

978 | 980 | 244 | 905 | 7

Gloria Carrasco
Andrés Cañizález
(Coord)



El periodismo en Venezuela

Los años duros



abediciones

COLECCIÓN VISION
VENEZUELA

Medianálisis

COMUNICACIÓN PARA LA DEMOCRACIA

**COLECCIÓN VISIÓN
VENEZUELA**

Andrés Cañizález
Gloria Carrasco
(Coordinadores)

El periodismo
en Venezuela
Los años duros



Caracas, 2018

EL PERIODISMO EN VENEZUELA. Los años duros
Andrés Cañizalez y Gloria Carrasco (Coord)

Universidad Católica Andrés Bello
Montalbán. Caracas (1020)
Apartado 20.332

Diseño y producción: **ab**ediciones
Corrección de pruebas: CLARA DE LIMA
Diagramación y diseño de portada: REYNA CONTRERAS M.
Depósito Legal: DC2018
ISBN: 978-980-
Impresión: GRÁFICAS LAUKI, C. A.

© Universidad Católica Andrés Bello
Primera edición, 2018

Reservados todos los derechos.

No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información, ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado —electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc.—, sin el permiso previo de los titulares de los derechos de la propiedad intelectual.

Índice

Portico. Momentos oscuros para el periodismo venezolano.....7
Marcelino Bisbal

Venezuela bajo el autoritarismo comunicacional de Maduro 17
Marcelino Bisbal y Andrés Cañizález

Los periodistas en Venezuela: entre el acoso y la pauperización (2015-2017)47
Moraima Guanipa

El poder comunicativo en un contexto de limitaciones a la libertad de expresión73
Gloria Carrasco

Estudio de la situación del periodismo en Venezuela: la encuesta muestral y sus desafíos.....95
Gloria Carrasco

Los Autores 109

PORTICO

Momentos oscuros para el periodismo venezolano

Marcelino Bisbal

“El trabajo de los periodistas no consiste en pisar las cucarachas, sino en prender la luz, para que la gente vea cómo las cucarachas corren a ocultarse”

Ryszard Kapuscinski

I-El deber ser del periodismo o imaginar hoy el ejercicio del periodista

El *campo periodístico* en la Venezuela del presente se ha transformado profundamente. Los cambios que ha sufrido no son sólo del orden estructural, sino también del orden de lo político y cultural. A estos últimos me quiero referir. El ejercicio periodístico-hoy se ve envuelto en una serie de contratiempos y amenazas que han puesto de manifiesto la necesidad de apuntar que es *necesario repensar la información periodística* como un *bien público* dentro del marco de las miserias, los riesgos y las inquietudes que envuelven a la sociedad venezolana del presente.

Es que el ejercicio periodístico no puede apartarse del contexto donde se ejerce, y mucho menos puede desligarse del funcionamiento de la democracia. Ya nos lo decía muy claramente el sociólogo chileno José Joaquín Brunner: “Existe una conexión profunda entre el sistema político prevaiente en una sociedad determinada y el régimen comunicativo que aquél en parte condiciona y al cual necesita para subsistir”. Lo expresa también muy bien Antonio Pasquali cuando nos dice que hay que entender que la comunicación es la piedra fundacional de todo lo que estamos pensando y haciendo. “No es la polis la que crea un modelo de comunicación, es la comunicación la que crea sociedad. Entes incomunicados no pueden formar estructura social”.

Así, Venezuela vive terribles amenazas desde la racionalidad política, económica, social y cultural-comunicacional que caracteriza al actual Gobierno militarista, autoritario y dictatorial en funciones de Estado, entonces el periodismo tiene que elevarse desde sus propias dificultades y carencias para convertirse en vocero crítico de las patologías políticas y sociales que rodean al ejercicio del poder y que cada vez con más fuerza y decisión se empeña en poner trabas y hasta en detener cualquier proceso de desarrollo democrático que implica desde este orilla –la del periodista– en hacer que el ejercicio periodístico y comunicacional ponga de manifiesto al mayor número de personas los hechos sociales, políticos, económicos, culturales que marcan la vida social. Esto implica la existencia y presencia de un periodismo independiente tanto del gobierno como de los empresarios de medios, que sea capaz de contribuir a la elaboración de marcos y pautas de referencia y que logre que la ciudadanía adquiera las representaciones necesarias para reconocerse como integrante de un país y, en definitiva, de un conglomerado social y para reconocer que el poder político o cualquiera otra forma de poder tiene que estar subordinado a los intereses de vida del ciudadano y no el ciudadano y su vida a los intereses del poder.

Difícil tarea esta que se le otorga al campo periodístico y mucho más difícil cuando estamos en presencia de un poder político que intenta, por diferentes vías y mecanismos nada juiciosas y mucho menos éticas y morales, conculcar nuestras expresiones y opiniones, y hasta nuestro propio ejercicio de ciudadanía, e incluso de ciudadanía mediática.

Bajo esa perspectiva es que afirmamos que los periodistas tienen una tarea bien importante, pero difícil y compleja a la vez. Cuando este Gobierno dictatorial se ha venido convirtiendo poco a poco en una maquinaria coercitiva; muy poco preocupado por el desarrollo de las mayorías más allá de que ellas le otorguen la “buena pro” para perpetuarse en el poder; interesado en la formulación de planes que lo legitimen en cuanto poder político por encima del resto de la sociedad; cuando no reconoce a las fuerzas políticas de la oposición como legítimas y presentes; cuando ve a los comunicadores-periodistas y los pocos medios que todavía no están bajo su control como un opositor peligroso... es cuando sigue teniendo validez aquello que el español Ortega y Gasset afirmara en relación a los periodistas y la prensa en la España de 1930:

No existe en la vida pública más “poder espiritual” que la prensa. La vida pública, que es verdaderamente histórica, necesita siempre ser regida, quiérase o no. Ella, por sí misma es anónima y ciega, sin dirección autónoma. Ahora bien, a estas fechas han desaparecido los antiguos “poderes espirituales”(…) En tal situación, la vida pública se ha entregado a la única fuerza espiritual que por oficio se ocupa de la actualidad: la prensa.

II-El periodismo en tiempos oscuros

La comunicación social —léase mejor información— y los medios por donde ella circula han ganado en estos ya casi veinte años un papel estratégico para el poder instaurado desde 1999. La idea casi exclusiva de la comunicación dentro de una economía abierta y competitiva empezó a cambiar desde los inicios del régimen chavista. Pero en el tiempo también empezarían a cambiar las comunicaciones libres, abiertas y plurales. En la denominada era bolivariana la subordinación de los medios y sus comunicaciones con respecto a la política, ha venido siendo una constante impuesta desde la cúspide del poder. Hoy, el debate político para el mundo oficialista se juega *en y desde* los medios, de ahí que el Gobierno haya querido imponer lo que denominamos un *nuevo régimen comunicativo*.

Este nuevo modelo de estructura comunicacional ha intentado, con éxito, la ruptura, reorientación y reorganización del régimen comunicativo anterior, especialmente de los llamados medios públicos —nunca tan gubernamentalizados y partidizados como en el presente— con la única función de asegurar un orden fundado en controles oficiales para inducir en la sociedad la idea de que *el hombre nuevo está naciendo* y, al mismo tiempo, llevándose por el medio la memoria del pasado político, la historia del país, su cultura, su identidad y las actitudes de tolerancia y pluralismo.

El tiempo ha transcurrido y en estos años, hasta el presente, las comunicaciones y las políticas públicas impuestas para ellas han sido de mayor control y regulación; de creación de mecanismos jurídicos que han significado intimidación y autocensura; de diseño de una amplísima plataforma mediática de carácter hegemónico y el establecimiento de una narrativa y arquitectura simbólica que en algún momento logró convencer a la mitad

del país. En definitiva, la operación que se puso en marcha desde los sucesos de 2002 se conecta con la idea expuesta en el Brasil de 1934, en plena dictadura de Getulio Vargas, cuando un grupo de intelectuales cobijados en el gobierno le dijeron a este que “los medios de comunicación no deben pensarse como simples medios de diversión, sino como armas políticas sometidas al control de la razón del Estado”.

Lo que ha venido ocurriendo en el tiempo es la pérdida de un periodismo crítico, plural e independiente; las restricciones a la libertad de expresión y de información; el escandaloso secuestro de la radio-televisión pública; el asalto a CONATEL para convertirlo en una entidad más política que técnica; la creación de leyes que controlan contenidos incómodos para el Gobierno; la discriminación publicitaria hacia los medios que son críticos; el caso de *RCTV*; la concepción de las telecomunicaciones para la construcción de una sociedad socialista; el intento sostenido de querer imponer un modelo cultural distinto de corte personalista, autoritario y militarista...

III-El ejercicio periodístico en seis momentos y medio

El ejercicio periodístico *aquí y ahora*, en la Venezuela del presente, ha atravesado seis momentos y medio. A lo largo de cada uno de esos momentos, la autocensura primero y luego la censura se han hecho realidad. Un perfil de cada uno de esos momentos nos pone en evidencia cómo el periodista-comunicador y su ejercicio profesional ha representado y representa para el régimen un peligro que hay que anular, porque éste considera que las informaciones y los distintos trabajos periodísticos esbozan ideas subversivas o porque simplemente sus producciones son indeseables políticamente.

A continuación cada uno de esos momentos a los que nuestro periodismo ha tenido y tiene que enfrentarse:

Primer momento: el lenguaje y el tono declarativo

Primeros años del proceso político chavista, hoy convertido en régimen autoritario-totalitario-militarista y dictatorial. Los medios y los periodistas vistos como enemigos de la revolución y como actores políticos a los que

hay que combatir. Las declaraciones del difunto presidente Hugo Chávez son de lo más elocuentes de aquello que se expresara en ese entonces: “la batalla se libra en los medios”.

En esta primera oleada o momento habría que recordar lo que escribiera el escritor venezolano Juan Carlos Chirinos en el preámbulo de la última edición de la “novela policíaca” de Jorge Edwards *Persona non grata*: “Porque el tirano, que tanto habla, teme siempre la palabra que lo señala”.

Segundo momento: la alteración del régimen comunicativo

Otro *régimen comunicativo* se impone como resultado del golpe de Estado del 11 de abril de 2002 y el paro nacional de ese mismo año e inicios del 2003. Los medios y un grupo de periodistas se muestran como actores políticos privilegiados. Aparece el término de *hegemonía comunicacional*. El Gobierno inicia el diseño y conformación de una estructura de medios sin precedentes en el país ni en América Latina, gubernamentalizada y puesta al servicio de la revolución bolivariana y del desarrollo e implantación del socialismo del siglo XXI. El escenario de los llamados medios comunitarios y/o alternativos irrumpe con fuerza, pero de inmediato ellos son colonizados y desnaturalizados en sus funciones desde el aparato gubernamental. Así, la investigadora Raisa Urribarrí al ver la reconfiguración que estaba sufriendo este sector de medios, acuña el término de *gob unitarios*.

En aquel momento desde Miraflores se nos dice, intentando justificar esa alteración del régimen comunicativo, que “Lo que es innegable es que está habiendo una revolución en los medios de este país. La democratización de la información es necesaria. Es una guerra”.

Tercer momento: nuevo marco legislativo y criminalización de la expresión

Se empieza a conformar un nuevo marco jurídico que impone significativas restricciones a la libertad de expresión y a la libertad de comunicar. En primer lugar, se aprueba la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión que luego será reformada en el 2010 para contemplar a los llamados medios

electrónicos, es decir Internet; vendrá luego la reforma del Código Orgánico Procesal Penal en donde aparecen las figuras de la difamación y la injuria, además en el 2012 se vuelve a proponer una nueva reforma que elimina la inviolabilidad de las comunicaciones personales. En los últimos meses del año 2010 se aprueban y se reforman un conjunto de leyes que cambian el contexto político del país y que centralizan, todavía más, la decisiones públicas. En aquel entonces, y lo hemos vivido a lo largo de todos estos años, se dijo que era la ruptura definitiva del estado de derecho en Venezuela.

No solamente la reforma que se le hizo a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Television, tampoco la reforma a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones dieron como resultado un nuevo panorama comunicativo en el país, sino que en ese mismo 2010 se aprobaron también cinco leyes que dan sustento al denominado Estado Comunal y que tienen un efecto grave sobre las comunicaciones libres, abiertas y plurales. También en ese año 2010 CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones) pierde su carácter técnico, ya que pasa a ser dirigido por la Vice Presidencia de la República y asume funciones políticas y censoras.

Se inician procesos judiciales-administrativos a medios y periodistas. Cierre de *Radio Caracas Televisión* y de otros medios de radio y televisión. Se hacen cada vez más frecuentes las cadenas nacionales de radio y televisión. Se va imponiendo poco a poco la censura y comienza a aparecer la autocensura por intimidación, miedo a la seguridad personal y por amenazas de cierre y expropiación a instalaciones mediáticas.

Cuarto momento: la comunicación y el periodismo en tiempos difíciles

Con el marco jurídico que va apareciendo, con las reformas que se le hacen a algunas leyes del sector de las comunicaciones y de la información se va limitando cada vez más la libertad de comunicar y la libertad de pensamiento y de expresión. Si la libertad de expresión y de prensa es consustancial a la democracia, como sistema político, ésta va en franco deterioro para convertirse en un designio meramente formal y dar paso así a la creación de un Estado Socialista que han bautizado con el remoquete de socialismo del siglo XXI y que como nos apunta Pedro Nikken: “es la verdadera cara del estalinismo del siglo XX”.

El cerco que ya se había impuesto a los medios de comunicación, a sus profesionales, a los anunciantes con la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (conocida como “Ley Resorte”), con la reforma que se hizo y que contempla el ámbito de los medios electrónicos (léase Internet) y la reforma a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones... se cierra aún más el círculo a una verdadera libertad de comunicar y se cercena dramáticamente la disidencia y la crítica.

Empezamos a ver como algunos medios cambian de propiedad y así van desapareciendo voces críticas. Se retiran de la parrilla de programación televisiva medios internacionales. Sigue creciendo la censura política, la autocensura y el Gobierno traspasa la frontera de la democracia hacia una clara dictadura militar. Surgen algunos organismos que tienen que ver con la llamada “seguridad del Estado”: primero fue el Centro de Estudio Situacional de la Nación (Cespa) el cual tenía que ver con ámbitos de la información y las comunicaciones en el país; en 2013 se deroga este organismo y da paso al Centro Estratégico de Seguridad y Protección de la Patria (Cesppa) y que tiene la función de solicitar, organizar, integrar y evaluar “las informaciones de interés para el nivel estratégico de la Nación”.

Vemos como las comunicaciones se han vuelto centrales en la vida del proceso político instaurado desde 1999. De esta manera se constata, en la acción gubernamental hacia los medios y sus periodistas, aquello que escribiera el investigador Antonio Pasquali cuando afirmó:

El chavista es el primer gobierno del país que comprende la importancia capital de las comunicaciones para modelar sociedades, y es una lástima que haya aplicado esa comprensión a la causa equivocada.

Quinto momento: otros lugares para el periodismo o el control mediático por las divisas

Sigue creciendo el número de medios gubernamentales, más no de servicio público. Comienza la operación de ahogar a los principales diarios del país a través del control de las divisas requeridas para la obtención del papel y de otros insumos para la impresión. El objetivo es silenciar las voces críticas al Gobierno. Muchos diarios salen de circulación y otros suprimen su edición impresa para buscar refugio en el espacio digital. Desde

ese momento profesionales destacados del periodismo venezolano descubren la web y empiezan a surgir experiencias interesantes de información, análisis e investigación periodística en el espacio digital. Pero esta migración forzada no se dio de manera natural, sino que fue un paso obligado por la emergencia que impuso el contexto y el acoso gubernamental. De la misma forma, muchos de los grandes diarios con tradición periodística pasaron del formato impreso y se transformaron en diarios o semanarios digitales. Otros circulan con un número reducido de páginas y con escasa publicidad debido a presiones gubernamentales, pero también se ajustan al soporte de la web para hacerse presentes.

Continúa el cierre de medios sin garantías legales, así como la criminalización a periodistas y dueños de importantes medios de comunicación. Desde el poder se hace caso omiso a los comunicados y llamados urgentes de la Relatoria Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), al igual que de los comunicados e informes de organizaciones nacionales defensoras de la libertad de expresión y del derecho a la información.

Releyendo un texto producido por el investigador Jesús María Aguirre y quien esto escribe, en el año 2015, intentábamos explicar como habíamos llegado a estos otros lugares en el periodismo de estos tiempos y expresábamos que

Probablemente, nunca haya habido en la historia republicana de Venezuela una variabilidad tan grande en el campo de las comunicaciones, sea por las transformaciones tecnológicas de la era de la información, que nos somete a un reciclamiento permanente, sea por las acometidas de una revolución proteica, con una deriva y rumbos cada vez más inciertos.

Sexto y último momento: la pasión y la necesidad de silenciar

El poder se ha percatado de que hay un flujo informativo crítico que escapa de su control, de sus políticas censoras. Ese flujo responde a lo que circula por el escenario de lo digital y muy particularmente por las redes sociales. Es lo que alguien denominó el *tsunami digital* que ha logrado preocupar al Gobierno. Este espacio ha abierto nuevas maneras de informarnos, de escenarios de libertad y de pluralidad en las opiniones...

Se empieza a hablar, de manera cada vez más frecuente y explícita, de la necesidad de regular las redes sociales y de poner filtros de navegación para controlar esa información que circula por la Red. En tal sentido se creó el viceministerio de Redes Sociales cuya función es “supervisar las tendencias en las redes”. Desde el Gobierno se empieza a hablar de una “guerra electrónica” y así, en la medida que Internet se va expandiendo y crecen los llamados medios digitales, la censura digital va en ascenso con maneras y técnicas cada vez más sofisticadas.

Sobre este tema de la libertad de expresión e información en la Red el último informe sobre *Libertad en la Red* (2017) de la Organización Freedom House, organización que se orienta a la defensa de los derechos humanos, la libertad y la democracia a escala global, señala que el país se convirtió en “No libre” y los elementos que según la organización influyeron en esa calificación son: el deterioro del acceso y la calidad de los servicios de telecomunicaciones; los bloqueos selectivos de sitios web; las detenciones arbitrarias de reporteros y activistas; así como los mayores niveles de violencia física y técnica registrada contra periodistas, medios digitales y sitios web de organizaciones ciudadanas.

Se nos viene a la memoria la imagen y el nombre de G. Orwell y su *Big Brother* que tiene que ver con la vigilancia y el espionaje -cibervigilancia- que empieza a darse hacia los internautas y su ciberactividad. Fernando Savater señaló, en uno de sus textos periodísticos, que

Siempre que se discute sobre los excesos de vigilancia del gobierno sobre los ciudadanos sale a relucir el Gran Hermano descrito por George Orwell en su famosa distopía *1984*. Pero suele pasarse por alto que el control agobiante y obsesivo del Gran Hermano de Orwell se ejercía para impedir libertades democráticas de asociación, expresión y creencias, es decir, no para la seguridad de los ciudadanos sino para garantizar la del poder establecido sin oposición a su dictadura.

III-Este libro: *El periodismo en Venezuela. Los años duros*

El asedio del poder gubernamental hacia los medios y sus periodistas va a continuar en la medida que la realidad del país se deteriore más y más,

tal como está ocurriendo. La censura, el cierre de medios, la aparición de medidas administrativas y judiciales contra los medios irá en ascenso... La presencia de una política comunicacional de control es un denominador común, tal como nos lo señalan las casi cien páginas de este libro.

El periodismo en Venezuela. Los años duros es el trabajo de investigación, reflexión y acción de la organización Medianaálisis que está conformada, según reza su carta de presentación, por “un equipo de profesionales de diversas áreas del conocimiento interesados en incidir en el funcionamiento de los medios, en la práctica periodística y en los procesos sociales relacionados con la comunicación”.

Este libro nos refiere como las comunicaciones -en su sentido más general- y la acción política han cambiado en la Venezuela de estos últimos veinte años. Ha habido desde el poder toda una estrategia de reingeniería de la democracia como sistema político y de la acción de los medios en la construcción de la agenda pública. De ello da cuenta el primer ensayo del libro: “Venezuela bajo el autoritarismo comunicacional de Maduro” (Andrés Cañizález y Marcelino Bisbal). Ante esa realidad comunicativa, que nos describe el primer capítulo del libro, tiene que enfrentarse el periodista y de ahí parte el trabajo de la profesora Moraima Guanipa con su ensayo sobre “Los periodistas en Venezuela: entre el acoso y la pauperización (2015-2017)”. Los dos últimos ensayos-capítulos de *El periodismo en Venezuela...* de la investigadora Gloria Carrasco parten, en primer lugar, de la necesidad de hacer una investigación o, como llama la autora, un estudio de situación sobre la situación del periodismo en Venezuela y para ello diagnóstica el “contexto interno del ejercicio del periodismo, la visión de autorregulación y algunos indicadores de calidad periodística con el fin de valorar la capacidad comunicativa de los medios”.

Quisiéramos cerrar este Pórtico al libro que tenemos en nuestras manos con la idea de que el periodista, el profesional de la comunicación, es un actor fundamental para sostener el tejido social de nuestro país, particularmente en estos tiempos de oscuridad y de profundas fracturas. Por ello el periodista no puede claudicar al principio de buscar la verdad cueste lo que cueste.

Venezuela bajo el autoritarismo comunicacional de Maduro¹

Marcelino Bisbal y Andrés Cañizález

Introducción

Al conmemorarse el día internacional de la libertad de prensa, el 3 de mayo de 2018, en Venezuela se conocieron tres reportes que permiten comprender cabalmente las consecuencias que ha tenido en el país la política de “hegemonía comunicacional”, iniciada hace más de una década, pero cuyos resultados fácticos han tenido lugar en la etapa final del gobierno de Nicolás Maduro (2013-2019, período constitucional de su mandato), consecuencia de sus pretensiones de perpetuarse en el poder.

