

Noticias confiscadas

Cómo la Censura y Autocensura en Venezuela impiden que el público conozca lo que tiene derecho a saber

I. PRESENTACIÓN

Toda iniciativa tiene una idea por germen. En el caso del presente proyecto, se trató de la discusión en la que desde hace algunos años permanecían enfrascados —y que esta batería de estudios pretende saldar— los miembros del Consejo Regional Latinoamericano del Instituto Prensa y Sociedad (Ipys) que, en cada una de sus reuniones anuales, fallaba en encontrar una manera confiable para registrar el fenómeno de la autocensura en América Latina.

La discusión para nada era ni es bizantina. En todos los países de la región se venía observando un auge de mecanismos de presión y control casi pudorosos cuyos efectos, sin embargo, resultaban tan perniciosos o más que los de la censura clásica. Con la administración de sanciones tributarias, nuevas leyes y reforma de códigos, intimidaciones a cargo de grupos de civiles más o menos anónimos, distribución discriminatoria de la publicidad oficial, entre otras invenciones posmodernas, la Venezuela del proceso bolivariano parecía marchar a la cabeza en esa tendencia. De hecho, en cinco años de labor, menos de 10% de los incidentes de libertad de prensa apuntados por el monitoreo de Ipys Venezuela corresponde a métodos tradicionales de coerción y retención del flujo informativo: cierres de medios, confiscaciones, requisición de materiales, despidos bajo presión, prisión de periodistas.

La mayoría de las organizaciones periodísticas y de libertad de expresión, y no sólo Ipys, coincidían, a partir de su intuición de investigadores y de la experiencia acumulada acerca de los cercenamientos de las libertades, en que las me-

El Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela (Ipys Venezuela) presentó, recientemente, dos estudios cualitativos, respectivamente, sobre el estado de la censura y la autocensura de los medios de comunicación en Venezuela, así como las condiciones de auditabilidad (accountability) de su gestión; dos contribuciones para la comprensión del estado actual de la libertad de expresión y de su contraparte en el derecho social a la información, cuyos resúmenes ejecutivos ofrecemos en aras de dar contenido referencial al debate

■ Instituto Prensa y Sociedad Venezuela

didadas del nuevo cuño se traducirían en una propagación de la autocensura. El ambiente en Venezuela se hacía propicio para preferir no meterse en problemas y dejar de cubrir temas de interés público cuya naturaleza controversial o demasiado indagatoria pudiera merecer alguna de las sanciones que los nuevos instrumentos prodigan. Pero la pregunta seguía vigente: ¿cómo dar fe de ello?

La dificultad estriba en que la autocensura se cumple de manera silenciosa y casi sin dejar rastro. No es estentórea, ocurre en la intimidad de las mesas de redacción y, a diferencia de la censura, no se impone sino que cuenta de antemano con la complicidad de una de las presuntas víctimas, que con frecuencia es el perpetrador: el periodista. Difícilmente éste daría testimonio de su propia falta. Lo que, en otros términos, quería decir que el método tradicional de documentación de casos en libertad de expresión no parecía capaz de obtener resultados en este ámbito.

Fue así como Ipyz Venezuela decidió asumir el compromiso de desarrollar un estudio que optara por el método cuantitativo con la expectativa de que el secreto estadístico y la dilución de los casos individuales en tendencias generales pudieran salvar el obstáculo de la “confesión”.

Pero entonces quedó claro que así planteada, la aproximación resultaba insuficiente. Los medios, que cada día a cada hora ordenan la realidad para ser consumida y deciden cuáles hechos adquieren la calidad de acontecimientos noticiosos, son a la vez una máquina de equivocaciones –algunas travestidas de omisiones o jerarquizaciones deliberadas– y de decisiones que afectan el derecho de la ciudadanía a informarse de lo que la puede afectar. Si se identificaban las huellas de la autocensura, acaso podía resultar una constatación anecdótica de corto interés gremial: las deplorables malas praxis de un conjunto de colegas, quizá, del conjunto de colegas. Pero si se adoptaba la perspectiva del público y su derecho a informarse, la investigación cobraba otra dimensión, eso sí, más relevante. Se trataba de retratar las estaciones de presiones, intereses y prejuicios que atraviesa el hecho noticioso a través de los medios antes de llegar el público, y de las que tiene mucha suerte de librarse en una carrera desesperada como la de los salmones que remontan los ríos para, después de una implacable selección que separa a los más débiles y desafortunados de los aptos, llegar a destino: en este caso, la rápida obsolescencia periodística donde caen en el olvido, que equivale a la muerte en la gran prensa.

De este modo se decidió completar el estudio con una revisión de la incidencia de la censura, abierta o no, en medios informativos de Venezuela –periódicos y televisivos–, así como de su disposición a informar al público sobre cómo ocurren esos procesos internos de filtración para permitirle poner en perspectiva por qué se enteran de lo que enteran y no de cualquier otra cosa que probablemente también sería de su incumbencia.

El resultado de esta construcción conceptual es el que se resume a continuación como dos fases o expresiones de la investigación:

- a) Un estudio sobre censura y autocensura en medios impresos diarios y televisivos de ocho ciudades de Venezuela, incluyendo un monitoreo de inserción de publicidad oficial, y
- b) Un estudio de “Media Accountability” o Auditabilidad Pública de la gestión editorial en medios impresos diarios y televisivos de Venezuela.

II. ESTUDIO SOBRE CENSURA Y AUTOCENSURA EN VENEZUELA

1. Principales hallazgos y constataciones

El principal obstáculo que los periodistas encuentran para el cumplimiento de sus labores es el “Cierre de las fuentes oficiales” (23%), seguido del “Temor a las agresiones en la calle” (20%) y las “Amenazas del gobierno” (18%), 51% de los entrevistados aseguraron haber enfrentado durante los últimos doce meses algún incidente de impedimento de acceso a las fuentes oficiales (ver gráfico N° 1).

