada: Portar identificación personal y acreditación del medio. Usar camisetas, gorras o adhesivos que lo(a) identifiquen como periodista. Absténgase de usar logos o imágenes que hagan alusión a un/a candidato(a) o partido político. Llevar memorias y baterías adicionales para no perder información en caso de que ocurra un decomiso irregular o pérdida del material o equipo. Haga descargas de material en equipos confiables y realice copias de seguridad a la información que considere sensible. Ninguna autoridad, particular o funcionario(a) está facultado(a) para retirar de los centros de votación a un/a periodista que simplemente desarrolla su labor.”

La segunda parte del cubrimiento del día de elecciones comienza a las 16:00 horas cuando cierran las urnas y comienza el proceso de conteo. Para este proceso, la Registraduría asigna unas claves por medio de comunicación, las cuales cada medio accede para obtener los datos oficiales y así realizar la graficación correspondiente, la cual contribuye al análisis, e información veraz de los datos.

Los gráficos que se trabajarán en esta segunda etapa serán los siguientes:

- Banner fijo con la información de la Gobernación de Antioquia y Alcaldía de Medellín, con actualización en vivo de acuerdo con los boletines de la Registraduría.
- Full pantalla con la información de los candidatos a la Gobernación y a las Alcaldías del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.
- Mapa de Antioquia por subregiones con los candidatos (partido) ganadores en cada municipio.
- Mapa de Colombia con la composición final por partidos ganadores para Gobernaciones y Alcaldías de ciudades capitales, este permite realizar análisis de gobernabilidad del gobierno nacional.
- Grafico Consejo de Medellín y Asamblea de Antioquia curules por partido.
- Grafico comparativo por partido de curules al Consejo de Medellín y a la Asamblea de Antioquia.
- Grafico comparativo elecciones 2019 vs 2023 para Alcaldía de Medellín y Gobernación de Antioquia.
- Grafico los más votados para Consejo de Medellín y Asamblea de Antioquia
- Grafico los más votados en Colombia para Alcaldías de ciudades capitales y Gobernaciones de Departamento