Al hacer un balance del año 2017, durante la presentación en mayo de 2018 del “Informe anual de la organización no gubernamental Espacio Público sobre el estado de la libertad de expresión e información en Venezuela”, este documento recogió la documentación de 708 casos que sumaron 1.002 denuncias de violaciones del derecho humano a la libertad de expresión e información. Lo más relevante es que estos datos son los más altos desde el año 2002, cuando Espacio Público comenzó a hacer su monitoreo, y muestran un deterioro significativo de las garantías de este derecho en Venezuela (*El Nacional*, 2018).

¹ Una versión preliminar de este texto se publicó bajo el título “Nicolás Maduro o el autoritarismo comunicacional”, en el libro *Medios de lucha. Comunicación de gobierno en América Latina*, un volumen coordinado por Matías Ponce y Omar Rincón (Ediciones B, Montevideo, 2017). Posteriormente los autores hicieron ajustes al texto y actualizaron los datos para la presente edición.

De los 708 casos en los que se vulnera el derecho a la libre expresión, la mayoría corresponden al uso de la violencia física, la intimidación y ataques, no solo a trabajadores de la prensa, sino también contra ciudadanos que buscaban registrar los hechos que sucedían al momento, según documentó la ONG venezolana. Por si tales cifras no fuesen de por sí preocupantes, el año 2017 cerró con la salida del aire de ocho canales de televisión, de 54 emisoras de radio, y de 17 medios impresos que dejaron de circular por falta de papel prensa, seis de ellos indefinidamente.

El foco sobre las restricciones al ejercicio del periodismo, afectando por igual a medios de comunicación, periodistas y ciudadanos, no fue una preocupación exclusiva de organizaciones con sede en Venezuela. La muy prestigiosa red internacional de Reporteros Sin Fronteras (RSF), también en el marco de la conmemoración del día internacional de la libertad de prensa del 2018, llamó la atención del mundo en relación con las medidas del régimen de Maduro y su impacto negativo en las libertades de expresión e información.

En la clasificación mundial de RSF, Venezuela pasó a ocupar la casilla 143 y el país experimentó la mayor caída del continente, ya que perdió 6 lugares en comparación con la edición anterior de esta evaluación anual (La Patilla, 2018). Durante 2017, de acuerdo con este informe internacional, el gobierno del presidente Nicolás Maduro siguió distinguiéndose por sus excesos autoritarios. La prensa independiente y la de oposición, al igual que los corresponsales de medios de comunicación extranjeros, son constantemente el blanco de la policía y de los servicios de inteligencia venezolanos. Los periodistas padecen cada vez más agresiones durante las manifestaciones, detenciones arbitrarias —durante las cuales pueden sufrir agresivos interrogatorios—, así como la destrucción de sus equipos; también se hizo frecuente la expulsión de corresponsales extranjeros, una práctica no habitual en el pasado.

Reporteros Sin Fronteras, asimismo, constató que, durante 2017, en Venezuela, también aumentó la censura directa del Estado, ya que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) privó de frecuencia a numerosas radios y televisiones críticas; por otra parte, la escasez de papel golpeó a la prensa escrita de oposición. Todo este contexto colocó obstá-

culos para impedir la labor de los periodistas, dado que el gobierno busca que no se conozca la magnitud de la grave crisis política y económica que sacude al país desde inicios de 2016.

Durante todo 2017, de acuerdo con lo documentado por el Instituto Prensa y Sociedad, resultaron vulnerados los estándares internacionales establecidos por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) que deberían garantizar un Internet abierto, libre y democrático. De forma específica, en Venezuela se vieron afectadas siete de las categorías fundamentales que le dan sustento a la libertad de expresión en Internet. Al menos ocurrieron 50 casos que derivaron en 63 violaciones de los derechos digitales (IPYS, 2018).

Mirada retrospectiva

En el año 2004 se hace público un documento que lleva por título *El nuevo mapa estratégico de la Revolución Bolivariana*, al que también se le conoció como *La nueva etapa*. En ese documento se escribe: “El poder de la comunicación debe ponerse al servicio de la revolución (...) El fuego comunicacional de la mayoría de los medios privados (lacayos de los intereses imperiales) silencia las voces del pueblo (...) Entre otras, las medidas que debieran adoptarse para (articular y optimizar la nueva estrategia comunicacional) (...) serían, [entre otras, el] fomento de la comunicación alternativa y comunitaria(...), [la] creación de medios públicos y fortalecer los existentes, procurar espacios de TV, radio y prensa (...), [la] creación de grupos de formadores de opinión, comunicólogos e intelectuales para contribuir a conformar matrices de opinión favorables al proceso(...), [la] facilitación de la habilitación de radios comunitarias” (Bautista de Alemán, 2014). Esta estrategia, esbozada en diez grandes objetivos, es la que hereda, en el sector de las comunicaciones, el gobierno de Nicolás Maduro inaugurado el 19 de abril de 2013 con su juramentación ante la Asamblea Nacional.

Es cierto que con el tiempo se han producido cambios de rumbo, formulación de nuevas estrategias y reorientación de políticas comunicacionales, pero lo que sí es evidente es que el nuevo gobierno se encontraba con unas bases ya conformadas en los años anteriores a la asunción de Nico-

lás Maduro. Durante quince años el gobierno de Hugo Chávez fue estableciendo gradualmente una acción comunicativa evidente y una cultura que rompe inicialmente, creemos que de forma voluntaria, con la relación entre comunidad y comunicación, tal como la veníamos conociendo en Venezuela a lo largo de nuestra historia democrática más reciente.

Entonces el resultado fue que, al transformar las comunicaciones, se alteraron las relaciones comunitarias, fueran estas comunicaciones de convivencia humana o de cultura de masas. El periodista Boris Muñoz lo dijo claramente en el año 2008, cuando expresó que estábamos en presencia de un “*cesarismo mediático*”:

De hecho, gran parte de su éxito consiste en haberse expuesto de la manera que lo ha hecho a la mirada de los medios en un largo proceso de construcción de su imagen pública que va del 5 de febrero de 1992 hasta el día de hoy. Ese proceso ha tenido, en el fondo, un objetivo preciso: aprender a manejar los medios a partir de la comprensión de que una buena parte de los agenciamientos sociales de la actualidad no solo pasan a través de ellos, sino que se conforman y adquieren sentido en su seno. En otras palabras, Chávez es el primer presidente venezolano que abrazó hasta la alucinación la mediática, esto es, el control de la sociedad a través de los medios, como el recurso más efectivo para la concentración del poder y la cancelación de la política, dando así libre espacio a la absurda creencia de que la realidad política y social venezolana se puede reducir a lo que transmiten los medios y a la superstición de que la figura del presidente y el Gobierno son la misma cosa. Por estas características es que puede verse a Hugo Chávez como un César comunicacional, un mandatario que ejerce su gobierno desde una tribuna mediática como si él mismo fuese un factor de estabilidad social y cohesión política sin el cual la sociedad venezolana quedaría sometida al caos y la violencia (Muñoz, 2008, p. 6).

Es muy difícil lograr ubicar datos e información sistemática que resulte confiable, desde el gobierno y los despachos referidos al tema de lo comunicacional, de ahí entonces que hacer un diagnóstico de las comunicaciones del régimen es una tarea que siempre resultará una aproximación de la realidad. Recordemos que estamos en presencia de un *proyecto-proceso* que es poco transparente en el manejo de la información pública como bien público. Entonces, ante esa dificultad, el recuento que ofrecemos siempre resultará incompleto, pero nos ilustrará en la idea que tenía el gobierno de

Hugo Chávez Frías —y que lo asume como legado el gobierno de Nicolás Maduro— de lo que debía y debe ser el manejo de lo comunicacional y la necesidad de crear una estructura de medios *afecta* que se ha venido dando muy poco a poco, pero que hoy tiene una densidad que, política y comunicacionalmente, debe tomarse en consideración. Para el gobierno de Hugo Chávez fue muy importante dotarse de una *nueva comunicación*, que pasó por remozar la que se encontraron dentro del aparato estatal, y ampliar la que habían encontrado al asumir el gobierno.

Crear una nueva comunicación es romper con la que ha modelado buena parte de nuestra conciencia social durante 79 años de radio y 52 de televisión puestas al servicio de los intereses del poder económico, político y cultural instituido. La tarea no resulta nada sencilla. Es titánica, pero debemos asumirla con mucha fuerza, si es que queremos demoler el viejo régimen a nivel ideológico (Hernández, 2005, p.18).

El gobierno de Hugo Chávez Frías, en respuesta a la alineación mediática abierta de 2002-2003 con los factores de oposición, asumiría luego un papel activo en el mundo de las comunicaciones. No sería suficiente la armazón jurídica que se empezaba a perfilar como política pública frente a los *massmedia*, sino que el mismo gobierno requería contar con una nueva plataforma de medios. Plataforma muy alejada de la idea y concepción de un servicio público de medios, sino que fue el diseño de una operación comunicativa trazada para la “contrainformación, la guerra informativa y la confrontación ideológica”. Quien fuera viceministro del Ministerio de Comunicación e Información en el año 2005, el periodista William Castillo (hoy director general de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones), lo llegó a expresar muy claramente:

En los años 2001-2002 cuando se comienza la agudización de la crisis política en Venezuela surge en el Ejecutivo el interés por replantearse el tema de los medios, por razones muy claras: es un Gobierno que está sometido a una guerra mediática implacable, a un bombardeo mediático que evidentemente lo obliga a tener que dar respuesta y se encuentra con unos medios que no estaban preparados para eso. Y allí surgen algunas iniciativas. Una vez sucedido el golpe de Estado y recuperado el poder político, pero entrando en una fase de crisis política muy intensa, los me-

dios oficiales asumieron el rol de defensa política del Gobierno, sin ambages, sin cortapisas, claramente asumido de manera consciente y necesaria (Delgado-Flores, 2005, p. 72).

Actualmente, todo el conjunto de medios del gobierno en funciones de Estado, medios que deben ser de servicio público, se encuentran agrupados en el Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (Sibci) que fue dado a conocer en febrero de 2013 en el marco del lanzamiento de la señal de la Televisión Digital gratuita abierta (TDA). Sustituyó a lo que era el Sistema Nacional de Medios Públicos. El Sibci se crea a través del Decreto N° 9.422 publicado en la Gaceta Oficial N° 40.130 del 18 de febrero de 2013. Tiene como funciones “la coordinación, desarrollo, fomento y ejecución de las políticas integrales de comunicación e información del Estado venezolano”. Por su parte el Sistema Bolivariano de Comunicación e Información está adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MINCI).

El Ministerio de Comunicación e Información (MINCI) fue creado el 19 de agosto del 2002 por el presidente Hugo Chávez Frías. Sus bases legales se fundamentan en la Constitución de la República Bolivariana, el Decreto N° 1.424 de la Ley Orgánica de la Administración Pública; la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (reforma de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, 2008); la reforma Parcial de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; Ley Orgánica del Poder Popular; Ley Orgánica de la Contraloría Social; Ley sobre Derechos de Autor; y la Ley Orgánica del Consejo Federal de Gobierno, entre las más importantes. Sus funciones están definidas en estos términos: “consolidar el desarrollo e integración de una política comunicacional, informativa y propagandística del Estado, estructurada desde la articulación y coordinación efectiva entre los poderes públicos, para promocionar a través de sus políticas públicas, la comunicación democrática, protagónica y participativa”.

Los entes comunicacionales que están adscritos al MINCI son: Fundación *Ávila TV*, Fundación *Correo del Orinoco*, Fundación Premio Nacional de Periodismo (FPNP), Fundación *Televisora Venezolana Social (TVES)*, Servicio Autónomo Imprenta Nacional y Gaceta Oficial (SAIN-

GO), *Agencia Venezolana de Noticias (AVN)*, Fundación Distribuidora Nacional de Cine Amazonia Films, Fundación Villa del Cine, C.A. *Venezolana de Televisión (VTV)*, *Circuito Radial Mundial (YVKE)*, Corporación Venezolana de Telecomunicaciones (Covetel), *Radio del Sur, C.A.*, Compañía Anónima *Radio Nacional de Venezuela (RNV)* y la Agencia Venezolana de Publicidad, S.A. (AVP). Estos son los entes descentralizados que actualmente están bajo la dirección del Ministerio de Comunicación e Información.

De ahí parte el nuevo gobierno. Así, el presidente Nicolás Maduro seguirá haciendo un uso intenso de la televisión, y su discurso es de abierta confrontación hacia los medios y sus periodistas, convirtiéndolos, junto con el tema de los oligarcas y el imperialismo fundamentalmente estadounidense, en los enemigos de la revolución y del pueblo. Las alocuciones siguen conformando una narrativa polarizadora, al igual que su predecesor, en donde la apelación al pueblo es reiterada. Es la representación, una vez más, del populismo pero ahora aderezado con los soportes que le proporciona la llamada cultura de masas. Es el surgimiento del *populismo mediático*. Como dice Umberto Eco, estamos en presencia de un régimen de medios en donde no solamente es importante lo que se dice, sino cómo se dice, a través de la retórica (del lenguaje) que le proporcionan los *massmedia*, pero muy especialmente la televisión. “La lógica televisiva de Maduro es la misma de Chávez, aunque carezca del carisma de aquel. Mostrarse en televisión es su forma de hacer gobierno” (Cañizález, 2013, p. 9).

El gobierno de Nicolás Maduro emprendió una serie de acciones políticas que van más allá de las agresiones verbales del propio presidente contra periodistas y medios. Es importante destacar el hecho de que la estructura de propiedad de algunos medios, de alcance y circulación nacional, haya sufrido cambios no solo con el traspaso de propiedad, sino que en ese traspaso no ha habido claridad en cuanto a quiénes son realmente los compradores-dueños del medio.

De igual manera, hay que destacar la aprobación de la nueva normativa que afecta a la información, tanto pública, como a aquella que proviene de los medios privados-comerciales, y la creación de instancias que tienen a su cargo la observancia, vigilancia y clasificación de información que el go-

bierno considere “estratégica”. También debemos apuntar las limitaciones y la censura que ha sufrido el servicio de Internet desde la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, que ha considerado a cierta y determinada información como inoportuna. Igualmente, las restricciones administrativas que han sufrido los medios impresos para la compra de papel y de insumos para la impresión. Todas estas acciones, realmente novedosas en el entorno comunicativo del país, se juntan con las que nos son conocidas y que constituyen una constante o patrón de violaciones a la libertad de expresión: intimidación, agresión física y verbal, hostigamiento, censura, persecución judicial, ataques a medios, restricciones administrativas, situaciones de autocensura, amenazas a medios y periodistas, y restricciones por la vía legal.

¿El gobierno adquiere medios?

El gobierno de Nicolás Maduro ha seguido otra línea de acción frente a los medios de comunicación que, seguramente con el tiempo, será más efectiva y estratégica ante un posible cambio gubernamental. Pero también es el producto de que la crisis del país, tanto en los órdenes político, social y fundamentalmente económico, se ha ido agravando, y en tal sentido, el poder requiere silenciar aquella información crítica hacia su gestión pública.

Desde que Maduro asumió oficialmente la presidencia, en abril de 2013, ha habido cambios significativos en la estructura de propiedad de algunos medios impresos y radioeléctricos a lo largo del país. Ha sido un proceso demasiado acelerado, como acelerada ha sido la crisis gubernamental que debe ser silenciada y/o manipulada. La investigación *Propietarios de la censura en Venezuela* del Instituto de Prensa y Sociedad de Venezuela (IPYS) en alianza con *Armando.info* y *Poderopedia* han apuntado que la investigación muestra cómo las ventas estuvieron forzadas por un conjunto de presiones contra los medios por su línea editorial como la apertura de procesos judiciales y cierre de fuentes de información. Tras el cambio de propiedad, se evidenciaron modificaciones de la línea editorial y esfuerzos por silenciar a periodistas críticos. Una constante fue la disminución de las unidades de investigación en impresos y en televisión. Otra,

la renuncia y despido de muchos periodistas de su lugar de trabajo luego de haber sido víctimas de la censura por los cambios en la línea editorial.

Personajes que no pueden ser mencionados en los medios, fuentes que no pueden ser consultadas, amenazas a periodistas por la cobertura de ciertos temas sensibles, así como mayor espacio a eventos ligados con poderes regionales o nacionales son algunas constantes que revelaron testimonios de periodistas de distintas regiones, que vivieron los cambios de propiedad en medios de comunicación venezolanos (IPYS, 2015, p. 92).

Este proceso lo denominamos de *apropiación indirecta*, que no es más que la conformación en nuestro país de un *monopolio informal* del espacio público. La periodista Paola Bautista de Alemán en una investigación (*A callar que llegó la revolución*, 2014) detecta en estas operaciones de compra y venta de medios unas características comunes:

- El proceso se comienza con una serie de rumores sobre negociaciones en torno a la venta del medio que se ventilan en las redes sociales.
- Tiempo después, y una vez concretado el negocio, se realiza una reunión con los trabajadores en la que se promete que “no cambiará nada”. Sin embargo, nunca se revela el nombre de los verdaderos compradores y, para las preguntas incisivas y lógicas de los periodistas, no hay respuesta.
- Una vez que el medio cambia de manos se realizan los cambios y, utilizando la tesis de la llamada *objetividad periodística* como excusa, comienzan a desaparecer las voces disidentes. Dependiendo del medio y del momento, esta transición hacia la censura y la propaganda se ha realizado con mayor o menor resistencia. A medida que la *apropiación indirecta* se consolida como mecanismo de secuestro del espacio público, se reduce la curva de aprendizaje y el régimen encuentra la manera de reducir el costo político que puede acarrear la desaparición de un medio que sirve a la democracia.

El presidente editor del diario *El Nacional* –Miguel Henrique Otero– maneja la hipótesis de que estos cambios de propiedad de importantes medios de comunicación, que además han sido muy críticos y molestos al gobierno, es un nuevo modelo de control y nos dice que el gobierno está detrás de las compras como una nueva modalidad de oprimir la libertad

de expresión y acallar las voces opositoras. Ellos cambiaron la estrategia, durante años trataron de reprimir a los medios, atacando a los periodistas, abriendo juicios, utilizando legislaciones como la Ley Resorte, pero ahora se dieron cuenta de que también pueden comprar medios y hay quienes le aceptan el cheque. Además, lo hacen utilizando los fondos públicos –acusar–, como en el caso de *Globovisión* y la Cadena Capriles a través de intermediarios que se prestan para eso o les dan el mandato para que hagan este tipo de operaciones (*Producto*, 2013, p. 49).

- Así, en el medio televisivo nos encontramos con la venta del canal *Globovisión* y su cambio de línea editorial e informativa. Hoy, este canal que intenta convertirse “en el primer centro de noticias multimedial del país”. Nos presenta una programación muy distinta a la que nos era ya conocida, ya que *Globovisión* fue siempre un canal muy crítico del gobierno durante los quince años de su existencia bajo la propiedad de Guillermo Zuloaga y Nelson Mezerhane como accionistas mayoritarios.

A lo largo de su existencia como canal crítico, incluso militante políticamente en el campo de la oposición, estuvo bajo la amenaza de gran cantidad de procedimientos administrativos legales abiertos en su contra por Conatel, a solicitud de instancias gubernamentales que venían desde el Ejecutivo Nacional, ministros e, incluso, la fiscal general de la República. En carta de Guillermo Zuloaga a los empleados y periodistas del canal dijo al respecto que

Eso nos puso en una situación muy precaria como canal y como empresa, sumándole a esto el cúmulo de procedimientos judiciales, y el tener una concesión que vence en dos años, sin que se vea la posibilidad de renovación. Adicional a esto, el debilitamiento de la economía y su directa consecuencia sobre nuestro flujo de caja, nos convirtió el día de hoy en una empresa inviable (...) somos inviables políticamente, porque estamos en un país totalmente polarizado y del lado contrario de un Gobierno todopoderoso que quiere vernos fracasar (Zuloaga, 2013, p. 8).

El eslogan de identificación ahora es “Noticias estés donde estés” y su definición como canal netamente informativo expresa: “*Globovisión* debe darle cabida a las denuncias y críticas de esta sociedad e, inclusive, a sus funcionarios públicos y líderes en general, pero preservando el respeto y

la objetividad. Le brindamos una pantalla más amigable y dinámica que no pierde de vista nuestra razón de ser: la noticia”. Se menciona que los nuevos dueños tienen relación con el sector asegurador y con el sector bancario. Se refieren los nombres de Juan Domingo Cordero, Gustavo Perdomo (presidente ejecutivo del canal) y Raúl Gorrín. Personajes estos que, de alguna manera, aparecen vinculados con el gobierno y directivos-propietarios de Seguros La Vitalicia. La venta del canal ocurre en mayo de 2013 y se dijo que fue por el monto de 97 millones de dólares. Pero la opacidad informativa sobre la operación de compra-venta del canal es absoluta.

El otro cambio importante en el escenario mediático del país fue la venta de la Cadena Capriles. Este grupo, que contaba en su haber con una trayectoria de 70 años y que había sido fundado por Miguel Ángel Capriles, pasaba a nuevos dueños. La venta estuvo precedida de un cierto misterio en cuanto a conocer quiénes eran los compradores y, hoy, nuevos propietarios. Lo que se ha dicho públicamente es que este consorcio mediático fue vendido a una banca de inversiones inglesa denominada Hanson Asset Management, que lo adquirió por medio de su filial Latam Media Holding. El Banco Occidental de Descuento (BOD) y su presidente, el señor Víctor Vargas, aparecieron en el panorama y se llegó a decir que era “el nuevo dueño”. Esto fue desmentido en comunicado público en donde se precisó que Víctor Vargas fue el intermediario y que representaba a un grupo inversor. Allí se aclara el papel del BOD:

Se ha acordado estrechar relaciones comerciales con el Grupo Financiero BOD, el cual, a través del Banco Occidental de Descuento, Banco Universal C.A., ha otorgado financiamiento superior a los Bs. 500 millones a los fines de potenciar la línea de negocios de la Cadena Capriles, así como los productos y servicios para sus 1500 empleados.