Tales impedimentos parecen provenir con mayor frecuencia de instituciones como la Presidencia de la República (2,73, en una escala del “1” al “3” donde la puntuación “1” equivale a “Poco frecuente”, “2” equivale a “Algo frecuente”, y “3” es “Muy frecuente”) y la Fuerza Armada Nacional (2,59), de acuerdo a la percepción de los periodistas entrevistados. Por otro lado, 55% de los entrevistados aseguran haber sido objeto de algún impedimento de acceso por parte de “Ministerios y dependencias”, mientras que 49% dice lo mismo con respecto a “Gobernaciones y dependencias” (ver gráfico N° 2).

Aunque 44% de los entrevistados no han sido víctimas de ninguna agresión física o acto de intimidación durante el período de un año previo al estudio, el restante 56% sufrió ataques como “Intimidación física o verbal” (30%),

“Amenazas escritas o verbales” (28%), o “Agresiones físicas por parte de ciudadanos comunes” (11%) (ver gráfico N° 3).

Una fracción ínfima de los agredidos denunciaron los incidentes ante las autoridades “siempre” (1%) y “a veces” (4%), prefiriendo en cambio o bien el silencio o, si no, medios no judiciales como las organizaciones no gubernamentales o los propios medios de comunicación.

50% de los entrevistados reconocen la existencia de algunos temas en cuya cobertura medios y periodistas deben acudir a normas de autorregulación. Parece probable que de esa misma base provenga el 47% de entrevistados que aseguran que autorregulación y autocensura no son sinónimos, citando como principal entre una y otra que mientras “la autorregulación obedece a principios éticos, la autocensura se debe a intereses”.

Entre quienes sostienen que algunos temas ameritan cierto grado de autorregulación por parte de medios y periodistas, los temas sujetos a tales precauciones serían aquellos “Que se refieren a menores de edad” (23%), “Que ofendan la moral pública” (17%) y vinculados “a la seguridad nacional” (13%). Por el contrario, entre los temas que menos requerirían de autorregulación estarían aquellos “conflictivos con el gobierno” (8%) y los que “afecten los intereses o puntos de vista de los anunciantes” (5%) (ver gráfico N° 4).

44% de los entrevistados han seguido o han visto seguir instrucciones de sus medios para dejar de cubrir o de difundir informaciones, que constituyen casos de autocensura final.

Habrán que subrayar, no obstante, que las ocasiones que más recuerdan los periodistas entrevistados que recibieron o vieron recibir instrucciones de sus actuales medios para dejar de cubrir o de difundir alguna información estuvieron relacionadas con “Temas que podrían causar conflictos con autoridades del gobierno” (56%) y “Temas que afectaban los intereses o puntos de vista de los anunciantes” (22%), justamente aquellos que los periodistas individualmente consideran como poco merecedores de autorregulación (ver gráfico N° 5).

19% de los entrevistados admite abiertamente haber decidido de manera personal dejar de cubrir algunas informaciones por razones que no fueran de calidad o jerarquía de la información, o por falta de espacio. Del 80% que dice no haber incurrido en tales prácticas durante el período en estudio, 23% asegura, sin embargo, haber presenciado a colegas suyos que lo

GRÁFICO 1

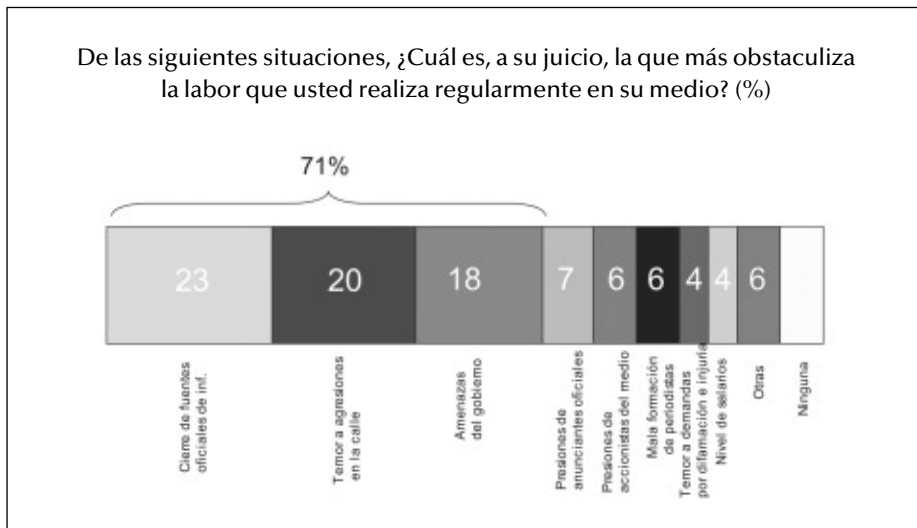
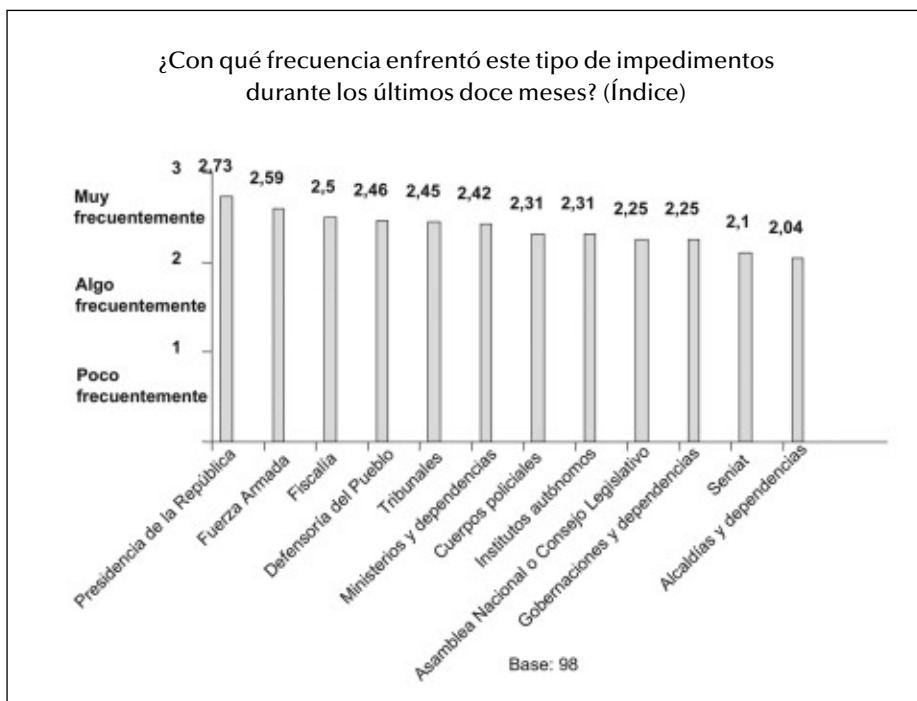


