

# opinión

## HACE 25 AÑOS

La Comisión Revisora del manejo del plan de viviendas de la CSS dijo que todos los directivos que trabajaron entre noviembre de 1980 y febrero de 1982, fueron responsables del hecho.

## La Prensa

FUNDADO EN 1980  
Miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa

**PRESIDENTE**  
Fernando Berguido

**PRESIDENTE FUNDADOR**  
I. Roberto Eisenmann Jr.  
**DIRECTORES EMÉRITOS**  
Winston Robles  
Guillermo Sánchez Borbón

**DIRECTORA**  
Siaska Salcedo S.

**SUBDIRECTOR**  
Ricardo Lombana

**EDITORES:**  
Gionela Jordán y Cecilia Fonseca,  
(Jefas de Información), Rolando Rodríguez B.  
(Fin de Semana), Juan Luis Barista (Política),  
Jovanka Guardia (Sociales), Marianella Ferrer  
(Judiciales), Daniel Rodríguez (Nacionales),  
Liz Carrasco (Opinión), Rafael Calvo (Deportes),  
Rosina Ynzenga (Mundo) Diego Quijano  
(Negocios), Tamara del Moral (Vivir +),  
Lourdes de Ubalda (Diseño), Edwards Santos  
(Fotografía), Yasmina Reyes (Defensora del  
Lector), Luzmila de Flamarique (Corrección)

**GERENTE GENERAL ENCARGADO:**  
César A. Tribaldos Giráldez  
**GERENTES:** María E. de García de Paredes  
(Finanzas), Irma de Roal (Comercialización),  
Juan Carlos Planells (Operaciones),  
Julio Moltó (Nuevos Medios)

La opinión de **La Prensa** se expresa únicamente  
en el **HoyHoy**. Los artículos de opinión así  
como las caricaturas son responsabilidad  
exclusiva de sus autores.

**REDACCIÓN:** 221-7515 - **PUBLICIDAD:** 323-7400  
**ADMINISTRACIÓN:** 221-7537 - **SUSCRIPCIONES:**  
222-9030 - **SUPLEMENTOS:** 323-7264

[OPINIÓN DE RAC]



## PREVENCIÓN DEL DELITO.

# La realidad de la criminalidad en Panamá

Severino Mejía

No podemos tajar el sol con la mano y dejar de reconocer que nuestro país ha experimentado un cambio drástico en el estado de confianza ciudadana, a partir de 1990. En Panamá se marca una diferencia en la forma y fondo de las actividades delictivas.

Aún cuando el tema de la seguridad ciudadana es uno de los principales problemas sociales de casi todos los países de América Latina, en Panamá este fenómeno no era tan visible como se percibe hoy. El delito existía pero no con las connotaciones que vemos ahora en nuestro entorno.

El panameño común se siente inseguro. Está muy preocupado por los incrementos de la tasa de criminalidad, en particular, por los delitos violentos. Esto se hace más evidente en aquellos mayores de 40 años que pueden establecer una diferencia entre un antes y un después. Lo cierto es que el problema es complejo y combina varios elementos: la realidad (la propia criminalidad, es decir, los delitos que se cometen todos los

días; las legislaciones penales y el funcionamiento de los diversos componentes del sistema penitenciario) y la percepción (la opinión del ciudadano sobre la delincuencia y la intervención de las autoridades responsables del cumplimiento de la ley).

El ciudadano quiere una mayor represión del crimen, de ello se derivan las políticas y expresiones conocidas de “mano dura, superdura, blanda y amiga”, que no dan solución puesto que se trata de un problema que no es únicamente de carácter policial.

Los llamados “delitos en la calle” que se comenzaron a observar de forma continua en la década de 1990, motivaron a que el señor presidente de la República, Martín Torrijos Espino, desde 2003 (era candidato en ese entonces), diseñara, junto a un equipo de colaboradores especializados en el tema, un nuevo enfoque estratégico para obtener soluciones satisfactorias al problema de la criminalidad y de la inseguridad ciudadana.

Este enfoque buscaba romper los modelos clásicos de represión a la delincuencia y reforzar los diagnósticos previos sobre la situación, la

formulación conjunta de cierto número de acciones y la evaluación de sus resultados, en un curso de acción propia de otras regiones en América Latina. La máxima expresión de ese esfuerzo era integrar los componentes comprometidos en esta lucha para que no se viera únicamente como un problema de carácter policial, dejando por fuera otras variables importantes para los resultados que se esperaban lograr.

Esto dio lugar a la “Estrategia de Seguridad Integral” como un modelo que ha demostrado una utilidad para enfrentar la problemática. La lucha no solo se debe enfocar en la persecución del crimen *per se*, sino también en la prevención del mismo, mediante políticas científicas que evitasen que los jóvenes más vulnerables, provenientes de hogares desintegrados, se constituyesen en una estadística más en la ola de menores delincuentes. De esto nace el Programa de Seguridad Integral (Prosi).

Hemos destacado que la República de Panamá, a diferencia de otros países de la región, experimentó cambios profundos en la comisión de delitos, que nos encontró con escasas experiencias, pese a las im-

portantes reformas tanto en la Fuerza Pública como con nuevas legislaciones, etc. A pesar de estos esfuerzos no hemos llegado a una síntesis sobre lo realizado o lo propuesto; a pesar de que la Estrategia de Seguridad Integral diseñada es la correcta, nos falta un poco de tiempo para comenzar a ver los resultados.