Sin embargo, después de varios meses de la venta, se pudo comprobar que el BOD había sido el principal financista en la compra. El Grupo Últimas Noticias fue vendido por 614 millones 812 mil 320 bolívares, unos 98 millones de dólares al cambio oficial. En este proceso de venta aparece el nombre de Samark López, quien es economista y empresario venezolano del sector de alimentos, y se le vincula al ex gobernador y luego vicepresidente ejecutivo del gobierno de Maduro, Tarek El Aissami. Sus

negocios han estado ligados a entes gubernamentales como Pdval, PDVSA Gas, gobernación de Aragua y, desde febrero de 2014, es presidente de una empresa cuyo cliente principal es la empresa estatal Petróleos de Venezuela (PDVSA).

Periodistas destacados han renunciado a la Cadena Capriles, especialmente al diario *Últimas Noticias*, por mostrar desacuerdo con la línea informativa y editorial que se quiere imponer. El director del otro diario del grupo *El Mundo, Economía & Negocios*, el periodista Omar Lugo, salió por solicitud de los nuevos propietarios. El caso más emblemático fue el de la periodista Tamoa Calzadilla y su equipo de investigación. Dos trabajos de investigación periodística, el primero un video que mostraba a policías y civiles disparando a manifestantes a raíz de los sucesos del 12 de febrero de 2014 y el segundo trabajo referido a manifestantes y policías en enfrentamientos, fueron los responsables de la renuncia de la unidad de investigación de *Últimas Noticias*.

Más adelante vino la venta del diario *El Universal*. Se dijo que un grupo español había comprado el periódico. Ha habido, hasta los momentos, total opacidad en esa venta y nada se sabe de quiénes son realmente los nuevos propietarios. Aunque se ha dicho, por diversas vías, que el grupo español Epalística S.L sería el que llevó adelante la operación, se desconoce el nombre de los socios. Lo que llama la atención es que se trata de una firma que nace el 24 de julio de 2013, con apenas un capital de 3.500 euros aproximadamente, para aquel momento unos 4.000 dólares. Aparece también una firma registrada en Panamá, llamada Tecnobreaks Inc. como cabeza de la directiva. No hay datos precisos de quiénes son realmente los que compraron este medio, el más antiguo impreso del país, aún con ediciones en papel.

Lo que sí ha sido evidente es que su línea informativa ha cambiado radicalmente en pro de ser más favorable al gobierno. También se supo que la venta se hizo por la cantidad de 90 millones de euros. Muchos articulistas y periodistas, que posiblemente resultaban incómodos a la nueva agenda informativa, renunciaron, o se les pidió que dejaran el periódico. Hasta la caricaturista Rayma Suprani (Rayma) fue despedida a propósito de una de sus caricaturas. La misma caricaturista había declarado a *CNN* en español:

No sabemos quién compró *El Universal* ni quién paga los salarios (...) Pero ahora sabemos que les molesta una línea editorial crítica. Así que podemos suponer que no fue un hombre invisible, sino el gobierno, quien se apoderó del periódico (*CNN* en español, 2014).

Se debe reseñar la venta de otro diario, pero esta vez de circulación regional. Se trata del periódico *Notitarde*, que tiene su sede principal en la ciudad de Valencia –estado Carabobo– y es el segundo diario de mayor tiraje y circulación en el país. Mantenía una línea muy crítica. Se dice que la venta se oficializó el 7 de enero de 2015. Este diario regional era propiedad de Ricardo Degwitz, quien desde el año 2012 había sido acusado por altos funcionarios del Gobierno de ser un “desestabilizador”. Incluso el presidente de la Asamblea Nacional, Diosdado Cabello, declaró públicamente que Ricardo Degwitz, como presidente del periódico, había colaborado con Walid Makled, acusado de narcotráfico. Hasta el gobernador del estado Carabobo, Francisco Ameliach, había denunciado al director de *Notitarde* por “planificar un homicidio”, y dejaba entrever que podría ser el de su propia persona o el del presidente Nicolás Maduro. Los nuevos dueños nada tienen que ver con el mundo de la industria de medios y la cara visible de esta compra es el empresario hotelero José Rodríguez Álvarez, quien, en sus primeras declaraciones ante los trabajadores y periodistas del medio, dijo: “Es primera vez que me meto en un negocio donde no hay un socio que conozca de este negocio (...) Todo lo que se amerite para que la empresa vaya mejor, se hará”. Y luego expresó: “Sí me senté con el Gobierno, les pregunté si, de comprar *Notitarde*, obtendría papel y me dijeron que sí, solo me pidieron pluralidad, y pluralidad no quiere decir parcialidad”.

Junto con esta recomposición del ecosistema privado de comunicaciones en Venezuela, actualmente la estructura comunicacional gubernamental tiene un peso fundamental para este proceso y proyecto político. Veamos cuáles son los medios del gobierno:

I. En la televisión

A lo largo de estos años del *proyecto* de la *revolución bolivariana*, el gobierno cuenta con una red de 14 canales de televisión: *Venezolana de Televisión* (VTV), *Vive TV*, *Ávila TV*, *TEVES*, *Conciencia TV*, *TVFANB*,

ZUM TV del Ministerio de la Juventud, *PDVSA TV* de la industria petrolera (esta televisora tiene canales asignados en TDA/TDT), *TV Comunas*, el canal HD del Sibci, *Colombeia TV* (este canal del Ministerio de Educación cuenta con una señal analógica en Caracas por el canal 64 UHF), *123 TV* y *Telesur*. Este último es un canal de alcance regional que se sintoniza por cable o satélite, fue puesto al aire en 2005 y cuenta con el respaldo financiero y logístico mayoritario de Venezuela y, en menor medida, el de seis países: Cuba, Bolivia, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Argentina (el nuevo gobierno argentino de Mauricio Macri se desligó de este canal). Según informaciones de quien fuera su presidente, y además para aquel momento ministro de Comunicación e Información (MINCI), Andrés Izarra, el canal cuenta con 50 millones de dólares de presupuesto al año, 400 empleados de la cadena y 12 oficinas en el extranjero, y ha hecho importantes inversiones en lo digital y difusión por satélite.

Pudiéramos incluir al canal de la Asamblea Nacional (*TV-ANTV*), que estuvo adscrito al Poder Legislativo hasta que los factores de oposición en la elección de diciembre de 2015 se hicieron con la mayoría parlamentaria; su programación responde a la posición oficial del gobierno y al Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

La presencia del mundo militar es muy marcada en el gobierno y, ahora, bajo la presidencia de Nicolás Maduro, esta figuración es cada vez mayor. Por ejemplo, 11 (48%) de las 23 gobernaciones del país estaban ocupadas en 2014-2015 por hombres de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana (FANB). Una investigación de Guzmán Pérez, especialista en historia de la Fuerza Armada y estudios de Estado Mayor, publicada en 2013 por el diario *El Nacional*, nos dice que en los últimos 15 años cerca de 1.614 militares de distintos rangos, entre activos y retirados, han desempeñado y ejercen cargos en la administración pública. Apunta igualmente que 1.246 fueron designados por Hugo Chávez, y 368, por Nicolás Maduro. Hoy los militares están en gobernaciones, alcaldías, en los ministerios, en los viceministerios, en la Asamblea Nacional, en consulados y en embajadas (Nederr, 2013). Pero también están en el sector de las comunicaciones gubernamentales. Cuentan con un canal de televisión que se transmite vía TDA/TDT que es *TVFANB*, el cual está adscrito al Sistema de Comunicaciones de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana.

Sin embargo, la preferencia de la audiencia no se inclina por la televisión gubernamental. Según el “Informe sobre las preferencias televisivas de la audiencia venezolana para el año 2014” de la empresa AGB Nielsen Media Research todos los canales oficiales apenas obtuvieron un 7.6% de impacto. El principal canal de la televisión “pública”, que es *Venezolana de Televisión (VTV)*, es quien tiene mayor audiencia, con un exiguo 4.8%, que corresponde a una audiencia media de 47.380 espectadores y un *reach* del año de 801.947. Cuando comparamos este impacto con el que tienen los canales privados como *Venevisión* (18.8%, corresponde a una audiencia media de 186.853 espectadores y un *reach* del año de 1.732.385), *TeleVén* (13.3%, corresponde a una audiencia media de 132.151 espectadores y un *reach* del año de 1.416.187), y frente a lo que es la televisión paga o televisión por suscripción, con 49.6%, los datos se hacen más insignificantes (equivale a una audiencia media de 492.900 espectadores y a un *reach* del año de 2.545.815 de audiencia).

II. En la radio

En el sector de la radio nos encontramos con el circuito de *Radio Nacional de Venezuela (RNV)*, que cuenta con 11 estaciones transmisoras de amplitud modulada a lo largo de todo el territorio nacional y ofreciendo cuatro programas: un canal informativo (630 AM), un canal clásico (91.1 FM), un canal musical y un canal juvenil que llaman *Activa 103.9 FM*. Igualmente, la *Radio Nacional de Venezuela* posee todo un servicio informativo en onda corta que cubre una buena parte del continente, incluyendo Centro América, el Caribe y EE.UU; el circuito *YVKE Mundial* que alcanza a todo el país por intermedio de *YVKE Mundial Caracas (550 AM)*, *Mundial Zulia (1070 AM)*, *Mundial Los Andes (1040 AM)* y *Mundial Margarita (1020 AM)*; *Radio Tiuna 106.1 FM* de la Fuerza Armada Nacional, la cual cuenta con cuatro filiales: una en el estado Apure, tres en el estado Táchira, cuatro en el estado Zulia, una en Amazonas y una en Nueva Esparta. Hay que mencionar también a *Radio Sur*, hermana de *Telesur*, que se orienta con los mismos objetivos del canal televisivo, es decir “un medio del sur que le quiere dar una voz al sur”. Igualmente está la radio de la Asamblea Nacional, *AN Radio*.

III. En los impresos

El mundo de los impresos se encuentra representado por un diario de circulación nacional, que es *El Correo del Orinoco* (cuenta con edición en inglés de forma encartada). *El Correo del Orinoco*, los días domingo, incluye una revista de distribución gratuita que forma parte del Sistema Masivo de Revistas del Ministerio del Poder Popular para la Cultura. Este escenario de publicaciones dominicales está integrado por ocho revistas: *A Plena Voz*, *Arte de Leer*, *Así Somos*, *La Revuelta*, *La Roca de Crear*, *Memorias de Venezuela*, *Poder Vivir* y *Se Mueve*. Todo un conjunto de publicaciones que intenta reafirmar un *modelo cultural* que sustituya al anterior de carácter “consumista, individualista, imperialista y capitalista”, como han expresado desde el Ministerio del Poder Popular para la Cultura. Se trata de la *reinstalación y promoción* en la vida cotidiana, de valores, ética e ideología bolivarianos y socialistas. Para estas publicaciones, el gobierno ha construido una imprenta moderna y muy bien equipada, que se conforma como Fundación Imprenta de la Cultura (“La Imprenta de la Revolución”), de donde han salido libros de diverso formato y de contenido “revolucionario”: desde historia, ensayo, narrativa, poesía, contenido para niños, pedagogía, ciencia, tecnología popular, comunicaciones, discursos presidenciales, afiches alusivos a determinadas fechas y conmemoraciones. Sus responsables han manifestado que se trata de “libros para la gente” como propuesta comunicacional. Dentro de lo impreso debemos inventariar también la publicación semanal, tamaño tabloide y encartada gratuitamente en *El Correo del Orinoco*, del Semanario Cultural del Poder Popular *Todos adentro*, que tiene como eslogan: “Revolución de la conciencia”. En febrero de 2005 apareció una publicación quincenal del MINCI, de nombre *Palabra y Media*, de distribución gratuita, con 15 mil ejemplares, en donde se formulaban las políticas comunicacionales del gobierno. Apenas duró ese año.

Luego está un grupo de diarios localizados en distintos espacios geográficos del país: *Ciudad CCS*, que aparece en 2009 (de la Alcaldía de Caracas y de distribución gratuita); A partir del año 2012 nos encontramos con los diarios *Ciudad Valencia* (*Ciudad VLC*) y *Ciudad Petare*; En el año 2013 aparece *Ciudad Cojedes*. Todos de tamaño tabloide, de agradable

diseño gráfico y contenidos periodísticos y de opinión que invisibilizan a una parte del país por no estar con el “proceso”. La ministra de Comunicación e Información, Jacqueline Faría, anunciaba en octubre de 2014 la creación de nuevos diarios para los estados Mérida, Lara, Vargas y Anzoátegui: *Ciudad Mérida*, *Ciudad Anzoátegui*, *Ciudad Barquisimeto* y *Ciudad Vargas*. De esa forma, el Gobierno contaría con 7 medios impresos.

El surgimiento de estos nuevos medios impresos coincide con las restricciones para el suministro de papel periódico a los medios privados. Hoy, los diarios requieren para su impresión, la autorización para la compra de papel a través del órgano oficial encargado de esta operación. El 12 de agosto de 2014 nace el Complejo Editorial Alfredo Maneiro S.A. (Ceam), mediante decreto presidencial, y tiene como funciones “la producción, distribución y comercialización de diversas publicaciones, destinadas a la información, divulgación, propaganda y publicidad”. Pero también el Ceam se ha convertido en el único importador y proveedor de papel prensa; se trata de un monopolio estatal sobre el papel prensa. Este Complejo Editorial Alfredo Maneiro ha recibido, vía créditos adicionales, unos 38 millones de dólares (al cambio oficial) entre 2013-2014, para el incremento de su producción, la adquisición de insumos y materiales, y el fortalecimiento de su infraestructura, que cuenta con tecnología moderna y, además, incluye una rotativa.

Una vez que se instauró este monopolio del papel prensa, se complicó la situación de diversos impresos privados del país. El Instituto de Prensa y Sociedad denunció que, entre agosto de 2013 y septiembre de 2014, por ejemplo, dejaron de circular 10 medios, y que 34 diarios y revistas tuvieron problemas con el suministro de papel. En 2017 otro número similar de impresos desapareció del papel, como lo señalamos al inicio de este texto, mientras que, comenzando 2018, el medio hasta ese momento decano del país, *El Impulso*, dejó de circular como impreso tras 114 años (*El Estímulo*, 2018).

Debemos mencionar también la *Agencia Venezolana de Noticias* (AVN), que no solo tiene corresponsalías en todo el territorio nacional, sino que también se ha extendido hacia ultramar. Es la heredera, primero de *Ven-pres*, que en enero de 2005 pasó a llamarse *Agencia Bolivariana de Noti-*

cias (ABN) y en junio del 2010 cambia a *Agencia Venezolana de Noticias (AVN)*. Nace como “una compañía anónima del Estado venezolano, con una estructura organizativa que se adapta a la modernización tecnológica y demandas de crecimiento”. Su primer director, Freddy Fernández, dijo en aquel momento: “Tenemos la responsabilidad de producir y recabar informaciones que apunten la construcción socialista de acuerdo con los valores establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, como la democracia participativa y protagónica, solidaridad, independencia nacional, soberanía plena; un mundo de paz y justicia social”.

La *AVN* tiene corresponsalías en casi todos los estados del país, además proporciona un servicio, conjuntamente con los despachos noticiosos, de audio y video. Su presupuesto para el año 2015 equivalía a 15 millones de dólares, al cambio oficial.

IV. En el mundo digital

En los tiempos presentes, el mundo de la web a partir de las redes sociales adquiere muchos significados al convertirse, especialmente Twitter, en una válvula de escape para el ejercicio de la libertad de expresión.

Ante la presencia de leyes y resoluciones restrictivas que limitan la información en los medios masivos de comunicación, ante la compra de medios por parte de personas afectas y cercanas al gobierno de Nicolás Maduro, produciendo cambios en la agenda informativa con sentido más que favorable hacia la gestión gubernamental, son los medios digitales los que han podido escaparse parcialmente de esos controles.

Presentamos algunos datos que extraemos del reporte de Tendencias Digitales. En el país, la penetración de Internet se ubica en 2018 en 59 % de la población, con tendencia al alza moderada en los últimos años. El 83 % de los internautas venezolanos pertenecen a los estratos sociales D y E. La gente se conecta en el hogar, principalmente, y va creciendo la navegación en Internet que se hace con conexión haciendo uso de los datos en los teléfonos inteligentes (Tendencias Digitales, 2018).

De acuerdo con Tendencias Digitales, el 83 % de quienes navegan dice leer noticias en Internet (2018). Este mismo año, en una investigación

que la asociación civil Medianálisis le encargó a la empresa Delphos, de estudios de opinión pública, un 16,1 % de los encuestados dijo tener a las redes sociales como su principal plataforma para buscar información (Cañizález, 2018). Entretanto, en 2015 existían 6,4 millones de cuentas en Twitter y más de 10 millones de cuentas en Facebook. Sin embargo, no puede soslayarse que el control casi absoluto del entorno digital lo tiene la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (Cantv) con 84 % del mercado. Además, el órgano regulador que es Conatel está adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información.

Aunque estas cifras parecen buenas, estamos lejos, en la Venezuela gobernada por Maduro, de estar entrando en la “Sociedad Red” o “Sociedad de la Información”. Cuando comparamos esos datos con los de otros países, según nos informan la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el servicio *InsideTelecom* y el *Global Information Technology Report*, el panorama no resulta tan promisorio. Por ejemplo, la velocidad de nuestro Internet está por debajo de la de Haití, es una de las más lentas del mundo y ocupamos el lugar 160 de 172. De acuerdo con cifras comparativas de América Latina y el Caribe, Venezuela tiene un promedio de velocidad en Internet de 1,61 Mbps en la Banda Ancha fija (BAF), la cifra más baja de América Latina (*Noticia al Día*, 2018).

Ahora la censura llega también al espacio digital y de la televisión por suscripción. Se han bloqueado imágenes en Twitter durante los sucesos de febrero de 2014 y, entre abril y julio de 2017, se sacaron de la televisión paga canales informativos internacionales como *NTN24*, durante las protestas en 2014, y *CNN* en Español en 2017, en ambos casos con decisiones sin procedimientos previos ni derecho a la defensa. En el caso de *CNN* en Español, la decisión de censura se produjo tres días después de que Maduro pidiera sanciones contra el medio informativo internacional (Cañizález, 2017).

Bajo el régimen de Maduro, *twittereros* han sido encarcelados, se ha creado el Viceministerio para las Redes Sociales con el fin de “hacer de las redes un espacio de paz e inclusión”, según reza uno de sus objetivos. Nos informa *InsideTelecom* que, desde noviembre de 2013 hasta marzo de 2015,

unas 1.500 páginas web resultaron bloqueadas desde el ente regulador Conatel.

Para la organización internacional Freedom House, Venezuela tiene 50% en puntos para ser considerada una nación que viola los derechos de los usuarios, 52% en puntos para considerarse una nación que limita los contenidos y 72% para bloquear los accesos de los usuarios a las redes (*Inside Telecom*, 2015, p. 2).

V. El *¡Aló, Presidente!* y las cadenas presidenciales

No podemos dejar de mencionar lo que fue la producción del programa dominical radiotelevisivo *¡Aló, Presidente!* a cargo del MINCI, con el fallecido Hugo Chávez, que impuso un modelo comunicacional de gobierno no solo en Venezuela. El primer programa se transmitió desde *Radio Nacional de Venezuela* el 23 de mayo de 1999 y el primer programa televisivo desde *VTV* salió al aire en el mes de agosto del año 2000. El programa tuvo una historia de 13 años y el más largo duró 8 horas y 7 minutos y fue el número 295 desde el Estado Zulia. *¡Aló, Presidente!* dejó de transmitirse a partir de finales del año 2012 por motivo de la enfermedad y posterior desaparición del presidente Hugo Chávez Frías.

El *¡Aló, Presidente!* se convirtió en la “estrella” de la política comunicacional del gobierno. Esta alocución dominical, según información del MINCI, reportó un total de 1.656 horas y 44 minutos. Es decir, que Hugo Chávez Frías habló un total de 99.404 minutos en 13 años de gobierno a través del *¡Aló, Presidente!* El gobierno lo que hizo fue aprovechar y sacarle partido al halo mediático y carismático que tuvo la figura de Hugo Chávez Frías. El periodista Alonso Moleiro lo describía así:

Cinco horas seguidas pontificando sobre política, economía, agro-industria, comercio, informática, comunidad. Cinco horas haciendo apología al anecdotario personal y popular. Cinco horas interactivas frente a la pantalla, haciendo de la política un espectáculo, haciendo de la información una causa, sin cortes comerciales, sin almuerzos, sin idas al baño, sin momentos de descanso para el gañote. Cinco horas seguidas caminando y hablando sin parar (...) ¿Existe en el mundo otro programa televisivo como ese? No podemos afirmarlo. No sabemos (...) si, en algún rincón del mundo, exista un fenómeno mediático

tan elocuente, obsesivo, incansable, sermoneador y egocentrista; con el mismo impacto en las masas; con la misma influencia sobre la marcha de la opinión pública. Cada lunes, sabremos lo alta que vendrá la marea de la semana luego de constatar por dónde vino esta vez ¡*Aló, Presidente!* (Moleiro, 2005, p. 8).