GRÁFICO 2



hacían. Como quiera que estos últimos testimonios podrían reflejar una proyección de la propia conducta que no se desea admitir en público, es factible concluir mediante ponderación en que el estudio validó indicios de un 39% de incidencia de autocensura previa (ver gráfico N° 6).

Un 19% de los entrevistados dice que el reciente anuncio de “No renovar la concesión a RCTV” se ha convertido en un hecho importante que tiene en mente cuando piensa si divulgar o no divulgar una información, mientras que otro 17% achaca a la “Aplicación de la Ley de

Responsabilidad Civil en Radio y TV” ese mismo efecto de cautela, precursor a la autocensura (ver gráfico N° 7).

En los diarios de la mayoría de las ciudades cubiertas por el estudio, se verifican altibajos radicales en la proporción de avistaje oficial inserto en cada uno de ellos.

Casi la mitad de los entrevistados (46%) no están inscritos en el Colegio Nacional de Periodistas (CNP).

2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El estudio se planteó como objetivo el de cuantificar mediante índices compro-

bables la situación de los medios de prensa venezolanos en cuanto a:

- a) Censura.
- b) Autocensura

Para ello, se llevó a cabo un estudio cuantitativo, utilizando la técnica de la entrevista personal y directa, por medio de un cuestionario estructurado en función de los objetivos planteados.

El muestreo utilizado fue estratificado, semi probabilístico de tipo polietápico (Bietápico).

Dentro de cada estrato se conformaron sub estratos según el tamaño del medio (Grande, Mediano y Pequeño). Los medios grandes eran aquellos donde el número de reporteros era igual o superior a 21, los medios pequeños eran aquellos que tenían desde 4 a 20 reporteros, mientras que los pequeños tenían desde 1 hasta 3 reporteros. Luego de haber identificado los tamaños de los medios, se seleccionaron a todos aquellos que eran calificados como grandes, (estrato auto-representado) y en los medianos y pequeños se tomó una muestra de personas, 5 reporteros y un supervisor en los medios de tamaño mediano, y un reportero y un supervisor en los medios pequeños.

La selección de las unidades se realizó en dos etapas. En la primera etapa se seleccionaron medios de comunicación televisivos o impresos que estaban listados en un marco muestral, y en la segunda etapa, personas que ejercían sus labores en los medios ya seleccionados en la primera etapa.

Los estratos de ambos estudios quedaron conformados por las ciudades descritas en la cobertura. En cada estrato se tomó una muestra según los medios que se encuentran en cada una de las ciudades y luego se procedió a seleccionar a las personas objeto de estudio en cada medio seleccionado.

Fueron entrevistados hombres y mujeres, mayores de 18 años que trabajaran en los medios de comunicación impresos o televisivos, según cobertura. Se realizaron 192 entrevistas.

El ámbito de la presente investigación se limitó a ocho (8) principales ciudades del país, a saber:

- Caracas
- Ciudad Guayana
- Barcelona – Pto. La Cruz
- Barquisimeto
- San Cristóbal

- Mérida
- Maracaibo
- Valencia

Las variables en estudio fueron:

- Sexo: Femenino (58%), Masculino (42%)
- Edad: 18-24 años (54%), 25-44 años (29%), 45 años ó más (17%)
- Tipo de Medio: TV (66%) e Impreso (34%)
- Tipo de Entrevistado: Reporteros (75%) y Supervisores (25%)
- Fuente: Con Fuente Asignada (80%) y Sin Fuente Asignada (20%)
- Tamaño del Medio: Grande (43%), Mediano (43%), Pequeño (14%).

3. CONCEPTOS E INDICADORES

Para efectos del estudio se tendrá por *Censura* “cualquier acción que tenga como efecto impedir o restringir la emisión o difusión de una información”.

Por su parte, se entenderá como *Autocensura* “una medida interna que toma un medio de comunicación de no divulgar información por motivos de conveniencia política, personal o económica. De ordinario, la decisión se produce en las etapas finales del proceso de acopio de información (autocensura final), pero también es frecuente que, desde antes de iniciar su labor, el propio periodista se abstenga de abordar los temas prohibidos en su sala de redacción previendo que su publicación no será autorizada (autocensura previa)”. (Gerardo Reyes).

En el caso de la primera, los indicadores a ser considerados se derivan de las violaciones contempladas por la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la CIDH (2000), clasificadas como censuras directa o indirecta:

Censura Directa: Aquellas acciones que pretenden incidir sobre la difusión efectiva de una información.