La Estrategia de Seguridad Integral, como modelo apropiado para enfrentar el crimen, no es una varita mágica que resolverá el problema de forma inmediata. Lo repito, el problema es complejísimo; no basta desplegar policías en todo el país. Esto detiene pero no neutraliza de forma sostenida el accionar criminal. Sin embargo, es una política pública en materia de seguridad que nos indica un rumbo definido sin caer en improvisaciones.

La realidad de la criminalidad —para cuya solución se imponen acciones diferenciadas, aunque congruentes entre sí— se magnifica todos los días a través de los medios de comunicación social que, en su derecho de informar a la ciudadanía, contribuyen a mantener vigente este problema. Solo basta observar la programación noticiosa

matutina para percatarnos de que, casi de forma simultánea, se resaltan eventos que tienen que ver con actividades criminales, accidentes de tránsito, muertes, etc. como si el país gravitara únicamente alrededor de estos hechos que en definitiva no son gratificantes. Para ojos extraños, Panamá es un caos, un país en el que no se puede vivir.

Una cosa es cierta y es el compromiso ineludible del Gobierno para enfrentar la delincuencia con planes bien estructurados y adecuados a las nuevas modalidades de la criminalidad. De igual forma, se puede tener una Policía eficiente y una instancia de justicia que juzga de forma expedita, pero esto no basta si no se dispone de una política de rehabilitación que ayude a recuperar a aquellas personas que han atentado contra la sociedad.

Ese eslabón perdido requiere el concurso de todos, porque de nada sirve que el Estado resocialice a un reo, si cuando queda libre la sociedad no le da la oportunidad de reintegrarse y lo obliga a reincidir en la comisión de delitos.

El autor es viceministro de Gobierno y Justicia

## CAMPAÑAS.

# Órgano Judicial, ¿publicidad o probidad?

Sergio Díaz

Nos vuelven a sorprender los políticos panameños tratando de limpiar su imagen con otra campaña publicitaria. Y el turno es ahora de los que aparentemente más lo necesitan, pues casi la mitad de los panameños considera que la Corte Suprema de Justicia es absolutamente corrupta, según la encuesta de Dichter & Neira publicada en septiembre pasado. Para completar el panorama de la vergüenza nacional, esa misma encuesta revela que 65.4% de los panameños califica ese órgano del Estado con niveles de corrupción de 4 y 5 puntos en una escala de 1 a 5.

Pero la sorpresa es extrema cuando nos dicen los interesados que la solución es una campaña de publicidad, como si el problema lo

tuviéramos nosotros los ciudadanos, y no ellos. Somos entonces los panameños los que no hemos entendido su desinteresado servicio a la patria y su loable integridad. Somos los panameños los que debemos informarnos bien de la eficaz ejecutoria de la Corte. Somos nosotros los equivocados y, por eso, la solución es sacarnos del error con una campaña publicitaria que nosotros mismos pagamos. ¡Qué desatino!

En la página web del Órgano Judicial dice el presidente encargado de la Corte, José A. Troyano, que “la percepción ciudadana sobre la administración de justicia es inexacta... y que la campaña tiene como finalidad informar a la ciudadanía sobre la delicada labor de administrar justicia”. Sin duda la labor es delicada. Pero hablar de “percepción inexacta” es un

eufemismo que raya en el ridículo. ¿Creerá realmente el señor magistrado que la percepción ciudadana es inexacta por culpa de los mismos ciudadanos? ¿Creerá realmente que los señores magistrados no nos han dado motivos suficientes para tener esa percepción? Una Corte Suprema de Justicia no puede ser mejor que los magistrados que la integran.

La comunicación debe ser una herramienta para que el servidor público cumpla mejor su tarea. Por eso no negamos la conveniencia de utilizarla para mejorar la eficiencia de su trabajo y para instruir a los ciudadanos. También la transparencia supone una dosis de información gubernamental, y todos estos usos de la publicidad son realmente legítimos. Dice textualmente la web del Órgano Judicial: “Entre los temas de la campaña

están los logros alcanzados: la Actualización del sitio de internet..., la inauguración de nuevas dependencias judiciales... y la presentación del proyecto de ley de la justicia sin papel; entre otros”.

Lamentablemente todo eso suena a propaganda, a maquillaje para rescatar su desmejorada imagen, cuando lo que necesitamos es atacar a fondo el verdadero problema. Adicionalmente, este uso de la publicidad por parte de la Corte es claramente cuestionable, pues fondos públicos se estarían usando para salvar su golpeada reputación y no para beneficio directo de los panameños que exigen más bien adecentar su sistema judicial.

La empresa Genios Publicidad —seleccionada para el trabajo— tiene por delante una misión casi imposible: una buena campaña publicitaria para un mal producto.

Y en este caso es tan malo el producto que las posibilidades de fracaso son altas en extremo.

Las campañas publicitarias de nuestros gobernantes nos han otorgado un sano escepticismo: de entrada dudamos de sus mensajes si estos no se encuentran avalados con los hechos. Y la decisión de mayor relevancia de esta campaña publicitaria la tiene en sus manos en este momento no la empresa publicitaria, sino el señor Presidente de la República, designando como magistrados a dos profesionales independientes, panameños acreditados por su trayectoria de competencia profesional y sobre todo por su integridad moral.

Probidad, más que publicidad, es lo que necesitamos.

El autor es administrador de empresas