Pero tan importante fue este programa, que pasó a convertirse en un medio de comunicación con todas sus reglas y estructura comunicacional, incluso, con su lenguaje propio. El formato de ese programa sería imitado por gobernadores en distintas regiones del país a través de los medios radioeléctricos regionales.

En la misma línea de acción comunicacional, en la segunda semana de marzo de 2014, salió el programa radial *En contacto con Maduro*. El propio presidente dijo en su primer programa que este “funcionará como una herramienta comunicacional para estrechar el contacto con el pueblo venezolano. Así, estamos iniciando un ciclo con una nueva forma de comunicación, donde vamos a combinar la radio con las redes sociales”. El programa se transmitió a través de *Radio Nacional de Venezuela*, *Radio del Sur*, *YVKE Mundial* y la red de emisoras comunitarias. En realidad, es un programa de radio que se transmite por televisión, ya que la red oficial televisiva también lo transmite. El espacio de Maduro no ha sido constante, incluso, en algún momento ha llegado a ocupar la jornada dominical tal como ocurría con el programa de Chávez, quien sí aparecía de forma cotidiana en pantalla los domingos, salvo contadas excepciones. En noviembre de 2017 se bautizó como *Los domingos con Maduro* y, en su momento, se presentaba como una producción televisiva en la que el presidente daría “tubazos² y anuncios importantes” (*Correo del Orinoco*, 2017).

En el terreno de la voz y palabra del presidente, debemos hacer referencia a las llamadas *cadena presidenciales* que se contemplan, como instrumento de “razón de Estado”, en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en su artículo 192 y avaladas todavía mucho más por el artículo 10 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos que hace referencia a “modalidades de acceso del Estado a espacios gratuitos y obligatorios”. El uso de estas alocuciones ha servido para cualquier

2 *Tubazo* se le llama coloquialmente en Venezuela a las primicias periodísticas.

propósito: transitando entre el proselitismo político, como instrumento electoral, como medio de fijación de política pública, como forma de agresión a la oposición e, incluso, a la ciudadanía, tanto nacional como regional e internacional, y hasta como medio de politización e ideologización. La empresa AGB Panamericana ha llevado la cuenta del tiempo total en el aire y las cifras son sorprendentes: el 2 de febrero de 1999, que fue el día en que tomó posesión Hugo Chávez Frías, se dieron cuatro cadenas presidenciales que totalizaron un total de 8 horas de duración en el horario matutino, vespertino y lo que llaman “*prime time*”. Desde esa fecha hasta el año 2013, la pantalla venezolana fue expuesta a 2.629 cadenas presidenciales (habló en cadena de radio y televisión durante 99.000 minutos), con un promedio histórico de duración de 43 minutos diarios de alocución presidencial. La fuente de los canales de televisión señalaban, a manera de muestra, que las pérdidas que sufrieron los canales privados de televisión en el año 2002 por este tipo de intervención estaba en torno a los 6 millones de dólares.

¿Cómo ha sido el comportamiento del gobierno de Nicolás Maduro con respecto a las cadenas presidenciales? Veamos lo siguiente al respecto (Cañizález, 2016):

El año 2015 cerró con 499 horas de Nicolás Maduro en transmisiones en cadena de radio y televisión, desde que asumió la presidencia en 2013. En las primeras semanas de 2016 superó las 500 horas. Todo un récord en una lógica que se inscribe dentro del abuso de poder. En una época que parece remota, este tipo de transmisiones se usaban de forma esporádica y para anuncios realmente importantes o en fechas patrias.

La cadena pasó a ser parte de la programación habitual, con el gran detalle de que, al producirse una cadena presidencial, la audiencia pierde control sobre lo que ve por la televisión o escucha por la radio, puesto que son mensajes obligatorios. La presidencia, cada vez que emite una cadena, le quita potestad al venezolano sobre su libertad de acceso a la información y al entretenimiento.

Para graficar el impacto de este tipo de transmisiones, hemos tomado una muestra del mes de abril de 2017, en un momento en el cual el país estaba atravesado por las protestas de calle. En esos 30 días del cuarto mes de 2017, Maduro habló 118 minutos diarios –en promedio– frente a las pantallas de televisión en Venezuela. Esto sumando

tanto las cadenas como las transmisiones a través de la señal televisiva de *Venezolana de Televisión* (Cañizález, 2017b).

Maduro heredó de Hugo Chávez le mecánica de hablar mucho tiempo ante las cámaras. Utiliza tanto las transmisiones obligatorias para todo el sistema de radio y televisión del país (sean públicas o privadas), las llamadas cadenas, junto a alocuciones que solo son de transmisión obligatoria para el canal estatal, *Venezolana de Televisión* (VTV). Este medio televisivo tiene por eslogan “el canal de todos los venezolanos”, pero, en la práctica, su pantalla la tiene copada el jefe de Estado.

De acuerdo con las cifras compiladas por @cadenometro (en la red social Twitter), y que también pueden verse en la web de la ONG Monitoreo Ciudadano, el presidente Maduro tuvo 20 cadenas en abril de 2017 (incluyendo los llamados “noticieros de la patria” que, sencillamente, están dedicados a exaltarle). Eso sumó 20 horas y 45 minutos. Esas cadenas, en aquel momento, representaron 41 minutos diarios, en promedio, de un mensaje que se pretende omnímodo sobre la sociedad venezolana. A esto se le suman las intervenciones transmitidas únicamente por VTV, con un promedio de 77 minutos cada día con las chácharas de Maduro. Cuando se totalizan ambas cifras, el presidente Maduro habló ante las cámaras de televisión el equivalente a un filme de largometraje, cada día.

De acuerdo con un análisis que, en su momento, publicó *El Nacional*, Maduro utilizó el 78 % de sus cadenas del año 2016 para atacar a la nueva Asamblea Nacional (luego de que la oposición democrática alcanzara el control del parlamento gracias al apoyo popular) y para defender el modelo económico de su gobierno (Morales, 2016), insistiendo en la tesis de que los empresarios privados son culpables de la crisis aguda que atraviesa Venezuela.

Se ha analizado de forma amplia cómo este tipo de transmisiones cercena la libertad de información. Por ejemplo, Maduro ha hecho cadenas justamente cuando hay situaciones de conflictividad en las calles de Venezuela: un intento de mostrar una situación de supuesta normalidad en el país. Este mecanismo sencillamente le resta posibilidad al ciudadano de acceder a la información.

Otra arista de las cadenas de radio y televisión, pero menos abordada, tiene que ver con el costo que este tipo de transmisiones le representa al Estado venezolano. Un valor publicitario moderado ubica el minuto de transmisión de televisión en Venezuela en 3.572.180 Bolívares (1.705 dólares al 12 de junio de 2017, según la tasa Dicom). Los 118 minutos que Maduro estuvo ante las cámaras de televisión, durante abril de ese año, implica que se invirtieron unos 421 millones de bolívares, cada día, para generar dichos contenidos. Las transmisiones de televisión de Maduro le costaron al país unos 6 millones de dólares durante el mes de abril. Una cifra para ubicar claramente la magnitud de este gasto propagandístico en la golpeada economía venezolana. De acuerdo con las autoridades de la propia gobernación de Mérida, se necesitaban 400 millones de bolívares para los insumos básicos del Hospital Universitario de Mérida, lo que equivale a un día del “bla, bla, bla” presidencial.

Con relación a este tema de los programas y las cadenas presidenciales, primero del fallecido presidente Hugo Chávez y ahora del presidente Nicolás Maduro, la profesora Elizabeth Safar expresó en relación a los costos que

Son incalculables los costos que produjeron estas modalidades de propaganda. Es un tema que tendrá que investigarse a fondo, pero, *grosso modo*, podemos decir que estos fueron de todo tipo: políticos, económicos, sociales, emocionales, culturales, psicológicos. Para los medios significó pérdidas incalculables al dejar de crear, producir, emitir, disminuir sus pautas publicitarias, prohibir la libre circulación de la comunicación, romper abruptamente la programación, ausencia de pluralismo, imposición de pensamiento único, todo bajo la amenaza de cierre, confiscación, revocatoria de permisos si la estación se negaba a transmitir las interminables cadenas presidenciales. ¿Cuáles fueron los impactos de las cadenas en la ciudadanía? ¿Creció el clientelismo político? ¿Fortaleció el culto a la personalidad? Son preguntas que esperan por estudios (Safar, 2013, p. 44).

A modo de conclusión

Al inicio de este texto mencionamos el informe de Espacio Público referido al año 2017, en el cual se contabilizaron 1.002 denuncias de violaciones, totalizando, según los indicadores de esta ONG, un total de 708

casos. Ha sido de lejos, en la década y media que esta organización lleva sus registros, el año más restrictivo y negativo para el ejercicio de la libertad de expresión, con claro impacto sobre medios de comunicación, periodistas y ciudadanos. Eso de por sí ya sería preocupante, en cualquier contexto.

Pero lo que resulta aún más alarmante es que el 2017 estuvo precedido de un 2016 que ya había batido, igualmente, los registros negativos y restrictivos en Venezuela. En el 2016, según Espacio Público, se registraron 366 violaciones del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela. Se trata de una por cada día. Con las bases metodológicas establecidas en 2002, y en las cuales tuvimos la oportunidad de participar como coautor de las mismas, el reporte de Espacio Público permite la mirada longitudinal y las comparaciones (Cañizález, 2017). Con propiedad, entonces, se puede establecer cuál ha sido el año más perjudicial. En este caso al mirar el conjunto, desde 2014 —ya con Maduro en el poder—, se inicia una suerte de escalada en la conflictividad (porque en muchos casos hablamos de violencia directa) generada desde el poder para afectar al periodismo crítico e independiente.

No es un asunto menor este aumento sustancial de casos a partir de 2014, según los datos de Espacio Público, ya que hubo informes en años particularmente complejos como 2002, 2003 o 2013.

Asimismo, como hemos indicado, en Venezuela se ha conformado un inmenso aparato de comunicaciones en manos del Estado. La lógica que ha regido a este modelo ha sido explícita en dos documentos claves que sirvieron para entender el conjunto de políticas y acciones públicas que hacia el área de la comunicación se habían diseñado y que poco a poco se fueron concretando. El primer documento fue dado a conocer en el año 2004 y se le conoce con el nombre de *La Nueva Etapa, el Nuevo Mapa* y el segundo documento se expuso en el año 2007 bajo el título *Proyecto Nacional Simón Bolívar*, también conocido como *Primer Plan Socialista 2007-2013*.

Pero estos dos documentos, que sirvieron de base para la conformación de lo que llamaremos un *nuevo régimen comunicativo gubernamental*, han sido desplazados y complementados con el Segundo Plan Socialista que lleva por nombre *Plan de la Patria (2013-2019)*. Las comunicaciones si-

guen ocupando un lugar de importancia dentro de este *Plan de la Patria*. Allí, en consonancia al anterior *Plan Simón Bolívar (Primer Plan Socialista 2007-2013)*, se declara “seguir construyendo la soberanía y democratización comunicacional” por medio de un conjunto de subobjetivos. Dentro ellos destacan la idea de fortalecer el uso de los medios de comunicación para impartir valores bolivarianos, garantizar el derecho popular a la información veraz, actualizar tecnológicamente la plataforma comunicacional del Estado y moldear los medios de comunicación nacionales con la defensa de la patria y la consonancia con los valores socialistas.

En los objetivos estratégicos y generales existen aspectos más puntuales en materia de comunicación:

- Fortalecer los sistemas de comunicación permanente, que permitan la interacción entre las instituciones públicas y el Poder Popular para la construcción colectiva del nuevo Estado socialista, bajo el principio de “*mandar, obedeciendo*”.

- Impulsar el nuevo orden comunicacional de nuestra América, con especial énfasis en los nuevos sistemas y medios de información regionales y en el impulso de nuevas herramientas comunicacionales.

- Fortalecer Telesur, garantizando una mayor presencia regional y mundial.

- Expandir el alcance de la Radio del Sur como herramienta comunicacional para la visibilización de los procesos políticos de la región.

- Fomentar las redes de cadenas informativas alternativas y comunitarias en la región, así como las redes sociales.

- Difundir de forma permanente información veraz producida por los países del ALBA y países aliados del sur.

- Garantizar la producción permanente de contenidos, para difundir a través de medios de comunicación regionales los avances económicos, sociales, políticos y culturales de la *Revolución bolivariana*.

- Llevar a niveles no vitales la conexión de Venezuela con las redes de comunicación e información dominadas por las potencias neocoloniales.

- Eliminar la dependencia de sectores estratégicos para el desarrollo nacional de redes de comunicación e información controladas por las potencias neocoloniales.

Como se puede apreciar, estamos en presencia de un Estado-comunicador, una categoría que ya Bisbal había trazado en los años de Chávez en el poder (Bisbal, 2009), que bajo Maduro se repotencia con una clara vocación autoritaria. Se ha visto en la comunicación y en la información el espacio privilegiado para la lucha entre las diferencias y para el combate, como le gustaba referir muy a menudo al fallecido Hugo Chávez Frías siendo jefe de Estado, contra aquellos que lo adversen por pensar diferente. Esta plataforma de medios en que se ha empeñado el gobierno en estructurar en todos estos años, pone a prueba dos consideraciones que pueden considerarse claves y que apuntamos: el papel del Estado y de las políticas públicas en comunicación, y la articulación del Estado con este ámbito tan estratégico como lo es la comunicación.

A lo largo de este período de la presidencia de Maduro, ha quedado en claro que el artífice y cerebro del modelo fue Chávez, pero el gobierno de Maduro en sus primeros cinco años se empleó a fondo en ocupar dicha plataforma comunicacional, amoldarla para su beneficio y profundizar el control sobre el ecosistema mediático.

Una muestra de esta suerte de perfeccionamiento en la política oficial de hegemonía y control se produjo en 2017 con la promulgación de una “ley constitucional” contra el odio, instrumento que emanó de la Asamblea Nacional Constituyente. Sin entrar en la discusión sobre el carácter no legal de este documento o de la condición de ilegitimidad de la ANC de Maduro, lo cierto del caso es que se trata de una imposición desde el poder para cercar aún más la expresión crítica en Venezuela. Un documentado y sucinto análisis del instrumento lo hizo precisamente Espacio Público (2017), por lo que no abundaremos acá en lo que ya está tan bien señalado. Lo hemos colocado como ejemplo, sin embargo, porque aún en un marco de desconocimiento del orden Constitucional, para el régimen de Maduro resulta prioritario avanzar en un esquema de mayor control sobre la opinión e información en la sociedad venezolana. Maduro, como hemos visto en estas páginas, profundizó el modelo que heredó de Chávez

una vez que tomó el poder. Se trata de un modelo que simboliza el autoritarismo comunicacional.

Referencias

- Bautista de Alemán, Paola (2014) *A callar que llegó la revolución. La imposición del monopolio comunicacional en Venezuela*. Caracas: Editorial La Hoja del Norte.
- Bisbal, Marcelino (2006) “El Estado-comunicador y su especificidad. Diagnóstico inacabado y estrategias”. En: *Comunicación. Estudios venezolanos de Comunicación*. N°. 134. Año 32. pp. 60-73. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Cañizález, Andrés (15 de octubre de 2013) *Sobre el madurismo y la censura*. Recuperado de: <http://blogs.noticierodigital.com/periodismoypoder/?p=975>
- Cañizález, Andrés (25 de enero de 2016) *Las 500 horas de Maduro en cadena*. Recuperado de: <http://monitoreociudadano.org/yomonitorio/2016/01/4903/>
- Cañizález, Andrés (16 de febrero de 2017) *CNN: Matar al mensajero*. Recuperado de: <http://historico.prodavinci.com/blogs/cnn-matar-al-mensajero-por-andres-canizalez/>
- Cañizález, Andrés (18 de junio de 2017) *El “bla, bla, bla” televisado de Maduro*. Recuperado de: <http://elestimulo.com/blog/el-bla-bla-bla-televisado-de-maduro/>
- Cañizález, Andrés (17 de mayo de 2018) *Ciudadanía, medios e información en Venezuela: Claves de una transición*. Recuperado de: <https://prodavinci.com/ciudadania-medios-e-informacion-en-venezuela-claves-de-una-transicion/>
- CNN en Español* (18 de septiembre de 2014) “Caricaturista denuncia despido por una viñeta sobre la salud en Venezuela”. Recuperado de: <http://cnnespanol.cnn.com/2014/09/18/caricaturista-denuncia-despido-por-una-vineta-sobre-la-salud-en-venezuela/#more-133616>
- Correo del Orinoco* (26 de noviembre de 2017) “*Los Domingos con Maduro* estrena formato”. Recuperado de: <http://www.correodelorinoco.gob.ve/los-domingos-con-maduro-estrena-formato-tubazos-y-anuncios/>
- Delgado Flores, Carlos (2005). “Un Ministerio para la paz mediática”. En: *Comunicación. Estudios venezolanos de Comunicación*. N°. 129. Año 31. pp. 72-79. Caracas: Fundación Centro Gumilla.

- El Estímulo* (10 de febrero de 2018) “Tras 114 años de existencia *El Impulso* deja de circular”. Recuperado de: <http://elestimulo.com/blog/tras-114-anos-de-existencia-el-diario-el-impulso-deja-de-circular/>
- El Nacional* (3 de mayo de 2018) “Espacio Público”: “Más 1.000 violaciones a la libertad de expresión en 2017”. Recuperado de: http://www.el-nacional.com/noticias/sociedad/espacio-publico-mas-del-mil-violaciones-libertad-expresion-2017_233593
- El Nacional* (14 de noviembre de 2017) “Espacio Público”: El presunto odio como excusa para censurar. Recuperado de: <http://espaciopublico.org/presunto-odio-excusa-censurar/#.Wv3PbogvyUk>
- Hernández, Daniel (2005). “Profundizar en el debate teórico para demoler la ideología del viejo régimen”. En: *Palabra y Media*. N°. 4, Año 1. pp. 15-20. Caracas: Ministerio de Comunicación e Información.
- Inside Telecom (2015). “Informe Freedom House: Internet en Venezuela restringido: medios censurados, redes sociales en la mira”. En: *IT InsideTelecom*. Vol. XVI, N° 4. p. 2. Caracas: Inside Telecom.
- Instituto Prensa y Sociedad (2015) “Propietarios de la censura en Venezuela”. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N°. 170. Año 40. pp. 90-101. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Instituto Prensa y Sociedad (14 de mayo de 2018) “Internet con la bota puesta. Informe anual Derechos Digitales 2017”. Recuperado de: <https://ipysvenezuela.org/2018/05/14/internet-con-la-bota-puesta-informe-anual-derechos-digitales-2017-ipys-venezuela/>
- La Patilla* (3 de mayo de 2018) “Venezuela, el país que experimentó la mayor caída del continente en libertad de prensa”. Recuperado de: <https://www.lapatilla.com/site/2018/05/03/venezuela-el-pais-que-experimento-la-mayor-caida-del-continente-en-libertad-de-prensa/>
- Moleiro, Alonso (2005) “El show de Hugo: la verdadera revolución”. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N°. 129. Año 31. p. 83. pp. 72-79. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Morales, Maru (6 de junio de 2016) “78% de las cadenas de Maduro fueron para defender su modelo económico y atacar a la AN”. Recuperado de: <http://monitoreociudadano.org/yomonitorio/2016/06/78-las-cadenas-maduro-fueron-defender-modelo-economico-atacar-la-an/>
- Muñoz, Boris (2009) “Cesarismo mediático”. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N°. 147. Año 35. pp. 5-11. Caracas: Fundación Centro Gumilla.

Nederr, Sofía (26 de diciembre de 2013) “1.614 militares han ocupado cargos en el Gobierno desde 1999”. Recuperado de: http://www.el-nacional.com/politica/militares-ocupado-cargos-gobierno_0_325167554.html

Noticia al Día (27 de abril de 2018) “Estudio confirma que Venezuela tiene la peor conexión de toda América Latina”. Recuperado de: <https://noticiaaldia.com/2018/04/estudio-confirma-que-venezuela-tiene-el-peor-ecosistema-digital-de-toda-america-latina/>

Producto (2013) “Medios se están comprando con fondos públicos. Entrevista con Miguel Enrique Otero”. En: *Producto*. N° 352. Año 29. p. 49. Caracas: Editorial Producto.

Safar, Elizabeth (2013) “El *Aló, Presidente* y las cadenas de radio y televisión. Espejos de la pasión autoritaria del presidente Chávez”. En: Bisbal, Marcelino (Editor) *Saldo en rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*. pp. 226-249. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello y Fundación Konrad Adenauer.

Tendencias Digitales (2018) “Penetración y usos de Internet en Venezuela 2018”. Recuperado de: <http://tendenciasdigitales.com/web/wp-content/uploads/2018/04/Penetraci%C3%B3n-y-usos-de-internet-en-Venezuela-2018.pdf>

Zuloaga, Guillermo (2013) “Carta del presidente de *Globovisión* a los trabajadores de la televisora”. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N°. 162. Año 38. p. 8.

Los periodistas en Venezuela: entre el acoso y la pauperización (2015-2017)

Moraima Guanipa

Ya es casi un lugar común hablar de la crisis de los medios y del periodismo en un presente marcado por la expansión tecnocomunicativa que ha impulsado la distribución y el consumo de información a escala global y en tiempo real. A ello cabe sumar la pérdida de centralidad que hasta hace unas décadas tenían los medios como un poder venido de la mano de la Modernidad, el llamado Cuarto Poder, en diálogo y confrontación con los otros estamentos políticos y sociales. Sin olvidar una creciente fragilidad profesional, producto de oleadas de presiones, amenazas, ataques y acciones violentas contra los medios y los periodistas en el ejercicio de sus funciones en diversas regiones del mundo.