- Impedimentos para el Acceso a la Información Pública/Fuentes estatales.
- Penalidades, amenazas o restricciones por obligación de título universitario, adscripción a gremio, o credencial oficial, para ejercicio del periodismo.
- Imposición por el Estado de un código de ética o de conducta periodística,

GRÁFICO 3

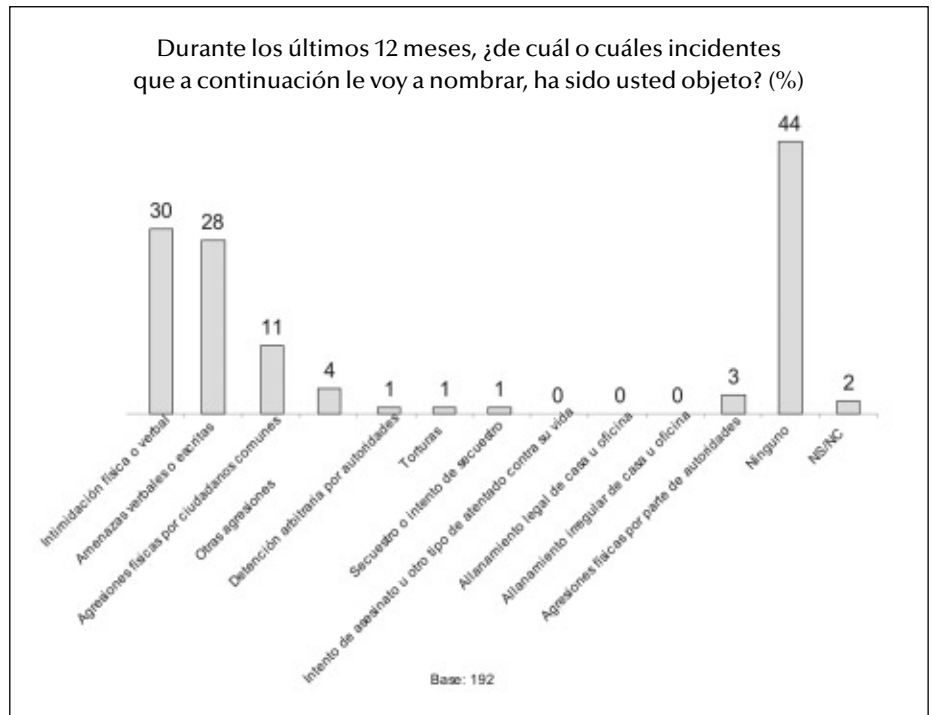
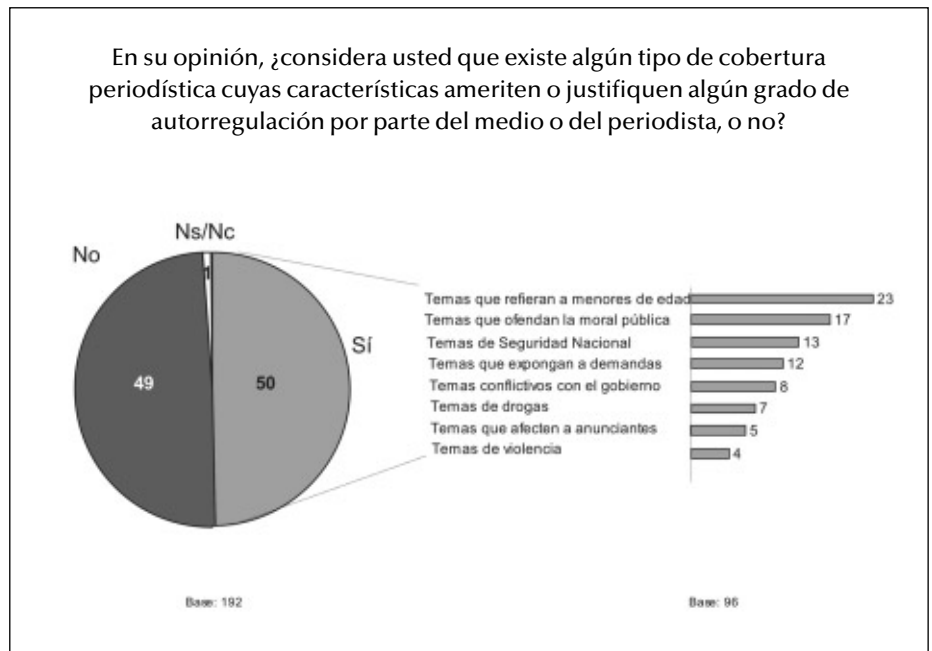


GRÁFICO 4



Leyes de Prensa restrictivas, etc.

- Omisiones, distorsiones, inhibiciones o penalidades por condicionamientos de la información.
- Leyes, sanciones, actuaciones o amenazas contra la reserva de las fuentes.
- Amenazas a la vida o a la integridad física del periodista.

- Asesinato
- Secuestro
- Agresión física
- Intimidación
- Amenazas
- Torturas
- Detención

- Confiscación o destrucción material de medios de comunicación y sus equipos.