No son pocos los autores (Fogel y Patiño, 2007; Castells, 2013) que han vislumbrado un oscuro y retador horizonte para el periodismo contemporáneo, pero al mismo tiempo reconocen la importancia que nunca como ahora adquiere el periodismo: “En una sociedad de la opacidad del poder y de desconfianza ciudadana hacia todas las instituciones, el acceso a la información y a una interpretación rigurosa de lo que pasa se convierten en condiciones esenciales para poder asumir el control de nuestras vidas” (Castells, 2013, párr. 1). Es decir, a mayores amenazas al periodismo, mayor es la importancia y la urgencia que tiene su papel para las sociedades contemporáneas.

¿Cómo se expresan estos cambios en el panorama mediático venezolano? ¿De qué manera han impactado estas transformaciones al oficio periodístico, a los profesionales del periodismo? Asomarse a estas preguntas

y anticipar algunas respuestas pasa por tomar en cuenta la necesidad de ir más allá de las conjeturas y los juicios, para ofrecer lecturas e interpretaciones basadas en datos concretos que permitan dibujar, de modo más preciso, la situación. Es por ello que resulta de utilidad una mirada desde las condiciones mismas que rodean la labor de los medios y de los profesionales del periodismo, de los encargados de la producción informativa y su contexto, más cuando este desempeño es un elemento clave para hablar de calidad periodística y del clima de libertades democráticas relacionadas con el ejercicio de la libertad de expresión.

A lo largo de lo que va de siglo XXI y en el marco de conflictividad política y social presente en la sociedad venezolana, la situación de la libertad de expresión y del ejercicio periodístico han sido estudiados por organizaciones no gubernamentales (ONG) dedicadas a la promoción y defensa de la libertad de expresión como el Programa de Educación Acción en Derechos Humanos (Provea), Espacio Público, el capítulo Venezuela del Instituto Prensa y Sociedad (IPYSVe) y la Asociación Civil Medianálisis.

Cada una de estas instituciones, incluso algunas de ellas de manera conjunta, como IPYS-Venezuela y Espacio Público (Cañizález y Paz, 2016, p. 119), ofrecen desde comienzos de este siglo informes anuales sobre la libertad de expresión y las condiciones de los medios y periodistas en el país.

En las próximas páginas abordamos estos temas a partir del consolidado de los estudios que, en los últimos tres años (2015-2017), ha desarrollado la Asociación Civil Medianálisis, en el marco de su proyecto *Situación del periodismo en Venezuela*³. En particular, nos detendremos en aspectos puntuales sobre las condiciones en las que se ejerce la profesión en términos laborales, gremiales, pero, también, en cuanto al impacto de factores internos y externos que tienen que ver con presiones, censura, autocensura y que inciden en los valores que manejan los periodistas respecto a su trabajo. Tomamos como base algunos de los resultados contenidos en tres informes anuales producidos por Medianálisis para adelantar este perfil en tiempo presente del periodismo venezolano.

3 Los datos utilizados en el presente trabajo fueron facilitados íntegramente por Medianálisis, a partir de sus informes publicados en los años 2015, 2016 y 2017. Dejamos constancia de nuestro agradecimiento por compartir los datos aquí reflejados y analizados.

Primeros rasgos: presencia femenina, con edad productiva y en medios radiales

En el caso de Medianálisis, desde el año 2012, realiza investigaciones sobre la calidad periodística a partir de la aplicación de los indicadores de desarrollo mediático propuestos por la Unesco. Y, entre 2015 y 2017, sistematizó en sendos informes, basados en encuestas y consultas realizadas a periodistas en todo el país, el “Estudio de la situación del periodismo en Venezuela”, con “la finalidad de obtener una radiografía sobre las condiciones laborales de los periodistas y las amenazas que estos enfrentan diariamente, la forma como se expresa el contexto editorial de los medios, la existencia de censura y autocensura, y algunos aspectos de calidad periodística” (Medianálisis, 2015).

Los estudios atienden a criterios metodológicos propios de un enfoque cuantitativo de carácter no experimental, con la aplicación de encuestas anuales “cara a cara”, a cerca de 400 periodistas en ocho ciudades del país (tabla N° 1): Barquisimeto (Estado Lara), Ciudad Guayana (estado Bolívar), Barcelona (estado Anzoátegui), Caracas (Distrito Capital), Maracaibo (Estado Zulia), Maracay (Estado Aragua), San Cristóbal (Estado Táchira) y Valencia (Estado Carabobo). Durante los años 2015, 2016 y 2017, un total de 1110 periodistas de todo el país dieron respuesta a los cuestionarios aplicados en cada uno de estos años.

Tabla N° 1. Porcentaje de la muestra

Años	Sujetos	% muestra
2015	377	95,4%
2016	365	98,9%
2017	368	97,1%

Fuente: Medianálisis.

Del total de la muestra durante los tres años estudiados, un poco más de la mitad son mujeres, hecho que se inscribe dentro de las regularidades del comportamiento demográfico venezolano de las últimas décadas, si se tiene presente que, a partir de la segunda mitad del siglo XX, en Venezuela, se vivió un aumento histórico de la participación de la mujer en la educación superior, en la profesionalización y en el campo laboral venezo-

lanos. En consonancia con lo ya indicado, desde los años 60 del siglo XX se ha registrado una creciente y mayoritaria presencia de mujeres, tanto en las aulas universitarias de las Escuelas de Comunicación Social como en los diversos medios de comunicación del país (Socorro, 2003).

En cuanto a las edades de los periodistas activos en medios venezolanos (tabla N° 2), en su mayoría son menores de los 40 años de edad, una franja etaria asociada con la adultez, pero que también comporta una experiencia vital y profesional acumulada.

Tabla N° 2. Características de la muestra por edad y sexo

Años	Hasta 39 *	Más de 39**	Masc.	Femen.
2015	76,1%	23,9%	47,2%	52,8%
2016	70,0%	30,0%	43,3%	56,7%
2017	64,4%	35,6%	48,8%	51,2%

(*) Hasta 39 años de edad.

(**) Más de 39 años de edad.

Fuente: Medianálisis.

No obstante, se percibe un descenso en el número de periodistas menores de 40 años de edad (76,1% en 2015 a 64,4% en 2017), cercano a los once puntos porcentuales, mientras que se registra un aumento en los porcentajes referidos a la edad de los periodistas consultados mayores de 39 años: 35,6% en 2017 comparado con 23,9% en el año 2015. Esto último pudiera explicarse por el éxodo de venezolanos, especialmente de profesionales jóvenes adultos y en edad productiva que han salido del país en busca de mejores condiciones de vida frente al sombrío panorama de la crisis socioeconómica y política que se vive con particular intensidad en los últimos años de la presente década.

En cuanto a la ubicación geográfica de los periodistas consultados, cerca de la mitad de estos profesionales se encuentran en Caracas, con 42,3% en 2015; 45,2% en 2016 y 41% en 2017, lo que quizás se vincula con su condición de capital del país, centro de los poderes públicos y ámbito estratégico en términos de fuentes de empleo y servicios. En el resto del país los porcentajes se mantienen por encima del 50% (tabla N° 3).

Tabla N° 3. Ubicación geográfica de los periodistas

Años	Región	
	Caracas	Resto
2015	42,3%	57,7%
2016	45,2%	54,8%
2017	41,0%	59,0%

Fuente: Medianálisis.

Uno de los datos más ilustrativos de los cambios operados en el panorama mediático venezolano tiene que ver con los medios en los que trabajan los periodistas encuestados por Medianálisis (tabla N° 4).

Tabla N° 4. Cantidad de medios en el marco muestral de las 8 regiones seleccionadas

	Año 2015		Año 2017	
	Población	%	Población	%
Impresos	41	18,6%	45	19,8%
TV	28	12,7%	29	12,8%
Radio	140	60,1%	115	50,7%
Digitales	19	8,6%	38	16,7%
Total	220	100,0%	227	100,0%

Fuente: Medianálisis.

Mientras lo digital aumenta, la radio decrece de manera importante. La tendencia al decrecimiento de medios tradicionales ya ha sido estudiada en abundancia de cara a la llegada del Internet y de los medios digitales *online* instalados “en el corazón del periodismo” (Fogel y Patiño, 2007, p. 20) desde la última década del siglo XX.

Pero, a las transformaciones a las que ha obligado la expansión digital en los medios tradicionales, también se incorporan razones que no necesariamente tienen que ver con los desafíos tecnológicos y la convergencia mediática que ha conducido a la reconfiguración, cuando no a la desaparición, de algunos medios. En Venezuela este descenso también tendría que ver con razones de orden político y económico.

Lo anterior podría leerse a la luz de los efectos que han producido las medidas ordenadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) de cierres de medios, retiros y suspensiones de concesiones a estaciones de radio y plantas televisoras regionales, además de las órdenes de salida de cinco canales internacionales de la oferta de la televisión por cable en el país, como *CNN* (EEUU), *Antena 3* (España), *Caracol TV* y *RCN* (Colombia), entre otros (IPYS Venezuela, 2018). Esto sin contar con los opacos procesos de compra y cambios de propiedad de algunos medios impresos regionales y de circulación nacional, entre los cuales se encontraban los diarios de la Cadena Capriles (2013), *El Universal* (2014) y el canal privado de TV *Globovisión* (2014), con el consecuente cambio en su línea editorial (Fernández, 2014; Bisbal y Aguirre, 2015).

Ante este panorama en los medios tradicionales, no deja de resultar significativo el surgimiento de nuevas iniciativas editoriales en medios digitales. Emprendimientos digitales de los últimos años como *Poderopedia*, *El Pitazo*, *Efecto Cocuyo*, *Runrunes.com*, *Armando.info*, *CrónicaUno*, por citar algunos, se han constituido en espacios *online* que han venido a llenar el vacío informativo generado por la significativa reducción de medios impresos y el cerco a los medios radioléctricos del país (Hernández, 2017).

Aspectos laborales: al filo de la pauperización

Uno de los aspectos que destacan es el referido a las condiciones laborales de los periodistas. El tipo de relación laboral que se considera relativamente más estable es la que pactan trabajadores y patronos bajo la modalidad de contratación fija, que define una jornada laboral a tiempo completo y sin establecimiento previo de fecha de finalización de la contratación. Al respecto, en los informes de Medianálisis, llama la atención el ligero descenso en esta forma de contratación de los periodistas en las empresas mediáticas (tabla N° 5), que en tres años pasa de 69,6% en 2015 a 56,3 % en 2017.

Tabla N° 5. Situación laboral. Tipo de contratación

Años	Contratación fija
2015	69,6%
2016	49,7%
2017	56,3%

Fuente: Medianálisis.

Más de la mitad de los periodistas consultados se encuentran bajo una relación laboral de contratación fija, mientras que otro porcentaje importante queda por fuera de este tipo de relaciones de trabajo, en teoría más estables. Que estos profesionales opten por relaciones laborales menos atadas a un contrato fijo evidenciaría, por una parte, el impacto de la crisis económica en los medios, pero, por otra, la pérdida de interés que genera para los propios periodistas este tipo de contrataciones, en un entorno económico de elevada inflación y la consecuente pérdida del valor adquisitivo de la moneda y del salario. Además de la movilidad laboral que generan tanto los cierres de empresas de medios como la posibilidad de emigración que contemplan algunos venezolanos de cara al futuro.

Los tipos de contratación fija se dan con mayor recurrencia en Caracas en comparación con otras regiones del país (tabla N° 6), en donde la tendencia va en franco descenso, hasta ubicarse por debajo de la mitad de la muestra consultada (46,1% en 2017). Cabría considerar que, al estar por fuera de contratos fijos, coloca a los periodistas en un marco laboral precario en cuanto a sus derechos laborales, puesto que esta relación laboral trae consigo el cumplimiento de una serie de derechos y beneficios contractuales que, en teoría, serían de obligatorio acatamiento por parte del patrono o empresa (bonificaciones, vacaciones, etc.).

Tabla N° 6. Situación laboral. Contratación fija por regiones

Contratación fija por regiones		
Años	Ccs	Resto país
2015	76,0%	63,0%
2016	62,0%	40,0%
2017	69,5%	46,1%

Fuente: Medianálisis.

En este panorama también asoman las dinámicas de contrataciones fijas discriminadas en atención al tipo de medio (tabla N° 7) en el que se desempeñan los periodistas venezolanos. Destaca en los estudios de Medianálisis, a lo largo de estos tres últimos años, que un importante porcentaje de periodistas con contratación fija se ubique en los medios digitales (70%) e impresos (entre 80,5% en 2015 y 72,4% en 2017), mientras que los porcentajes bajan a un poco más de la mitad para los que trabajan en empresas televisivas (57,4% en 2017).

Caso muy diferente tiene que ver con el medio radial, en el que los porcentajes de periodistas con contrataciones fijas no superan la mitad (53,1% en 2015), que desciende a 29,5% en 2016, para apenas repuntar a 38 % en 2017. Esto pareciera reforzar la hipótesis adelantada por Cañizález y Paz (2016), cuando, al analizar los resultados del estudio realizado por Medianálisis en el año 2016, sostenían que la radio dejó de ser una fuente de empleo para convertirse en una opción laboral complementaria, lo cual se explicaría por “la prevalencia de la figura de los productores independientes en el medio radial, también vigente para la televisión, aunque no se expresa de la misma forma” (pp. 122 y 123).

Tabla N° 7. Situación laboral. Contratación fija según tipo de medio

Contratación fija según tipo de medio				
Años	Digital	Impreso	Radio	TV
2015	70,1%	80,5%	53,1%	83,0%
2016	83,5%	83,3%	29,5%	70,0%
2017	70,2%	72,4%	38,0%	57,4%

Fuente: Medianálisis.

De esta manera, los profesionales del periodismo venezolano se alejan de la tendencia presente en diversos países latinoamericanos donde, para el año 2015, tres cuartas partes de los periodistas contaban con un puesto de trabajo a tiempo completo, como lo reseña la investigación sobre el perfil laboral de los periodistas en países latinoamericanos como Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, San Salvador y México (Amado, 2016).

A lo anterior cabe añadir la variable referida a los montos percibidos por el trabajo periodístico (tabla N° 8). Como parte de la población trabajadora venezolana, los periodistas dan cuenta de una realidad laboral en la que los ingresos apenas se expresan en uno a dos salarios mínimos integrales (SMI). Esto significa que perciben una cantidad mínima que, a partir de una ley que fija sus montos e incluye, en su cálculo, sobresueldos, bono vacacional, horas extra, entre otros aspectos, debería resultar suficiente para la satisfacción de las necesidades básicas de una familia, pero que, en tiempos recientes, se ubica muy por debajo del costo de la vida.

Tabla N° 8. Ingresos de los periodistas (en salario mínimo)

Ingresos	Ing. hasta 2 SMI (*)	Ing. hasta 2 SMI (*)
----------	----------------------	----------------------

Hasta 2 SMI	Ccs	Otras R	Digital	Impreso	Radio	TV
52,2%	39,0%	59,0%	34,4%	52,4%	51,7%	68,6%
30,4%	25,0%	35,0%	30,1%	35,2%	30,0%	26,4%
76,8%	66,9%	82,5%	69,0%	82,7%	76,3%	66,2%

(*) Salario mínimo integral (SMI).

Fuente: Medianálisis.

Para tener una idea de los montos referidos a estos salarios mínimos, la siguiente tabla expresa en bolívares (Bs.) las variaciones producto de los aumentos oficiales derivados de ajustes salariales, vía decretos presidenciales, realizados en esos períodos:

Tabla N° 9. Salario mínimo (SMI), valores expresados en moneda oficial (Bs.)

Valores SMI *		
Años	1 SMI	2 SMI
2015	5.622,48	11.245,0
2016	11.577,8	23.155,6
2017	148.638,0	297.276,0

(*) Salario mínimo integral (SMI) expresado en bolívares (Bs.).

Fuente: Medianálisis.

En 2015, más de la mitad de los periodistas consultados, 52,2%, percibía hasta dos salarios mínimos, cifra que decayó en 2016 a 30,4%, para repuntar hasta ubicarse en 76,8 % en 2017, cuando la escalada hiperinflacionaria dejó muy atrás las siete compensaciones salariales decretadas por el Ejecutivo Nacional en estos dos últimos años⁴.

Se indagó en los ingresos diferenciados entre los periodistas ubicados en Caracas y el resto del país y los porcentajes mostraron un abrumador aumento de periodistas venezolanos con sueldos de hasta dos salarios mínimos: si en 2015 se registró que 39% de los periodistas en Caracas percibían dos o menos sueldos mínimos, el porcentaje en 2017 alcanzó a

⁴ De acuerdo con el Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2017, elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), entre marzo de 2016 y julio de 2017, el salario mínimo en Venezuela aumentó por decreto presidencial en siete ocasiones: en 2016 en cuatro oportunidades (marzo, mayo, septiembre y noviembre) y en tres ocasiones en 2017 (enero, mayo y julio). Asimismo, el bono de alimentación se incrementó en cinco oportunidades en 2016, mientras que en 2017 el aumento acumulado de este bono fue de 140,1% (Cepal, 2017).

66,9%; mientras que para las otras regiones en el mismo lapso se pasó de 59% en 2015 a 82,5% en 2017. Estas cifras se reproducen al momento de consultar respecto a los sueldos que perciben de acuerdo con el tipo de medio para el cual trabajan: en 2015 el porcentaje (34,4%) de los trabajadores ubicados en medios digitales con ingresos de hasta dos salarios mínimos prácticamente se duplicó (69%) dos años después. En medios impresos y la radio los porcentajes fueron similares al pasar de la mitad de los periodistas con remuneraciones de hasta dos sueldos mínimos en 2015 a 82,7% para el caso de los medios impresos, el más alto en todos los renglones, y 76,3% entre los periodistas del medio radiofónico en 2017.

Los niveles salariales de los periodistas (hasta dos sueldos mínimos oficiales) expresan igualmente el impacto de la crisis económica en las empresas periodísticas, sometidas en su mayoría a una reducción de pautas publicitarias y demás mecanismos para su financiamiento, en un contexto de contracción económica y recesión que para 2016 reflejaba tres años consecutivos de caída del producto interno bruto (PIB) del país. El sostenimiento de plantillas de personal, así como el encarecimiento de los precios de insumos para la producción informativa, en su mayoría importados, actúan igualmente como mecanismos para la disminución de los puestos de trabajo y, eventualmente, para sustantivas reducciones de espacios y ofertas informativas.

Lo anterior quedaría como un rasgo aislado y particular en cuanto a una condición salarial precaria para los periodistas venezolanos, pero cuando estos datos se cruzan y contrastan con los valores de la Canasta Alimentaria de los Trabajadores (CAT)⁵, se puede apreciar la dimensión del deterioro salarial que –producto de la inflación, la más alta del continente, y en un entorno de recesión económica– impacta a los trabajadores venezolanos en general y los periodistas en particular.

Según estudios del Centro de Documentación y Análisis para los Trabajadores (Cenda), el salario mínimo en 2017 alcanzaba para cubrir el 4,6% de la canasta alimentaria, con lo que el poder adquisitivo del ve-

5 Desde el año 2014 el Instituto Nacional de Estadística (INE) no publica cifras oficiales sobre la Canasta Básica. Se toman aquí como referencia los cálculos del Centro de Documentación y Análisis para los Trabajadores, CENDA, una organización no gubernamental (ONG) con actividad ininterrumpida desde 1976.

nezolano se ubicaba en su nivel más bajo en 19 años: “Un hogar con dos salarios mínimos y dos cestatickets (Bs. 456.507,44 x 2), un estimado de 913.014, 88 Bs., apenas alcanza para comprar un mercado para siete días al mes” (Cenda, 2017).

En un contexto de alta volatilidad del valor del salario real, los periodistas venezolanos, al igual que otros sectores de la población asalariada del país, han tenido que recurrir tanto al subempleo como al pluriempleo para aumentar sus ingresos y poder hacer frente a un voraz proceso inflacionario que disuelve el valor de los salarios. Así, más de la mitad de los periodistas encuestados señalaron que tenían dos o más trabajos.

Tabla N° 10. Situación laboral. Dos o más trabajos

Años	Dos o más trabajos
2015	61,00%
2016	66,00%
2017	62,50%

Fuente: Medianálisis.

La urgencia de atender a dos o más trabajos, algunos de los cuales no tienen que ver directamente con la labor periodística, acarrea no solo una precarización laboral sino que también le resta el necesario tiempo y la dedicación a la que obligan las tareas intelectuales, de investigación, de cultivo de sus fuentes y de los temas de interés social que son exigibles para el periodismo de calidad. De esta manera se configura un cuadro de pauperización que directamente va en detrimento del trabajo periodístico y del papel que, como profesionales, deben tener los periodistas para el cabal desempeño de su función social.

Agremiación profesional: no están todos los que son

Otro aspecto en el que se indagó en los estudios de Medianálisis (2015 a 2017) fue el referido a los niveles de afiliación gremial de los trabajadores de la información periodística.

Cabe tener presente que, entre los elementos que diferencian una profesión de un oficio, figuran tanto la existencia de un saber sistemático y transmitido por una institución académica, universitaria, como la existen-

cia de organizaciones que regulan internamente la profesión a través de un código de ética (Ortega y Humanes, 2000, p. 103). Para el caso venezolano, la conformación de la profesión periodística estuvo vinculada no solo con la creación de centros de enseñanza universitaria del periodismo, a partir de la primera Escuela de Periodismo en la Universidad Central de Venezuela (1946), sino también con la sucesiva aparición de instituciones de carácter gremial que agrupaban a los periodistas: la Asociación de Escritores y Periodistas de Venezuela (1935); la Asociación Venezolana de Periodistas, AVP (1941); el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, SNTP (1946) y el Colegio Nacional de Periodistas, CNP (1976), momento para el cual ya se contaba con el Código de Ética del Periodista Venezolano.