GRÁFICO 5

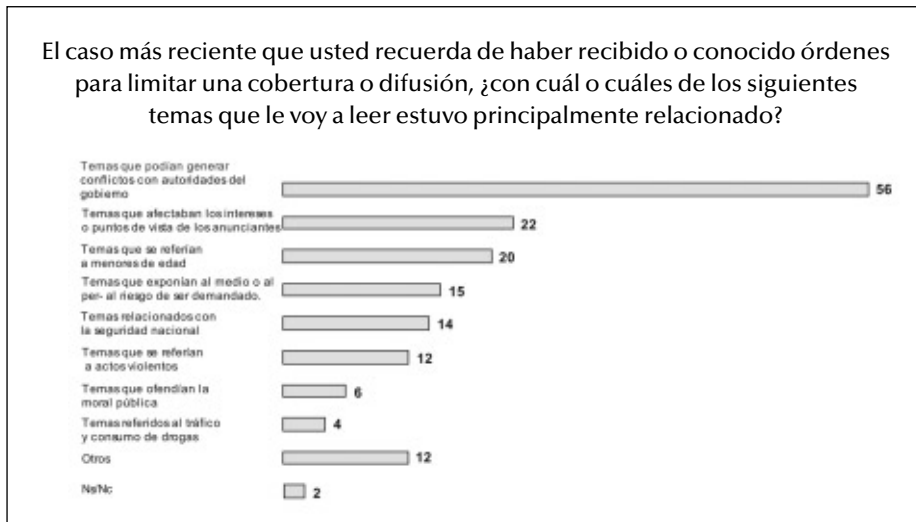


GRÁFICO 6

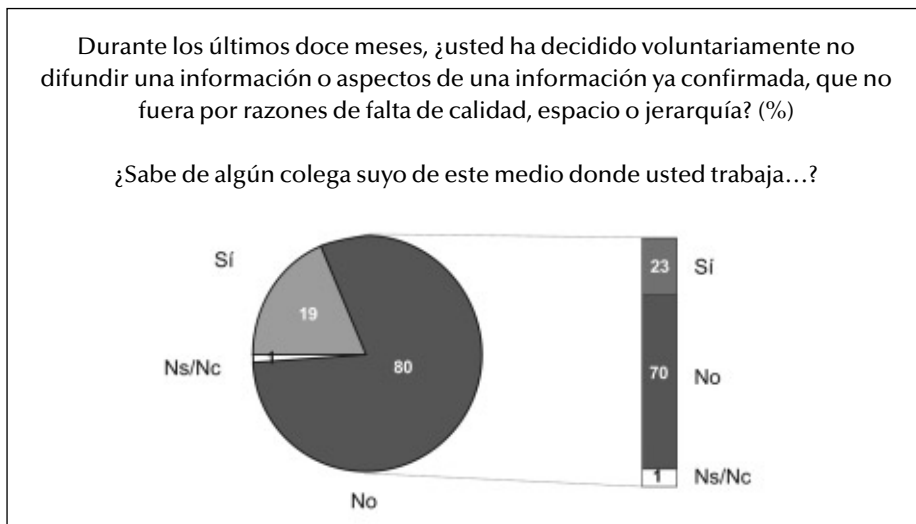
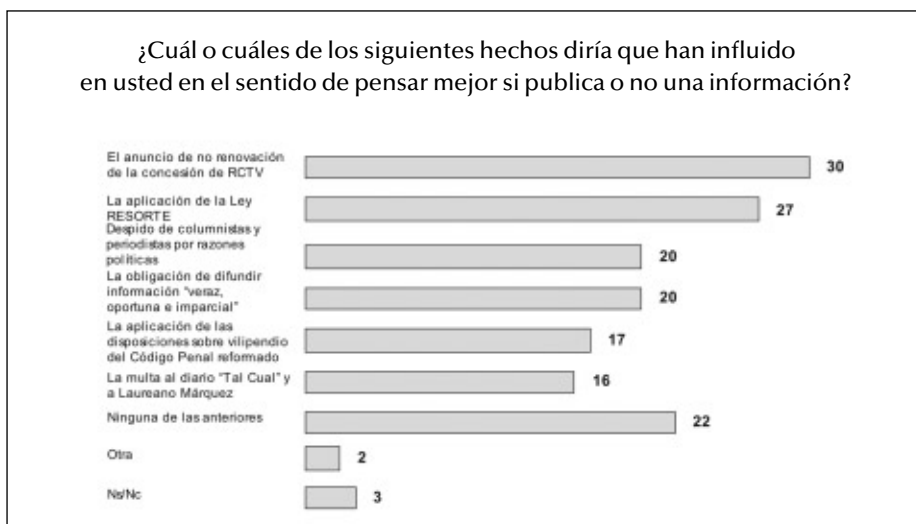


GRÁFICO 7



- Imputaciones, presiones, disposiciones o penalidades derivadas de la aplicación de leyes de desacato o de cualquier otro tipo de medida para preservar la reputación de funcionarios públicos.
- Cierres, suspensiones, incautaciones de medios de comunicación.

Censura Indirecta: Aquellas acciones que ejercen presión sobre los emisores o canales de la información para castigar su actuación.

- Competencia desleal por parte de medios dominantes, privados o del Estado.
- Asignación arbitraria de pauta publicitaria oficial a medios de comunicación.
- Asignación arbitraria de frecuencias de radio y TV.
- Uso arbitrario de controles administrativos y tributarios.
- Asignación arbitraria de créditos oficiales.
- Asignación arbitraria de cupos para importación de materiales importados o asignación de divisas para la importación.

Por su parte, en lo que respecta a la Autocensura, se tuvieron en cuenta indicadores clasificados según las categorías de Autocensura previa y Autocensura final:

Autocensura previa: Por parte del periodista o informador, la información no se produce.

- Actitudes frente a la regulación externa y autorregulación de medios.
- Disposición personal a atender vetos o condicionamientos de medios.
- Disposición personal a proteger intereses económicos, políticos o familiares propios.
- Conocimiento y frecuencia de inhibiciones periodísticas en terceros.

Autocensura final: Por parte del medio o canal, la información no se emite.

- Existencia y frecuencia de autorregulaciones o vetos para temas, fuentes e informaciones.
- Explicitación formal o no de esas autorregulaciones o vetos.
- Potestades jerárquicas para modificar información o impedir publicación.

- Existencia de Código de Ética, Estilo o Procedimientos que prohíba autocensura.

II. AUDITABILIDAD PÚBLICA EN LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS VENEZOLANOS

En Venezuela no existen mecanismos consolidados para garantizar la transparencia de su gestión de los medios periodísticos, ni la participación de los ciudadanos en las decisiones editoriales. No obstante periodistas, supervisores, directivos y propietarios de medios coinciden en que en sus respectivas empresas comunicacionales se cumplen “mucho” los principios contenidos en el Código de Ética del Periodista Venezolano, aunque la mayoría de estos mismos medios no cuentan con códigos de principios éticos propios.

Estos señalamientos forman parte de los resultados obtenidos en el estudio “Auditabilidad en los medios periodísticos venezolanos”, realizado en Caracas y en otras siete ciudades del país entre los meses de mayo y julio de 2007, por el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS).

En aquellos medios en los que el Código de Ética del Periodista Venezolano se incumple, los periodistas entrevistados consideran que hay un desconocimiento del mismo o que éste no se adapta a las condiciones del ejercicio del periodismo en la actualidad.

En relación a las formas de organización gremial se encontró constató la tendencia a que cerca de la mitad de los medios incluidos en este estudio no cuentan con representantes de los gremios periodísticos (47%). Aunque se evidenció que la mayor parte de los representantes sindicales que están activos abordan temas éticos dentro de los propios medios, como parte de sus actividades gremiales (ver gráfico N° 8).