El estatuto jurídico y socioeconómico de la profesión se reforzó con la Ley de Ejercicio del Periodismo⁶ (1972), que en su articulado contempló la obligatoriedad de poseer un título universitario (Licenciatura en Periodismo, Comunicación Social) y la inscripción correspondiente en el Colegio Nacional de Periodistas. Pese a que por ley se estableció la colegiación obligatoria, los niveles de agremiación alcanzan en el mejor de los casos a la mitad de los periodistas venezolanos.

Tabla N° 11. Agremiación

Agremiación	
Años	Colegiad.
2015	44,6%
2016	51,3%
2017	51,8%

Fuente: Medianálisis.

Si bien a nivel nacional la cifra de agremiados en el CNP supera los 20 mil afiliados, los periodistas venezolanos no se caracterizan por una activa participación en un gremio profesional o en un sindicato que les permita luchar de manera conjunta por beneficios profesionales, salariales y contractuales. De esta manera, parecen seguir el camino marcado por

⁶ La Ley de Ejercicio del Periodismo, Gaceta Oficial N° 29.887 del 23 de agosto de 1972, fue reformada en 1994, según Gaceta Oficial N° 4.819 del 22 de diciembre de 1994.

el individualismo que tradicionalmente se le ha señalado a la profesión periodística y al “escaso entusiasmo de los trabajadores intelectuales por el asociacionismo” (Ortega y Humanes, 2000, p. 113).

Esta característica ha sido destacada en investigaciones recientes sobre la identidad profesional de los periodistas latinoamericanos, una circunstancia que “no solo limita la capacidad colectiva de acción sino que, y sobre todo, deja en alto grado de desprotección frente a las agresiones internas y externas de la profesión” (Amado, 2016, p. 6), como apunta Silvio Waisbord en el prólogo del libro *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*:

¿A quién recurre el periodismo para reclamar y asegurar condiciones de trabajo deseables? ¿Qué poder tiene para influir en las decisiones sobre la organización del trabajo? Este es un tema clave si consideramos la precariedad del trabajo periodístico, sujeto a constantes vaivenes producidos por cálculos empresariales, la imprevisibilidad del mercado laboral en una industria en transición y los cambiantes vientos políticos que dejan enormes secuelas en el sector de medios (Amado, 2016, p. 6).

También resulta necesario precisar que, con respecto al aumento en la agremiación entre los periodistas venezolanos registrado entre 2015 y 2017 (de 44,6% a 51,8%), hipotéticamente, pudieran estar operando dos motivos, aún poco precisos: por una parte, como mecanismo de defensa y protección ante ataques y acciones violentas registradas contra reporteros y medios en los últimos años; por otra, las nuevas y masivas oleadas migratorias hacia distintos países de la región por parte de la población profesional venezolana, que, para el caso de los periodistas y trabajadores de los medios venezolanos, conlleva asegurar una acreditación gremial de validez internacional como la que ofrecen tanto el CNP, como el SNT, este último encargado de la filiación a la Federación Internacional de Periodistas, FIP.

Autonomía profesional, censura y autocensura

En el análisis de la situación del periodismo venezolano resulta insoslayable referirse a las condiciones que, bien desde el interior de las empresas

mediáticas como a partir de las presiones del entorno social y político, pueden reconfigurar los contenidos y mensajes periodísticos.

Lo anterior guarda relación con la noción de *autonomía*, uno de los principios más valorados en el desempeño profesional de los periodistas de acuerdo con diversos autores (McQuail, 1998; Ortega y Humanes, 2000), puesto que determina incluso el nivel de profesionalización, autorregulación e independencia (Oller, Chavero y Ortega, 2016).

La autonomía profesional tiene que ver con la capacidad de los periodistas y editores para tomar decisiones libremente, controlar y realizar su trabajo de manera responsable (McQuail, 1998; Ortega y Humanes, 2000; Garcés y Arroyave, 2017). Esto con independencia de un marco de acción que pudiera estar condicionado por los límites internos del vínculo laboral con la empresa de medios, así como por los límites externos que se les imponen por la vía de las presiones y relaciones con el poder político y económico.

No en vano, autonomía e independencia son dos aspectos que tradicionalmente han sido vinculados con el periodismo, con la libertad de expresión, con el derecho a la información y con la democracia. Kovach y Rosenstiel (2004) consideran la independencia como uno de los elementos clave del periodismo y cuya fidelidad sería exigible tanto a los periodistas como a los propios medios. Para estos autores, el periodismo “debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa” y “debe respetar la conciencia individual de sus profesionales” (p. 18).

A los principios de autonomía e independencia se añade la exigencia de posiciones y tratamientos equilibrados del medio mismo, y que, a su vez, se relaciona con criterios de calidad informativa. En este renglón, más de la mitad de los periodistas consultados (tabla N°12) indicaron que las decisiones editoriales de los medios para los cuales trabajan tienden a ser plurales y equilibradas.

Tabla N° 12. Equilibrio informativo

Años	Tendencia equilibrada
2015	65,5%

2016	56,6%
2017	54,1%

Fuente: Medianálisis.

Así como los periodistas reconocen que los medios manejan criterios de equilibrio y pluralidad informativa, un porcentaje minoritario también declaró haber tenido problemas por la línea editorial del medio para el cual trabajan (tabla N° 12). Estos problemas tienen que ver con las reacciones o actitudes críticas, por parte de algunos sectores de la sociedad, frente a los lineamientos editoriales y las decisiones informativas de las instituciones mediáticas, y que pudieran conducir en ocasiones a agresiones contra los propios medios y sus periodistas, las retaliaciones o la negativa de acceso a fuentes oficiales.

Tabla N° 13. Límites internos. Problemas con la línea editorial

Años	Problemas x línea editorial	Recibe instrucciones
2015	70,8%	29,2%
2016	45,8%	28,5%
2017	40,5%	31,4%

Fuente: Medianálisis.

Y si bien la autocensura pudiera asomar como respuesta o acción defensiva para evitar el escalamiento de los problemas con la línea editorial, se mantiene elevado el indicador relacionado con la autonomía de los periodistas. El hecho de que cerca del 70 % o más de los periodistas consultados no refirieran recibir o acatar instrucciones habla de la autopercepción de autonomía con la que de ordinario se ejerce el trabajo reporteril e informativo. En los estudios sobre los indicadores de independencia en el entorno organizativo de los medios y la autonomía profesional, autores como McQuail (1998) recogen investigaciones que, desde los años 70 del siglo XX, ratifican que tanto medios como periodistas dicen sentirse “libres” para elegir sus historias. Más recientemente, un perfil laboral de los periodistas latinoamericanos encontró igualmente que estos “manifiestan tener una gran autonomía para realizar su trabajo. Tres profesionales de

cada cinco dicen tener total o gran libertad para elegir las historias que reportan (67.9 %)” (Amado, 2016, p. 15).

Sin embargo, poco menos de la mitad de los periodistas refiere que presentan problemas por la línea editorial y también se registran bajos porcentajes de reporteros que reciben instrucciones para la realización de su trabajo (de 29,2 % en 2015 a 31,4 % en 2017). Las instrucciones a los periodistas, por lo general formuladas de manera oral, guardan relación con cambios en la redacción; peticiones para dejar de cubrir temas o aspectos de un tema u omitir nombres de una fuente o grupo. Este tamizado informativo es propio de la acción de los “*gatekeepers*” al interior de los medios, un papel cumplido de ordinario por quienes ocupan los cargos de dirección y coordinación en las redacciones de los medios y están directamente encargados de vigilar los contenidos y su consonancia con la política editorial y la línea informativa (Dragnic, 1994).

La propia autonomía profesional conlleva marcos de acción autorregulatorios respecto a los cuales se exploró en cada uno de los años del estudio. La mitad (52,0 %) de los periodistas consultados en el año 2015, consideraron que tenían autolimitaciones (tabla N° 14) en sus funciones de trabajo, cifra que bajó en 2016 para ubicarse en 44.8%. de los consultados en 2017.

Tabla N° 14. Límites internos, autolimitaciones y censura

Años	Autolimitaciones	Autolim. x censura
2015	52,0%	52,8%
2016	26,6%	66,7%
2017	44,8%	59,6%

Fuente: Medianálisis.

Pese a que las autolimitaciones operan como mecanismos de autorregulación por parte de los propios periodistas y pudieran indicar mayor consciencia de los alcances éticos y profesionales de su trabajo, las mismas también pueden dar pie a la autocensura en prevención de las posibles consecuencias de su acción informativa: potenciales demandas o sanciones; protección de las fuentes y a menores de edad e incluso los intereses de propietarios o inversionistas de los medios.

Un aspecto a destacar lo constituye el inquietante y progresivo aumento en la incidencia de las autolimitaciones por censura en el trabajo periodístico (de 52,8% en 2015, 66,7% en 2016 a 59,6% en 2017). Los resultados aportados en los estudios de Medianálisis, en cuanto a este aumento en los casos de autolimitaciones y censura por parte de medios y periodistas venezolanos, son igualmente consistentes con lo que también ha sido reportado por otros estudios específicos sobre el tópico de las amenazas al derecho a la información, a la libertad de expresión y, en particular, a la censura y autocensura (IPYS Venezuela, 2017).

Como señalan Garcés y Arroyave, los periodistas “en contextos hostiles renuncian a su autonomía autocensurándose como mecanismo de supervivencia” (2017, párr. 7), bien por temor a poner en riesgo las fuentes informativas o para salvaguardar su propia seguridad personal y profesional o la de los medios para los cuales trabajan.

La autocensura es un mecanismo de control sobre medios y periodistas que resulta efectivo, además de ser social y políticamente poco oneroso para los poderes que la propician, toda vez que, por ser una actitud asumida por el propio periodista o por el medio mismo, releva a cualquier factor de poder externo de su responsabilidad al limitar el derecho a la información y afectar la calidad del periodismo que se ofrece a la población. Téngase presente que, como sostienen Garcés y Arroyave (2017, párr. 3), la autonomía periodística se deteriora en regímenes políticos autoritarios y aumenta en países con sistemas políticos abiertos y con entornos mediáticos más estables y diversos.

En este sentido, cabe recordar lo que precisa Mc Quail (1998) cuando cita estudios norteamericanos sobre el grado de autonomía de los medios y en los que queda claro que las presiones económicas y políticas afectan o cambian los contenidos informativos, además de dejar poco margen de maniobra dentro del sistema de producción noticiosa. Para Ortega y Humanes, “el grado en el que estas variables afectan a la autonomía del periodista varía según el sistema legal que regule los medios (evidentemente, solo podemos hablar de autonomía cuando existe libertad de expresión) y según los mecanismos de control editorial de la empresa informativa” (2000, p. 157).

Así, la censura y la autocensura se asoman como limitaciones importantes para el ejercicio de una autonomía profesional esperable en un clima de libertades propias de los sistemas democráticos en los que se garantiza el derecho de la ciudadanía a contar con información clave sobre los asuntos públicos, amén de la libertad de expresión.

Agresiones a medios y periodistas

En diversas regiones del mundo, incluida Latinoamérica y particularmente en nuestro país, durante las últimas décadas se han reportado casos de intimidación, acoso y violencia contra periodistas, las tres categorías de riesgos de seguridad de acuerdo con la clasificación aportada por el Consejo de los Derechos Humanos de la ONU. Estos son considerados indicadores de violación a la libertad de prensa, en tanto representan agresiones mediante acciones como encarcelamiento, exilio, atentados, secuestros, amenaza o asesinato, entre otros delitos (Garcés y Arroyave, 2017, párr. 5).

Las coacciones de distinta naturaleza que se vienen presentando y documentando en el periodismo venezolano constituyen un abanico que, lejos de cerrarse, se abre y diversifica: presiones directas e indirectas ejercidas por parte de sectores oficiales, poderes públicos e intereses privados; cierre de fuentes de información; criminalización de la información periodística; retaliaciones de organismos gubernamentales, incluso en forma de agresiones físicas por parte de cuerpos de seguridad del Estado y grupos parapoliciales.

De acuerdo con el seguimiento realizado por Medianálisis, en los últimos tres años se presentó un incremento importante de periodistas que refieren haber sufrido agresiones (tabla 15): un aumento de 11,6 puntos porcentuales entre el registro de 2015 (38,7%) y el de 2017 (50,3%). Resulta particularmente dramático que la mitad de los periodistas consultados en 2017 señalaran que sufrieron agresiones y que también más de la mitad, 57,7%, indicara haber sido víctima de agresiones por parte de factores gubernamentales. Estos porcentajes guardan relación con uno de los años más violentos vividos por la sociedad venezolana, pues en 2017 el país fue sacudido durante cuatro meses (abril-julio) por masivas protestas y movilizaciones contra el gobierno nacional y contra medidas de

orden jurídico que se consideraron atentatorias contra el ordenamiento constitucional, que produjeron 127 personas fallecidas y más de tres mil ciudadanos detenidos.

Tabla N° 15. Agresiones

Años	Sufrió agresiones	Agresión x fact. gub.
2015	38,7%	No se exploró
2016	45,8%	37,3%
2017	50,3%	57,7%

Fuente: Medianálisis.

Las agresiones y medidas contra medios y periodistas ocurridas a lo largo del año 2017 también fueron recogidas en diversos documentos como el “Informe Anual de la organización internacional Reporteros Sin Fronteras” (2017), en cuyo índice de clasificación mundial de la libertad de prensa, Venezuela ocupó el puesto 137 de 180 países y donde se denuncian las acciones gubernamentales contra medios y periodistas nacionales y extranjeros. Allí se citan las cifras aportadas por el SNTP en las que se indica que, entre enero y abril de 2017, se registraron más de 200 agresiones a periodistas y, solo en un día de manifestaciones (8 de mayo), hubo 19 periodistas golpeados y agredidos por las fuerzas de seguridad del Estado (RSF, 2017). En esta misma línea figura el “Índice de libertades periodísticas de IPYS Venezuela” (2017) según el cual, del total de 518 casos reportados en 2017 se registraron 325 casos durante el periodo de protestas, para acumular un año con 1087 violaciones a la libertad de expresión.

La situación de agresiones y acosos a medios y periodistas venezolanos, la expulsión de corresponsales extranjeros y el bloqueo de páginas, canales y señales de medios por Internet habían sido advertidas en 2016 en una declaración conjunta de los Relatores Especiales de la Organización de Naciones Unidas sobre el derecho a la libertad de opinión y de expresión (ONU), David Kaye, y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos (CIDH-OEA), Edinson Lanza, quienes rechazaron la censura, las detenciones y ataques a los periodistas venezolanos (OHCHR, 2016).

Al acoso que ha llevado incluso a la detención temporal de periodistas, se añaden una serie de instrumentos jurídicos como la Ley Constitucional contra el odio, por la convivencia pacífica y la tolerancia, aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente en noviembre de 2017 y la cual contempla hasta veinte años de cárcel para quienes promuevan “discursos de odio”. Este tipo de acciones no resultan nuevas y constituyen una línea del gobierno en funciones de Estado, que ha sido denunciada y documentada en anteriores ocasiones. Como lo escribía en 2009 el periodista colombiano Javier Darío Restrepo: “En Venezuela, se esgrime el ‘delito mediático’, que se configura en los tribunales con categorías tan vagas como ‘promover hostilidad’, ‘generar percepciones falsas’ y ‘tergiversar o manipular noticias’, un ropaje jurídico que permite el acoso legal a medios de oposición” (Restrepo, 2009, p. 6).

La relación de abierta hostilidad existente entre el gobierno nacional y los medios de comunicación y periodistas, que había sido descrita hace casi diez años por Elsa Piña (2010), escaló en estos últimos años y puso en evidencia el cierre de los espacios democráticos que resguardaban el libre ejercicio de la profesión, con lo cual se afecta “el derecho de todos los ciudadanos a la libertad de expresión, y a recibir información completa y equilibrada de los asuntos de la vida pública nacional, lo que ciertamente ha incidido negativamente en la vitalidad de la democracia” (p. 161).

A modo de conclusión

Los tres años a los que se refieren los estudios de Medianálisis sobre la Situación del periodismo en Venezuela muestran un agravamiento de las condiciones adversas que se presentan para el ejercicio periodístico en Venezuela, las cuales dan cuenta de la necesidad de que medios, periodistas, gremios y ciudadanía las tomen en consideración para incidir en cambios favorables para la sociedad.

Hoy por hoy, los periodistas venezolanos son, en su mayoría, profesionales con menos de 39 años de edad y mujeres. Sin embargo, en los tres años del estudio, 2015 a 2017, también se viene registrando un ligero cambio en el patrón etario, debido al aumento de personas con edades por encima de los 39 años trabajando en los medios, todo lo cual pareciera

indicar un desplazamiento producto de la emigración de los profesionales más jóvenes.

Con relación a la situación laboral de los periodistas, destaca que más de la mitad trabaja bajo la condición de contrataciones fijas, aunque las cifras bajan cuando se trata de profesionales ubicados en las distintas regiones del país. Resalta de manera excepcional la radio, donde se registran los más bajos niveles de contratación fija. Por otro lado, la contratación fija es más común en los medios capitalinos que en el resto del país. Destaca igualmente que las empresas de medios digitales asomen como los nuevos espacios donde se concentran los más altos porcentajes, por encima del 70 %, de periodistas con contrataciones fijas. Igual proporción aplica para el caso de los medios impresos, a pesar del declive que estas empresas vienen sufriendo producto de su cierre o de la suspensión temporal de ediciones impresas por problemas con la obtención de papel e insumos.

Hay una pauperización del trabajador dedicado a la producción informativa. Tres cuartas partes de la muestra de los periodistas venezolanos encuestados reciben remuneraciones que no superan los dos salarios mínimos mensuales, montos que se encuentran muy por debajo de la tasa de inflación, la más alta y prolongada del continente, y del costo de la Canasta Alimentaria. Estas bajas remuneraciones obligan a los periodistas a emplearse en dos o más trabajos con responsabilidades laborales diversas. El periodismo no paga, parecen decirnos las cifras recogidas en estos informes.

La agremiación profesional solo asoma como una opción para la mitad de los periodistas consultados en los tres estudios anuales de Medianálisis, una actitud también presente en diversos países latinoamericanos, con lo que ello supone de limitaciones en la capacidad colectiva de acción y de vulnerabilidad ante las agresiones internas y externas del oficio (Amado, 2016, p. 13).

Con la pauperización están los problemas derivados de la función cumplida por los periodistas y su relación con los medios. Hay una inquietante tendencia a la domesticación del ejercicio informativo por la vía de la autocensura y la imposición de agendas informativas. Más de la mitad de los periodistas que se autolimitan lo hacen por censura, lo que habla de los

intentos de sometimiento de los periodistas y medios, en un clima político de alta polarización y ejercicio abierto de presiones gubernamentales y de los factores del poder político y económico.

En el periodismo venezolano, comienzan a aparecer señales de pérdida de los criterios de autonomía e independencia por parte de los periodistas y medios, a pesar de que la autopercepción sobre el desempeño profesional se incline hacia el reconocimiento de posiciones equilibradas a la hora de informar. Esto pudiera indicar el incremento de mecanismos de presión interna sobre el trabajo de los periodistas, en un contexto de fuerte vulnerabilidad de los propios medios ante intereses políticos y económicos con incidencia en sus dinámicas de producción informativa.

Los tres años analizados aportan cifras que indican que alrededor de la mitad de los periodistas sufrieron agresiones en esos años (2015, 2016 y 2017), atribuibles en gran parte a factores gubernamentales. Los acosos y las agresiones, sean directas o indirectas por parte de los poderes estatales y grupos paraestatales, pueden mover a la autocensura y configuran un importante y efectivo mecanismo de disminución de la autonomía y la independencia profesional que, en un contexto de precarización laboral y pauperización salarial, imponen límites a la acción informativa, inhibe la acción fiscalizadora de los medios y los coloca en una franca vulnerabilidad frente al poder.

Esta situación no debe pasar desapercibida, pues evidencia el enorme peso que adquieren los lineamientos y las presiones externas, cuya acción puede conducir a que medios y periodistas renuncien a su autonomía e independencia, con lo cual se defraudan las expectativas y necesidades de una población ávida de información verificada y plural. Vale tener presente lo señalado por Stella Martini (2000), al sostener que las condiciones de riesgo no eximen a los periodistas y, diríamos nosotros, tampoco a los medios, de “una evaluación constante de los efectos de su labor, y de la reflexión sobre el estado de la noticia en relación con las necesidades y los intereses de la sociedad” (p. 26).

Por tanto, no se trata de asumir un victimismo que descargue a medios y periodistas de su responsabilidad en el cumplimiento de su función social. Por el contrario, se trata de exigir las condiciones mínimas para que

los periodistas puedan ejercer sus tareas con las mayores garantías, tanto al interior de las propias empresas e instituciones de medios, como a lo externo, ante las acciones que desde el Estado, el Gobierno y grupos de interés poderosos puedan limitar el acceso a la información y condicionar su posterior difusión. En estas tareas el periodista no puede estar ni solo ni desamparado.

Referencias

- Amado, Adriana (Ed.) (2016). *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*. Montevideo: Fundación Konrad Adenauer e Infocudadana.
- Bisbal, Marcelino y Aguirre, Jesús M. (Comp.) (2015). *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla y bid & co. Editor.
- Cañizález, Andrés y Paz, Pablo E. (2016). “El periodismo en condiciones precarias”. En: Amado, Adriana (Editora). *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*. Montevideo: Fundación Konrad Adenauer e Infocudadana.
- Castells, Manuel (2013, septiembre 7). “El futuro del periodismo”. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.facebook.com/notes/saladeprensaorg/el-futuro-del-periodismo/545078702211147>
- Centro de Documentación y Análisis para los Trabajadores, Cenda (2017). Canasta alimentaria, noviembre 2017. Resumen ejecutivo. Recuperado de: <http://cenda.org.ve/noticia.asp?id=157>
- Dragnic, Olga (1994). *Diccionario de comunicación social*. Caracas: Editorial Panapo.
- Fernández, Carmen Beatriz (2014). “La nueva arquitectura comunicacional”. *Debates IESA*, Vol. XIX, N° 1, enero-marzo.
- Fogel, Jean-François y Patiño, Bruno (2007). *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Madrid: Punto de Lectura.
- Garcés Prettel, Miguel E. y Arroyave Cabrera, Jesús. (2017). “Autonomía profesional y riesgos de seguridad de los periodistas en Colombia”. *Perfiles latinoamericanos*, FLACSO, México. Vol 25 (49), 35-53. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.18504/pl2549-002-2017>
- Hernández, Alicia (2017, mayo 23). “La información, el otro bien escaso en Venezuela”. *The New York Times* [Periódico en línea]. Recuperado de: <https://>

www.nytimes.com/es/2017/05/23/la-informacion-el-otro-bien-escaso-en-venezuela/?em_pos=small&emc=edit_bn_20170523&nl=boletin&nl_art=0&nid=74890109&ref=headline&te=1

Instituto Prensa y Sociedad-Venezuela, IPYS Venezuela (2018). “Índice de libertades periodísticas 2017” [Documento en línea]. Recuperado de: <https://ipysvenezuela.org/2018/02/28/control-remoto-indice-libertades-periodisticas-2017/>

Instituto Prensa y Sociedad-Venezuela, IPYS Venezuela (2017). “Un minuto de silencio. Estudio de censura y autocensura en periodistas y medios 2016” [Documento en línea]. Recuperado de: <https://ipysvenezuela.org/unminutodesilencio/>

Martín, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Medianálisis (2015). “Estudio de la situación del periodismo en Venezuela 2015”. Recuperado de: <http://medianalisis.org/wp-content/uploads/2018/02/Situaci%C3%B3n-del-periodismo-en-Venezuela-2015.pdf>

Medianálisis (2016). “Estudio de la situación del periodismo en Venezuela 2016”. Recuperado de: <http://medianalisis.org/wp-content/uploads/2018/02/Final-Situacion-del-Periodismo-en-Venezuela-2016.pdf>

Medianálisis (2017). “Estudio de la situación del periodismo en Venezuela 2017”. Recuperado de: <http://medianalisis.org/wp-content/uploads/2018/02/Informe-Situaci%C3%B3n-del-Periodismo-en-Venezuela-2017-1.pdf>

McQuail, Denis (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Ley de Ejercicio del Periodismo. Gaceta Oficial N° 4.819 de la República de Venezuela. Diciembre 22, 1994.

Piña, Elsa (2010). “Intolerancia a la crítica y hegemonía comunicacional menoscaban la libertad de prensa”. En: Rincón, Omar (Ed.). *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación Social Friedrich Ebert Stiftung.

Oficina del Alto Comisionado para Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas, OHCHR (2016). “Venezuela. Relatores de la ONU y de la CIDH rechazan censura, detenciones y ataques a periodistas”. Recuperado de <http://www.ohchr.org/SP/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=21535&LangID=S>

- Oller, Martín; Chavero, Palmira y Ortega, Edith (2016). “La percepción de autonomía profesional de los periodistas de Ecuador”. *Anuario electrónico de Estudios de la Comunicación Social Disertaciones*, Vol. 9, N° 1, noviembre. ISSN 1856-9536. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5612787>
- Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- Reporteros Sin Fronteras (2017). “Informe Mundial Reporteros Sin Fronteras, Informe anual 2017”. Recuperado de: <http://m.informeanualrsf.es/news/venezuela-17/>
- Restrepo, Javier Darío (2009, octubre 30). “Coexistencia hostil”. *TalCual*, p. 6.
- Socorro, Milagros (2003). “Señoras de la noticia”. En: Quintero, Inés (Coord.). *Las mujeres de Venezuela. Historia mínima* (pp. 183-198). Caracas: Fondo Editorial de la Fundación de los Trabajadores Petroleros y Petroquímicos de Venezuela, Fundatrapet.

El poder comunicativo en un contexto de limitaciones a la libertad de expresión

Gloria Carrasco

La democracia se fortalece día a día con la participación individual, grupal y comunitaria en el espacio público, donde se genera opinión pública en torno a cuestiones muy diversas. En este lugar simbólico se producen consensos y disensos sobre temas de interés común y se legitiman o deslegitiman posturas. Es un espacio civil impactado por las tecnologías de comunicación, las cuales posibilitan la circulación de una red de informaciones y opiniones que responden a diversos intereses, muchas de ellas insertas en lo social e históricamente instituido y, por tanto, prácticamente dadas como “naturales”, mientras otras emergen instituyendo nuevas visiones y nuevas prácticas, sirviendo de base a las transformaciones sociales, no siempre con signos positivos (Boladeras, 2001; Castoriadis, 2005). Esta red adquiere capacidad de ejercer influencia en la institucionalización de la opinión y en la voluntad política, constituyéndose en un poder comunicativo.

En la medida en que el público es más amplio, la participación de los medios de comunicación juega un papel fundamental en la formación de estas opiniones o interpretaciones públicas, quedando inmersa en el juego de poder y disputa política, a veces respondiendo a los intereses de la ciudadanía y otras a los de grupos políticos o económicos poderosos, en conflicto con los primeros. La praxis periodística impacta la construcción de ciudadanía y viceversa, por lo que es difícil considerar la existencia de espacios públicos libres de manipulación o una influencia siempre exitosa del poder comunicativo como espacio de múltiples minorías que se respetan mutuamente sobre el poder político o económico.

Desde un enfoque de complejidad, se asume que la visión transmitida por los medios de comunicación no es creación exclusiva de estos, ni es impuesta de manera hegemónica sobre una sociedad pasiva. Se trata de concepciones compartidas por distintos actores de la sociedad, dentro de juegos de poder y control, en la que los medios están inmersos (Bisbal, 2015; Pellegrini, 2012). Estos, por lo tanto, reflejan, recrean y transmiten estas concepciones desde una posición privilegiada a unas audiencias, que, siguiendo el enfoque de audiencias activas (Aznar, 2003; Martínez, 1995), no aceptan pasivamente lo que los medios transmiten: ellas son capaces de interpretar la información, dependiendo de su propio raciocinio, de sus intereses y de su contexto de actuación. En la medida en que las audiencias son más críticas, más exigen a los medios responder al bien colectivo, y estos, mejor periodismo construyen, conformándose el círculo virtuoso del poder comunicativo.

Aunque el poder comunicativo de los medios de comunicación social en la construcción del espacio público es innegable, su incidencia real en la deliberación pública y en la creación de oportunidades para el debate ciudadano depende de fenómenos complejos como la presencia o no de un contexto democrático, de la mayor o menor restricción a la libertad de expresión, del compromiso periodístico y de las propias exigencias de la ciudadanía. Para Marín (2008), la difusión de datos y de opiniones de interés público de manera amplia, veraz y oportuna es posible "...en la medida en que se desarrolla no solamente en libertad, sino como un ejercicio de liberación, tanto de quienes lo practican, como de quienes lo consumen (p. 10)".

El proceso de formación de la voluntad política colectiva y el proceso de composición de la opinión pública deberían caminar juntos en una democracia y reflejar las diferentes posiciones. El periodismo está llamado a facilitar estos procesos para favorecer la construcción de ciudadanía y, por ende, fortalecer la democracia que es su marco de acción consustancial.

Construir un poder comunicativo como espacio de múltiples minorías que se respetan mutuamente exige al periodismo mantener la independencia, el compromiso con la verdad y la responsabilidad con la sociedad, valores tradicionales más vigentes que nunca en este siglo XXI (Restrepo y Botello; 2018), expresados en la construcción de una información relevante, plural y bajo estrictos controles de verificación y contextualización. ¿Cómo

se expresa el periodismo en Venezuela? ¿Con cuánta autonomía y pluralidad se ejerce? ¿Cómo es el contexto de actuación? ¿Cuál es su contribución a la democracia? ¿Qué se requiere para fortalecer el poder comunicativo?

Algunos estudios nos ayudan a entender el contexto de actuación del periodismo. Bisbal muestra en su obra cómo el gobierno venezolano ha venido construyendo una estrategia de hegemonía comunicacional sistemática, un nuevo régimen comunicativo basado en la minimización del periodismo crítico, plural e independiente a partir de restricciones a la libertad de expresión e información con el apoyo de leyes e instituciones públicas, producto de la aplicación de estrategias “... dentro de una política global e integrada” (2015, pág. 44). Reporteros Sin Fronteras señala a Venezuela en el segundo lugar junto con México y después de Cuba, que ocupa el primero, en la peor situación de libertad de prensa del continente en el año 2016 (lugar 139 de 180 países). La realidad en 2017 no varía significativamente (ocupa el 137). En este índice se mide: pluralismo, independencia de los medios de comunicación, ambiente de trabajo, autocensura, marco legal, transparencia y calidad de la infraestructura para producir la información; aunado a los registros de actos de violencia cometidos contra periodistas. El Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) reporta que 3 de cada 10 periodistas que fueron consultados por ellos, entre octubre y noviembre de 2017, declararon haber sido víctimas de amenazas, intimidaciones o campañas de criminalización en plataformas digitales (IPYS, 2018).

En general, estamos frente a un contexto externo restrictivo, signado por el autoritarismo. Buscando respuestas sobre el comportamiento del periodismo en esta realidad, Medianálisis (2015, 2016, 2017 y 2018) viene desarrollando el “Estudio sobre la Situación del Periodismo en Venezuela (ESP-Vzla)” desde la perspectiva de periodistas que ejercen distintas funciones (jefes, editores, redactores, reporteros de calle, entre otros) y trabajan en distintos medios (impresos, digitales, radiofónicos y televisivos) a través de una encuesta cara a cara aplicada a una muestra semiprobabilística⁷. Así mismo, desde el año 2012, ha aplicado un indicador compuesto sobre calidad periodística conocido como “*Ranking* de Medios Socialmente Responsables en Calidad Periodística (RMSR-CP)” enfocándose en los dos primeros años en los impresos y, desde el 2015, en los portales de los impresos y en los medios

7 Otros autores han reseñado estos resultados (Cañizález y Paz, 2016; Álvarez, 2017)

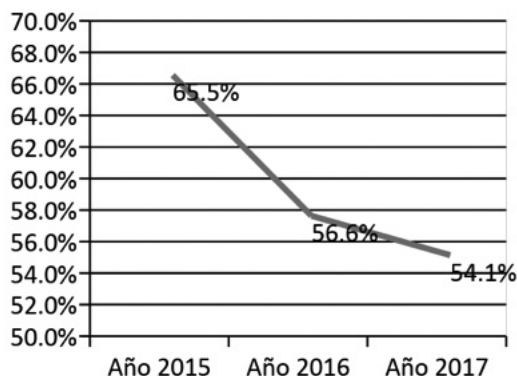
nativos digitales, con énfasis a finales del 2017 en estos últimos. Se utilizó para ello el método de la semana compuesta, analizándose las unidades redaccionales (UR) de las tres primeras pantallas.

Tomando el ESP-Vzla como eje y algunos indicadores del RMSR-CP como complemento, presentamos a continuación el contexto interno del ejercicio del periodismo, la visión de autorregulación y algunos indicadores de calidad periodística con el fin de valorar la capacidad comunicativa de los medios.

El contexto interno

Medianálisis preguntó a los periodistas (ESP-Vzla) si el equipo editorial del medio para el cual trabaja toma decisiones que reflejan una visión plural y equilibrada de la realidad o, por el contrario, si muestra una tendencia (leve, moderada o radical) hacia una forma de pensamiento. Encontramos un decrecimiento porcentual de periodistas que afirman la existencia de una visión plural y, al mismo tiempo, observamos un incremento de encuestados que afirman que no ha habido, en el año en cuestión, problemas derivados por su línea editorial. Es decir, en la medida que los medios se vuelven tendenciosos, evitan confrontaciones con autoridades públicas, dificultades de acceso a fuentes oficiales o de acceso a anunciantes públicos, agresiones al medio o a los propios periodistas, por citar los problemas que tienen mayores proporciones de respuestas (gráficos 1, 2 y 3).

Gráfico 1. Porcentaje de periodistas que declaran que su medio tiene una posición equilibrada y plural en su línea editorial



Fuente: Medianálisis (2015, 2016, y 2017).

Gráfico 2. Porcentaje de periodistas que declaran que su medio no tiene problemas por su línea editorial

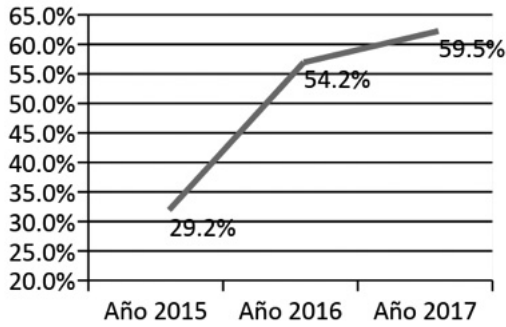
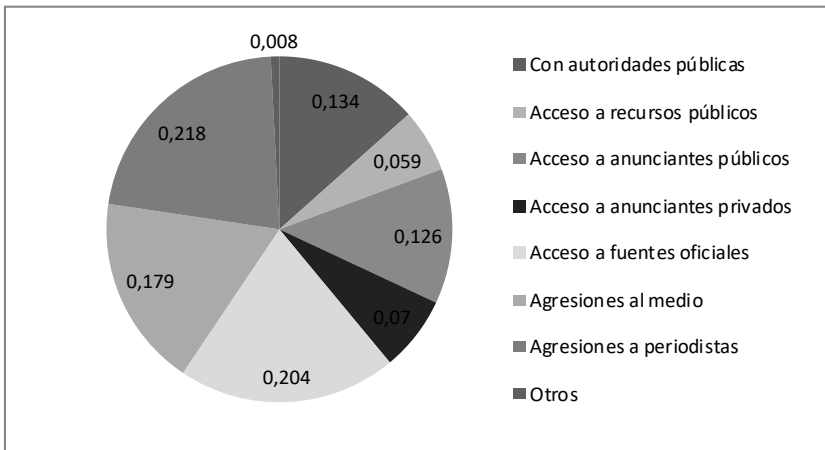


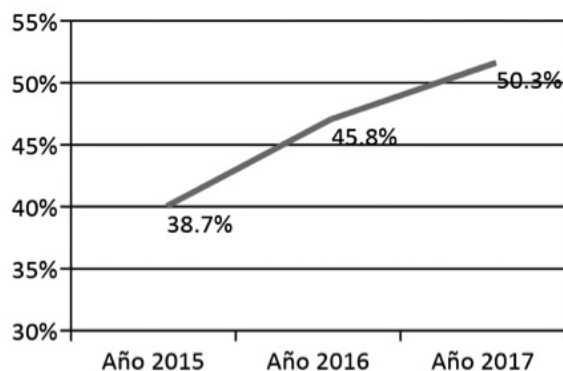
Gráfico 3. Tipo de problemas por línea editorial del medio, año 2017 (% de respuestas-n=357 de 149 sujetos)



Fuente: Medianálisis (2017).

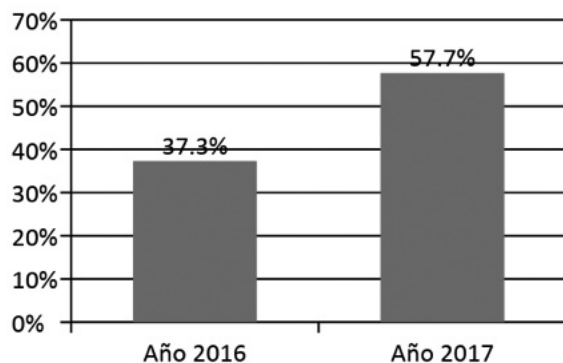
Lo anterior, aunado al incremento de periodistas que afirman haber sido afectados por agresiones personales o al medio y al incremento en la atribución de agresiones a factores gubernamentales, permite suponer que el poder comunicativo está amenazado por un contexto externo de presiones ante una línea editorial plural (gráficos 4 y 5) que se va volviendo tendenciosa, quizá, como una forma de autocensura, especialmente en el caso de propensión leve.

Gráfico 4. Porcentaje de periodistas afectados por algún tipo de agresión personal o al medio



Fuente: Medianálisis (2015, 2016, y 2017).

Gráfico 5. Porcentaje de periodistas que atribuyen agresiones a factores gubernamentales

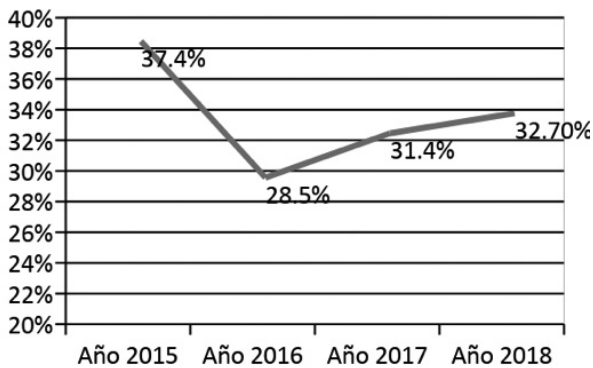


Fuente: Medianálisis (2016, y 2017).

Para explorar el contexto interno, Medianálisis interroga a los periodistas sobre la producción en sus medios de instrucciones significativas para que los redactores realicen ajustes sutiles o considerables a sus notas ya verificadas con la intención de evitar cierto lenguaje, la publicación de ciertos contenidos o la mención de ciertos actores. Sobre este asunto, la opinión general de los periodistas consultados apunta hacia la producción de notas sin la intermediación de instrucciones que pudieran castrar su

autonomía; sin embargo, la porción de quienes reconocen que estas se han impartido se mantiene cercano a 1 de cada 3 encuestados, y ha ido incrementando a partir del año 2016, cuando mostró un descenso en comparación con el año 2015 (gráfico 5).

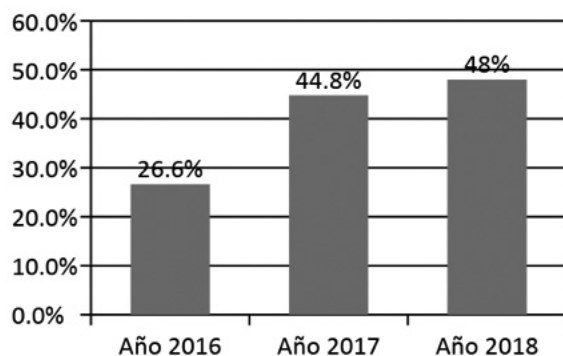
Gráfico 6. Porcentaje de periodistas que afirma que él, ella o alguien cercano ha recibido instrucciones significativas para modificar información verificada



Fuente: Medianálisis (2015, 2016, 2017 y 2018).

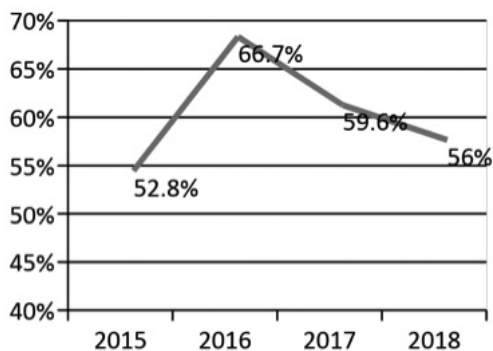
Al mismo tiempo, el estudio da cuenta de cómo, por iniciativa propia, los encuestados reconocen que ellos mismos modifican u omiten contenidos ya verificados. Estas cifras van en aumento desde el año 2016 (gráficos 7 y 8). Ahora bien, entre quienes se autolimitan, más de la mitad lo hace por autocensura (temores a demandas, agresiones o a afectar intereses de dueños), mientras que el resto lo hace por autorregulación (omisiones o correcciones por protección de menores de edad, fuentes o razones de calidad periodística). Cuando se indaga en las causas de la autorregulación y la autocensura, se evidencia que la mayor proporción para la autocensura está en los temas que podían exponer al medio o a sus periodistas a una demanda o sanción y la razón principal de la autorregulación es la protección de las fuentes (Medianálisis, 2015, 2016 y 2017).

Gráfico 7. Porcentaje de periodistas que afirma que él, ella o alguien cercano ha modificado u omitido por iniciativa propia información ya verificada



Fuente: Medianálisis (2016, 2017 y 2018).

Gráfico 8. Porcentaje de periodistas que se autolimita por censura



Fuente: Medianálisis (2015, 2016, 2017 y 2018).

En estos años de estudio, el periodismo y los periodistas parecen caminar por un campo minado, perdiendo terreno en la visión plural, revisando una y otra vez las informaciones ya verificadas antes de ser publicadas para evitar problemas, especialmente, para evitar exponerse a los “peligros” de expresarse libremente debido a las condiciones de amenazas del contexto externo.

La autorregulación: expresión de ética periodística

En este contexto de limitaciones a la libertad de expresión, el manejo de la autorregulación como principio es un asunto fundamental. La autorregulación es una práctica disciplinada que se autoimpone quien ejerce el periodismo para que sus audiencias, sean oyentes, lectores o videntes, obtengan una información que responda a sus intereses ciudadanos. Se trata de un proceso de toma de decisiones autónomas para destacar los valores que orientan el ejercicio del periodismo, promoviendo y defendiendo la libertad de expresión y el derecho a la información, y evitando o denunciando las presiones y controles que los restringen. Se diferencia de las autolimitaciones infringidas en respuesta a intereses particulares, sean estas por voluntad propia o por temor.