La mayoría de los medios no dispone de mecanismos como secciones de “cartas a los lectores” o su equivalente, para garantizar a sus audiencias la posibilidad de opinar o publicar informaciones. Los espacios orientados a las observaciones o críticas en relación con el desempeño de los medios son escasas (Ver gráfico N° 9).

Figuras como el defensor del lector o de la audiencia son escasamente utilizados, lo que incide en menores oportunidades para canalizar las quejas, opiniones o sugerencias, de parte de los ciudadanos en relación con la gestión de los medios de comunicación. También resultaron escasos los mecanismos de control de calidad o rendición de cuentas sobre los estados fi-

nancieros de los propios medios (Ver gráfico N° 10).

En relación la existencia de un marco legal que contribuya a mejorar el ejercicio del periodismo en Venezuela, el estudio revela que la mayoría de los comunicadores está a favor de la aprobación de una Ley de Acceso a la información, que garantice condiciones para el acceso por parte de los medios a la información pública. En segunda instancia los periodistas venezolanos consideran relevantes la adopción de un marco legal que proteja el secreto de las fuentes (ver gráfico N° 11).

Se comprobó que la mayor parte de los medios de comunicación no cuentan con mecanismo de autorregulación que permitan proteger los intereses del público, ni tienen transparencia en relación con sus estados financieros.

Tampoco se han desarrollado mecanismos para garantizar la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones editoriales (ver gráfico N° 12). En suma, a través del estudio se pudo constatar que los mecanismos de auditabilidad pública en Venezuela están escasamente desarrollados o están presentes en forma precaria e incipiente.

1. Objetivos y metodología

Este estudio tuvo como objetivo central cuantificar a través de índices comprobables la situación de los medios de prensa venezolana en cuanto a las implementación de mecanismos para transparentar su gestión editorial y garantizar que las audiencias puedan tener una participación activa, a través del monitoreo de sus contenidos difundidos y de la emisión de comentarios e informaciones.

Para cumplir con el objetivo propuesto se realizó un estudio cuantitativo en fuentes vivas y directas mediante cuestionarios estructurados, sobre la disposición de esos medios para implementar mecanismos en su gestión editorial que la transparenten y permitan a sus audiencias monitorearla de modo que pueda prevenir actos de censura/autocensura o contextualizar debidamente la información que los medios le proveen.

Se realizaron preguntas generales y otras referidas a la experiencia a la disponibilidad y calidad de mecanismos para: la rendición de cuentas, facilitar la participación en la concepción del producto y proteger intereses y puntos de vista del público. También se formularon preguntas referidas a la calidad de estándares éticos y editoriales de los medios.

Se aplicaron 89 entrevistas hombres y mujeres, mayores de 18 años, que laboran como reporteros, supervisores, propietarios, editores y directores de medios impresos y televisivos de comunicación social, en Caracas, Barquisimeto, Ciudad Guayana, Maracaibo, Valencia, San Cristóbal, Mérida y Puerto La Cruz, que fueron seleccionados a través de un muestreo estratificado, semi probabilístico de tipo polietápico (Bietápico).

Del total de la muestra, 54% de los entrevistados son de sexo femenino y 46% son de sexo masculino. 12% tienen entre 18 y 24 años de edad; 60% tienen entre 25 y 44 años y 28% restante se ubica por encima de los 45 años.

64% de los entrevistados laboran en medios impresos, mientras que 36% ejercen funciones profesionales en medios televisivos.

En relación con los cargos de los periodistas a los que se les aplicó el cuestionario, 35% son reporteros, 37% ejercen funciones de supervisores y el restante 28% son directores y propietarios de medios de comunicación. De la totalidad de los entrevistados, 70% trabaja con fuentes informativas y 30% restante no tienen fuentes específicas designadas.

38% de las entrevistas fueron aplicadas a periodistas de medios grandes (que tienen más de 21 reporteros), 42% se aplicó a periodistas de medios medianos (que tienen desde 4 a 20 reporteros) y 20% se aplicó a medios que tienen un staff de entre 1 y 3 reporteros. El trabajo de campo se realizó desde el 24 de mayo hasta el 26 de julio de 2007.

2. ¿Qué entendemos por auditabilidad en la gestión de los medios de comunicación?

El término de auditabilidad en la gestión de los medios de comunicación (Media Accountability), se refiere a la concepción e implementación de mecanismos de control de calidad, principios éticos y transparencia en la rendición de cuentas de los medios de comunicación, que son generados dentro de los propios medios o por otras instancias no gubernamentales. Incluye la adopción de mecanismos de regulación surgidos dentro del propio medio, como códigos de ética y declaraciones de principios e iniciativas para garantizar la participación del público, como consultas sobre los contenidos de los periódicos y la apertura de secciones o espacios para recibir consultas, opiniones o informaciones; que tiene como

GRÁFICO 8

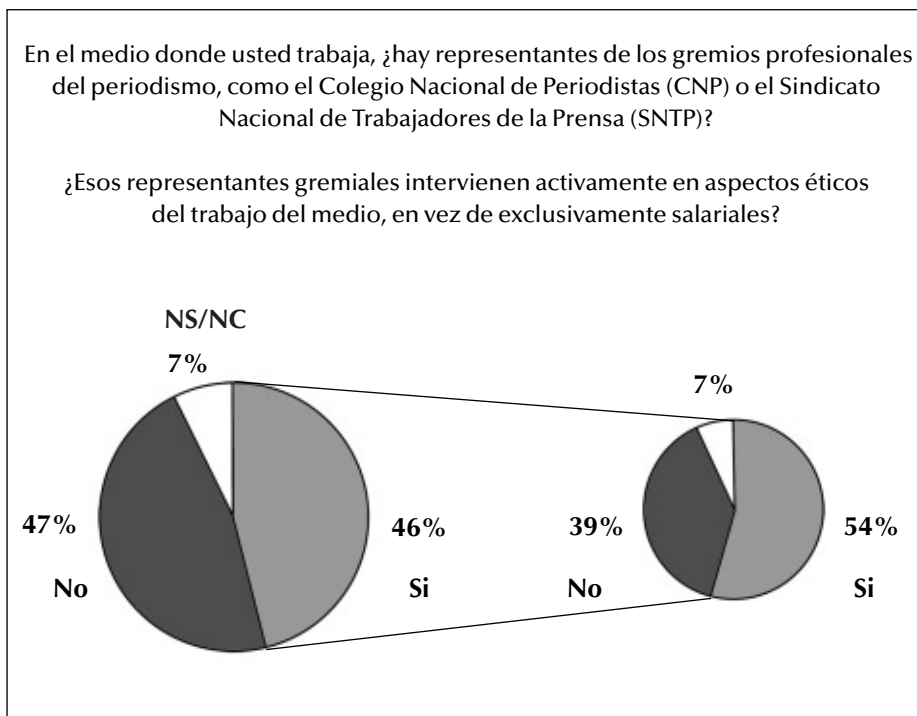
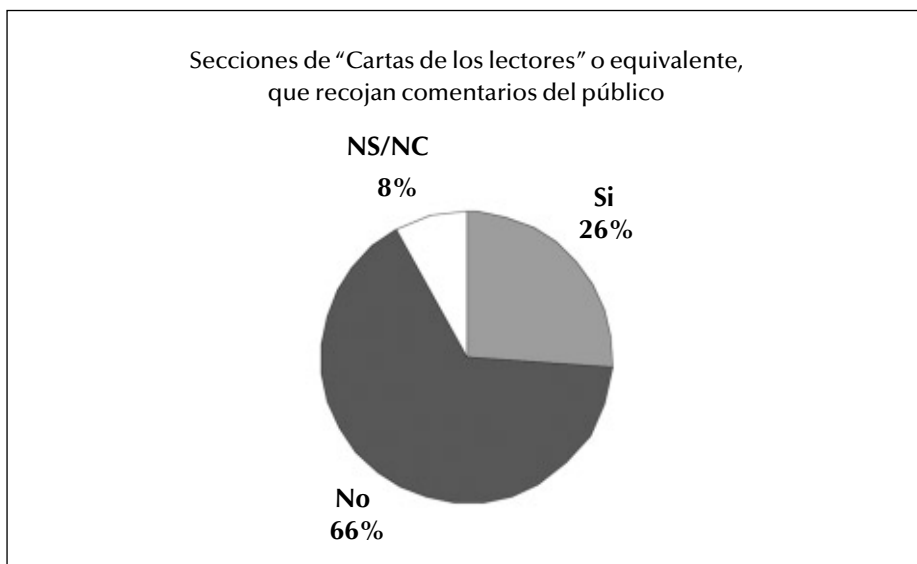


GRÁFICO 9



objetivo mejorar el desempeño de los medios informativos. Uno de sus principales teóricos es el francés Claude-Jean Bertrand.

Pese a que la auditabilidad de la gestión de los medios es un término que ha sido escasamente referido en la normativa internacional de derechos humanos, entidades como la Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ha planteado, la necesidad e importancia de que se desarrollen mecanismos para pro-

mover la responsabilidad de los medios de comunicación y que los propios medios asuman la responsabilidad de ejercer el periodismo sobre la base de principios éticos.

3. Resultados y recomendaciones.

a. Sistematización y calidad de estándares éticos y editoriales

Al interior de los medios de comunicación se percibe interés y preocupación por el cumplimiento de principios éticos inhe-

rentes al ejercicio de la actividad periodística. Una mirada al interior de los medios de comunicación impresos y televisivos, hecha a través del presente estudio revela que los periodistas venezolanos consideran que en sus respectivos medios de comunicación se cumplen "mucho" los principios contenidos en el Código de Ética del Periodista Venezolano. No obstante esta percepción contrasta el hecho de que la mayoría de los medios no cuentan con códigos internos contentivos de principios éticos o con mecanismos para garantizar la participación de los ciudadanos en las decisiones editoriales de los propios medios.

Asimismo, se constató que la mayor parte de los medios de comunicación venezolanos forman parte de organizaciones o asociaciones, nacionales e internacionales, que agrupan medios periodísticos y que en estos se abordan temas éticos, además de aspectos relacionados a condiciones laborales o temas salariales. Sin embargo, al consultar sobre la presencia de representantes gremiales y sindicales en los medios de comunicación, se constató, en términos porcentuales, que cerca de la mitad de los medios de comunicación incluidos en el estudio, no cuentan con estas figuras.

b. Disponibilidad y calidad de mecanismos de rendición de cuentas al público

En Venezuela, el movimiento económico de los medios de comunicación social es de carácter reservado. No obstante la información sobre la propiedad de los diarios y de las televisoras suele ser de conocimiento público. También se observó la tendencia a que los medios hagan pública información sobre actividades sociales, culturales, o deportivas, en las que participan sus accionistas. La diferencia de criterios que privan al momento de informar sobre los aspectos mencionados, inciden en que no haya plena transparencia al frente de sus audacias, en relación con su gestión empresarial.

c. Disponibilidad y calidad de mecanismos para proteger intereses y puntos de vista del público

En relación con la disponibilidad de mecanismos para proteger los intereses y puntos de vista del público, el estudio reveló que los medios periodísticos en Venezuela tienen grandes falencias. La mayor parte de los medios de comunica-

ción no cuentan con figuras como el defensor del lector o de las audiencias, que den respuestas al público en relación con los errores u omisiones presentes en los contenidos de los medios de comunicación, o que sirvan de voceros para los reclamos, opiniones o sugerencias de los lectores. Tampoco cuentan con mecanismos que les permitan corroboración de forma independiente los datos que se publican en las notas periodísticas, ni mantienen contactos con grupos de observatorios de medios, con el fin monitorear su propia gestión y adecuarla mejor cada día su desempeño. No obstante la mayor parte de los medios cuenta con mecanismos de participación de los ciudadanos como las secciones de cartas de los lectores o sus equivalentes, en los que recogen comentarios y opiniones del público, según lo revela la consulta sobre este aspecto. Estos mecanismos si bien permiten a las audiencias hacer pública información sobre asuntos que le competan directamente, no están diseñados para dar cabida a sugerencias, propuestas o evaluaciones en relación con la gestión de las empresas comunicacionales.

Como aspecto importante en relación con el ejercicio del periodismo, el informe revela que la mayoría de los medios de comunicación consideran pertinente la aprobación en Venezuela de una Ley de Acceso a la Información Pública, como un mecanismo para mejorar el ejercicio de la actividad periodística. La aprobación de esta Ley implicaría el establecimiento de garantías para que los periodistas puedan acceder a la información en manos del Estado y por lo tanto puedan ofrecer una información más amplia y completa a los ciudadanos en relación con las actividades de los poderes públicos.

En los medios de de comunicación impresos y televisivos la incorporación de mecanismos de auditabilidad se ha desarrollado en forma escasa, no obstante, esta condición advierte sobre la necesidad de un trabajo de sensibilización para propietarios, directivos y supervisores de medios de comunicación, en relación con la importancia de adoptar mecanismos que garanticen la participación de las audiencias en los mecanismos de gestión editorial, a través de la incorporación de sus sugerencias y opiniones.

Como aspecto positivo resalta la percepción que existe en el interior de los propios medios de comunicación, en relación con el cumplimiento de aspectos éticos. La valoración de dichos aspectos

GRÁFICO 10

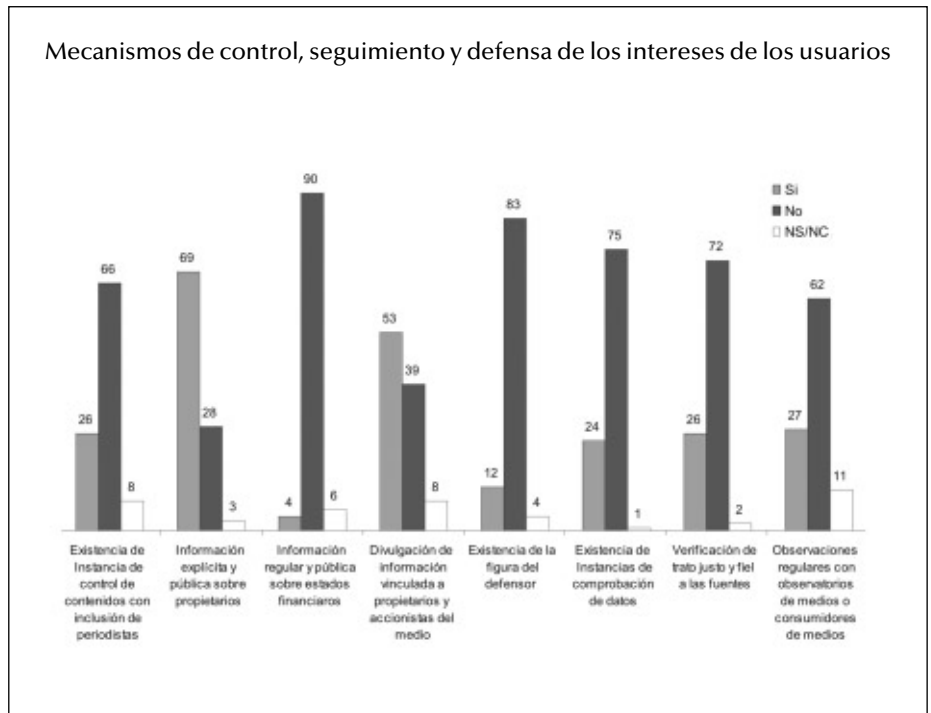
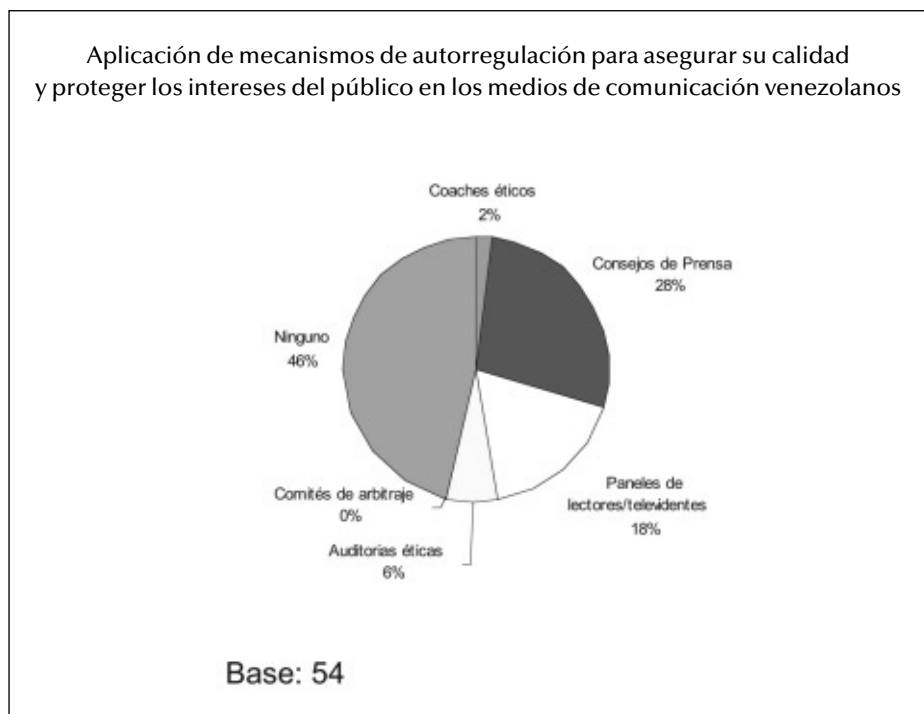


GRÁFICO 11



puede servir como un punto de partido y motorizador para el desarrollo de principios éticos y regulación propios de cada medio, que contribuyan a una mejor calidad de ejercicio periodístico, sin imposiciones o regulaciones que sean impuestas desde los gobiernos o entidades externas.

GRÁFICO 12



Nota: los textos completos de los estudios pueden ser consultados y descargados en formato pdf a través de la página web: <http://www.universia.edu.ve/ipys/>