La autorregulación es un ejercicio de libertad y autonomía moral e implica orientarse por unos principios que promueven la libertad de expresión y el derecho a la información, y es, fundamentalmente, un asunto ciudadano que requiere, por una parte, de una ética periodística personal e institucional que se refleje en mecanismos de garantía de la relevancia, pertinencia, transparencia y calidad de la información que construyen los medios y, por otra parte, de una audiencia con alto grado de consciencia ciudadana y capacidad crítica.

Es un principio universal que la censura previa no se justifica bajo circunstancia alguna⁸, ya que debe prevalecer la responsabilidad por lo declarado, afirmando así la capacidad de responsabilizarse del sujeto, que está implícita en el principio de autorregulación. Se apela a la autonomía y compromiso del periodista y del medio de comunicación en la construcción de la información, privilegiando en todo momento el interés de la ciudadanía. En caso de publicación de una información con posibles consecuencias negativas a individuos, colectivos o a la sociedad, se debe determinar las responsabilidades ulteriores a partir de una normativa expresamente fijada por una ley destinada a proteger los derechos de los afectados, la seguridad nacional y el orden y moral públicos, con la condición

8 Salvo en la prohibición de participación de menores de edad en espectáculos públicos no acodes a su desarrollo evolutivo.

de que esta ley sea necesaria para la democracia (OEA, Pacto de San José, Artículos 13 y 14 sobre libertad de expresión).

Un Estado autoritario suele aludir a cuestiones morales como justificativo para la censura previa o para la penalización de opositores al régimen (Bisbal, 2013 y 2015; Cañizález, 2012) y se atribuye la potestad de regular la comunicación pública. Un sistema eficaz de autorregulación involucra a medios de comunicación y a ciudadanos. Es una cuestión civil donde el Estado está llamado a fomentar el pluralismo y la diversidad de voces. Medianálisis indagó en la visión de autorregulación a través de 6 ítems con respuestas dicotómicas, “de acuerdo” o “desacuerdo”, con enunciados sobre autorregulación. A continuación mostramos las respuestas a 3 de los ítems:

Cuadro 1. Visión de autorregulación

	1) La magnitud y variedad de información en Internet amerita su control			
2016	Por parte del Estado	13,2%	Por parte de la ciudadanía	86,8%
2017		12,8%		87,2%
	2) La transparencia en cuestiones de ética y exactitud de las noticias es responsabilidad			
2016	Del Estado	12,1%	De los medios de comunicación	87,9%
2017		7,3%		92,7%
	3) Ante aquellas informaciones que atenten contra la moral			
2016	El Estado debe establecer	22,7%	Se deben determinar	77,3%
2017	censura previa	26,9%	las responsabilidades ulteriores	73,1%

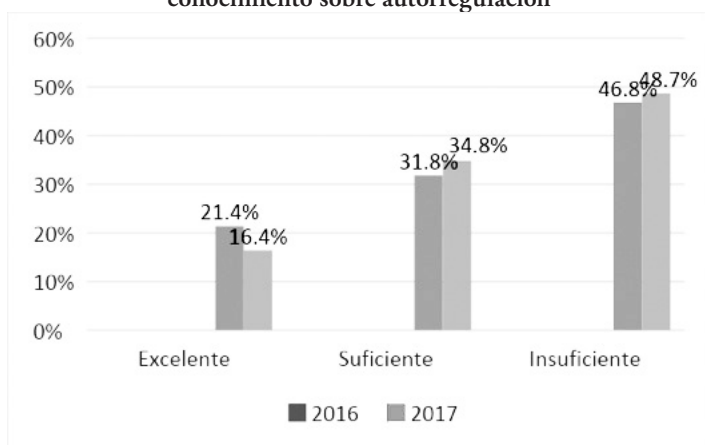
Fuente: Elaboración propia a partir de Medianálisis (2016, 2017).

Alrededor de 1 a 2 periodistas de cada 10 asignan al Estado un rol protagonista en la regulación de la información y esto es similar en los dos años evaluados, con pequeñas variantes. Si bien es una proporción relativamente baja, en esta materia es necesario aspirar a que un 100% de los periodistas tengan una visión clara sobre la autorregulación, especialmente dado el contexto descrito de incremento de periodistas que afirman haber sido afectados por agresiones personales o al medio, al aumento en la atri-

bución de agresiones a factores gubernamentales mientras la línea editorial ha ido disminuyendo su carácter equilibrado y plural. Resulta por demás preocupante que alrededor de 1 de cada 4 periodistas asignen al Estado la potestad de establecer censura previa, desconociendo que lo que debe prevalecer es la responsabilidad por lo declarado.

En forma global (considerando los 6 ítems de la escala), el conocimiento de preceptos de autorregulación es bajo, solo 1 de cada 5 periodistas tiene claridad del significado de cada uno de los ítems planteados en el año 2016 y, en el año 2017 esta proporción es un poco menor⁹. Tenemos aquí un reto importante en la formación de los periodistas.

Gráfico 9. Porcentaje de periodistas según tipo de conocimiento sobre autorregulación



Fuente: Medianálisis (2016, y 2017).

Entre los mecanismos institucionales más importantes de autorregulación, se exploró la existencia de: a) lineamientos editoriales explícitos y de sistemas de vinculación con la ciudadanía.

⁹ Se agrupó a los profesionales que contestaron adecuadamente todas las preguntas y se les colocó la etiqueta de “Excelente”, a los que fallaron en un ítem se les reconoció con “Suficiente conocimiento”, y aquellos con más de dos respuestas incorrectas se consideró que poseían “Deficiente conocimiento” (ya que, por ser una prueba objetiva, dos respuestas incorrectas anulan dos correctas).

Gráfico 10. Porcentaje de periodistas que reconocen la existencia de mecanismos de autorregulación



Fuente: Medianálisis (2016 y 2017).

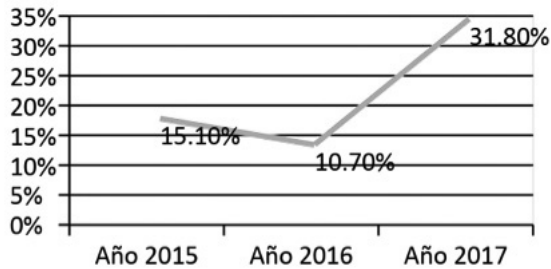
Llama la atención, que disminuye el reconocimiento de la existencia de ambos mecanismos de autorregulación explorados en el año 2017 con respecto al 2016. No tenemos explicación para esto. ¿Será porque en estos tiempos hay mayor rotación de periodistas y los nuevos ingresos no tienen la inducción debida? ¿Será que no hay una formación suficiente que permita a los egresados de las universidades saber a ciencia cierta lo que son estos mecanismos? Cuesta pensar la ausencia o el desconocimiento de la existencia de estos mecanismos en este ya avanzado comienzo del siglo XXI, en el que han irrumpido nuevos documentos con códigos y normas éticas sobre la labor periodística que trascienden las recomendaciones generales del siglo XX y, además, donde se abordan temas muy especializados sobre tratamiento informativo y mediático correcto (Aznar, 2004). Resulta, por lo menos, preocupante la data obtenida.

Al contexto de amenazas y agresiones identificado por los periodistas en el estudio realizado por Medianálisis se integran las insuficientes oportunidades de capacitación, específicamente en el tema de la ética de las comunicaciones y dentro de esta en el manejo teórico práctico de los preceptos de la autorregulación.

El apoyo permanente a la formación de los periodistas que brindan los medios para los cuales trabajan se duplicó desde el año 2015 al 2017, sin embargo, esta cifra sigue siendo muy baja ya que dos de cada tres perio-

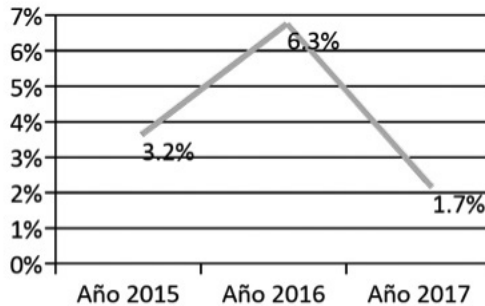
distas no reciben este tipo de apoyo. El tema de la ética no parece marcar las prioridades de formación y podemos observar un detrimento en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 11. Porcentaje de periodistas que afirman la existencia de formación permanente en su medio



Fuente: Medianálisis (2015, 2016, y 2017).

Gráfico 12. Porcentaje de periodistas hicieron cursos sobre ética de la comunicación en el período



Fuente: Medianálisis (2015, 2016 y 2017).

Si bien predominan enfoques acertados de autorregulación, estos son parciales y solo vemos un excelente manejo de estos en conjunto por 1 de cada cinco periodistas; resulta, además, preocupante el desconocimiento en 2 de cada 5 encuestados de la existencia de lineamientos editoriales explícitos o de mecanismos de vinculación con la ciudadanía en el medio para el cual trabajan. Se trata de un asunto de desconocimiento que es abordado muy marginalmente por las ofertas de formación a los profesionales y sobre el que habría que evaluar la situación de formación en las

universidades. Estamos hablando de un eje de formación con alta incidencia en el desarrollo de la autonomía moral, factor personal indispensable en el fortalecimiento del poder comunicativo.

Algunas pistas de calidad periodística en el contexto actual

La calidad del periodismo se expresa en el compromiso por construir una información veraz, relevante y oportuna que permita habilitar a la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos, producida con transparencia y pluralidad, fundamentada en una exhaustiva investigación y contextualización, asumiendo sus errores, facilitando su corrección y promoviendo espacios de participación ciudadana en la revisión y definición de los productos y agendas noticiosas (algunos antecedentes a esta definición se encuentran en Carrasco [2015] y en Carrasco y Piña [2013]). Martínez (2012) enfatiza “la calidad como asunto primordial para el desarrollo del ejercicio periodístico, independientemente de la plataforma y el formato, se requiere sustento, eficacia y confiabilidad de su oferta informativa y de análisis” (p. 2).

En el estudio sobre la situación del periodismo en Venezuela se observa que, a partir del año 2015, hay más periodistas que reconocen en sus medios la presencia de algunos indicadores de calidad como agenda propia, fuentes contrastantes y periodismo de investigación (gráficos 13, 14 y 15). Asimismo, la revisión de las cifras aportadas por el RMSR-CP (Medianálisis 2015b y 2017b) también arroja cambios positivos en el porcentaje de UR que incorporaron el contraste de fuentes y la contextualización, expresiones operativas de la investigación periodística (cuadro 2).

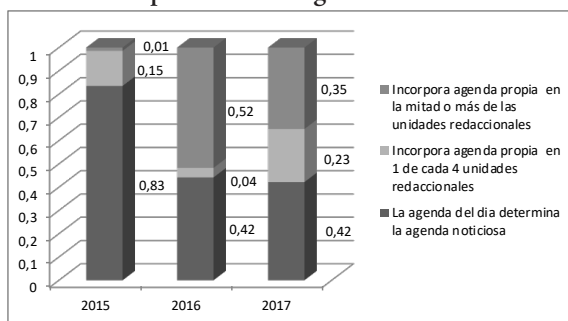
La agenda propia no tiene un significado único. Algunos autores como De La Torre y Téramo (2015) se concentran más en el uso propositivo de fuentes, fundamentalmente expertas y testimoniales, mientras que Medianálisis se ha concentrado más en la originalidad de los temas y su diferenciación con la agenda del día. El análisis, en este caso, limitado del RMSR-CP (Medianálisis, 2017b) —ya que se realizó solo con informaciones de portales asociados a impresos y nativos digitales— señala que en el año 2017 uno de cada diez UR fueron agenda propia y temas del

día enriquecidos, a través de entrevistas u otro recurso de investigación. Este porcentaje presentado por Medianálisis también tiene la restricción de haber enfocado solo temas sustantivos (que ocupan primeros lugares de prioridad para la ciudadanía).

Otro estudio anterior comparando los datos del *ranking* de Medianálisis del año 2013 con el 2014 (Carrasco, 2016) arroja una cifra de agenda propia en la que se integran los temas sustantivos de los que no lo son. En dicho estudio la cifra de agenda propia, así entendida, alcanzó en el año 2014 un 31 %, mostrando un incremento de 2 puntos con respecto al año 2013. De La Torre y Téramo (ob. cit.) encontraron que alrededor de la mitad de las UR de los medios argentinos analizados surgen de la iniciativa de los medios.

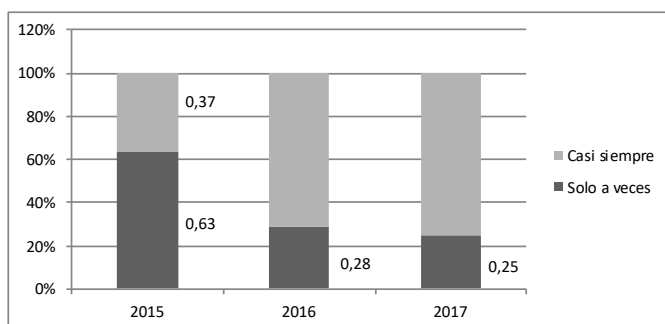
El ESP-Vzla muestra en el año 2015 una alta incidencia de la agenda del día en la agenda noticiosa y un descenso de la influencia de la primera para el año 2016. Este ítem no da cuenta de los contenidos y si estos son o no sustantivos. Si se repitió el fenómeno del año 2014, es posible que este incremento refleje autocensura en la forma de abordaje de temas triviales o poco vinculados a situaciones críticas de la realidad. Como ya expresamos más arriba, el análisis directo de UR sustantivas a través del RMSR.CP, aunque restringido por tipo de medios, arroja cifras muy inferiores. Sin embargo, el hecho de que incrementen al mismo tiempo las proporciones de periodistas que afirman la existencia de mayor contraste y contextualización hace pensar en temas de interés social. Es importante diferenciar la situación por tipo de medio. En el caso de los periodistas que trabajan en Radio y TV, la mitad o más afirma en el año 2017 que no tienen agenda propia (50 % y 54,7 % respectivamente), mientras que en impresos y digitales esta cifra es de 39,5 % y 23,2 % correspondientemente (cálculos propios a partir de la base de datos ESP-Vzla de Medianálisis 2017).

Gráfico 13. Percepción de los periodistas de la composición de la agenda noticiosa



La revisión de las cifras aportadas por el RMSR-CP en el año 2015 y en el 2017 también arroja cambios positivos en el porcentaje de UR que incorporaron el contraste de fuentes. Esto luce congruente con la visión de los periodistas acerca del empeño que han realizado los medios para hacer contraste en sus noticias, aunque hay una percepción distinta por tipo de medios, los periodistas de medios digitales son lo que afirman como muy frecuente esta práctica (81%), les siguen los de radio (78,8%), luego del de impresos (69,7%) y, por último, los de TV (64,8%) (cálculos propios a partir de la base de datos ESP-Vzla de Medianálisis 2017). Consideramos que el contraste de fuentes es un indicador superior al de “dos o más fuentes” que suele evaluarse como parte de la pluralidad del medio, porque, a través del primero, se colocan en el espacio público visiones diferentes que enriquecen la posibilidad de análisis y la toma de decisiones por parte de las audiencias y se fortalece un principio fundamental de la democracia que es la coexistencia de visiones distintas en el marco del respeto.

Gráfico 14. Percepción de periodistas acerca del uso de fuentes contrastantes



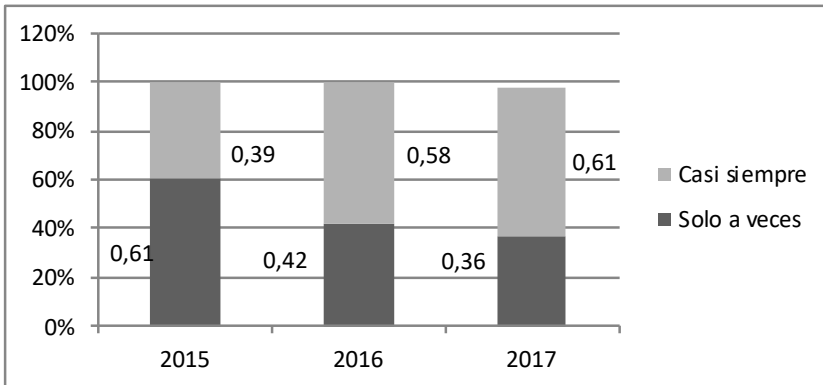
Cuadro 2. Porcentaje de unidades redaccionales (UR) que contienen el atributo de calidad periodística

Año	Contraste	Agenda propia en temas sustantivos
2015	23,1%	-
2017	67,2%	8,8%

Fuente: Medianálisis (2015b y 2017b).

De acuerdo al ESP-Vzla, se ha producido un incremento notable en la realización del periodismo de investigación en los medios de comunicación entre el año 2015 y el 2016 y, leve entre el 2016 y 2017.

Gráfico 15. Percepción de periodistas sobre el empleo de periodismo de investigación en sus medios



En el indicador de contextualización del RMSR-CP se mide el porcentaje de elementos que están presentes según el total requerido para la cabal comprensión del tema tratado, tales como análisis de causas, de tendencias y la descripción de antecedentes o la descripción cuantitativa o cualitativa del hecho noticioso, según el análisis triangulado de expertos. Aunque no se observan cambios aparentes en cuanto a la contextualización de la información, en el año 2017, uno de los medios tenía 33,3% de contextualización en sus UR, pero 9 medios ofrecían un 100%, de manera que puede afirmarse que hay un esfuerzo de mejora en la calidad periodística y esto ocurre especialmente en los medios nativos digitales.

Cuadro 3. Porcentaje promedio de elementos de contextualización presentes en las UR del total requeridos para su cabal comprensión

Año	Contextualización promedio	Min.	Max.
2015	86,8%	66,7%	96,8%
2017	86,4%	33,3%	100%

Fuente: Medianálisis (2015b y 2017b).

Con la contextualización, también se favorece la comprensión de las informaciones y la crítica, evitándose con ello la manipulación que irremediablemente está asociada a intereses particulares, sean estos políticos o económicos.

La contextualización, las propuestas de agenda propia y el contraste de fuentes son expresiones parciales de la investigación periodística, por lo que podemos afirmar que, efectivamente, ante el contexto de limitaciones, hay respuestas, quizá parciales, que apuestan por un periodismo de calidad, con un rol más destacado en este sentido de los medios digitales y más tímido por parte de la televisión. Para cerrar con un ejemplo, uno de los medios que estuvo en el TOP 10 de calidad periodística hasta el año 2013, justo antes de pasar por un proceso de compra con mucha opacidad, en el 2017 tuvo 0% de agenda propia, mientras que algunos medios digitales, que además son lo más afectados por amenazas y agresiones, según sus periodistas, son también los que presentan un porcentaje mayor de agenda propia, fuentes contrastantes y elementos de contextualización (Medianálisis, 2017). Sin duda, aunque los factores contextuales tienen un gran peso, el compromiso periodístico constituye una fuerza movilizadora del poder comunicativo.

Una reflexión final

Comenzamos haciendo referencia a la importancia del poder comunicativo en la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de la democracia porque este poder es inherente a la construcción de la pluralidad de voces y el respeto mutuo en el que se fundamenta la vida democrática.

Vimos también que el papel de los medios de comunicación en estos dos procesos es fundamental pero está condicionado por la calidad de la democracia misma, por el compromiso periodístico y por la capacidad de la ciudadanía para exigir, a los medios, su autorregulación.

En el contexto interno, las percepciones de los periodistas encuestados dibujan unos trazos importantes de censura, autocensura y agresiones, cónsonos con los resultados de otros estudios sobre la libertad de expresión en el contexto venezolano.

En la tensión entre democracia y autocracia que se vive en el contexto actual venezolano, el periodismo pierde algo de terreno en la pluralidad de su línea editorial, quizá como forma de autocensura para esquivar amenazas y agresiones provenientes, fundamentalmente de factores gubernamentales o asociados a estos pero, en general, continúa haciendo esfuerzos por mantener o incrementar la calidad periodística, lo que es más notorio en los medios digitales. En el día a día de los equipos de redacción se deconstruye la autocracia, cuando se plantean agendas propias relevantes al interés de la ciudadanía, se contrastan visiones y se contextualiza la información para favorecer el espíritu libre y crítico de las audiencias.

Sin duda, la capacidad comunicativa de los medios está amenazada por un contexto externo de limitaciones a la libertad de expresión y una realidad interna de ajustes y luchas, para lo cual es fundamental reforzar la responsabilidad de los periodistas en relación con la libertad que poseen, la independencia que deben asumir en su quehacer periodístico y en su accionar frente a los conflictos éticos que esto supone, con el fin de fortalecer el poder comunicativo.

Todos los actores relevantes, como las universidades, los medios de comunicación, los colegios de periodistas y la sociedad civil organizada, tienen un rol que jugar en esta tarea del campo cívico, conscientes de que el Estado debe concentrarse en garantizar la pluralidad y oportunidades de participación en el espacio público.

Referencias

- Álvarez, V. “Bajos salarios, censura y poca preparación afectan al gremio periodístico en Venezuela”. *Revista Comunicación*, Centro Gumilla 3° y 4° trimestre 2017, N° 179-180.
- Aznar, H. (2003) “Democracias y audiencias: el lugar de la ética en la comunicación social”. En: *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información*, ISBN 84-607-8807-5, pp. 129-140. Recuperado de: Dialnet-DemocraciaYAudiencias-2538010.pdf.
- Aznar, H. (2004): “Nuevos códigos de ética y nuevas formas de entender el periodismo”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 58, La Laguna (Tenerife). Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042158aznar.htm>
- Bisbal, M. (2015). *Autoritarismo comunicacional. Dimensiones del Control*. Libros El Nacional: Caracas.
- Bisbal, M. (2013). *Saldo en rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*. Universidad Católica Andrés Bello: Caracas.
- Boladeras, M (2001). “La opinión pública en Habermas”. *Anàlisi* 26, 2001 51-70. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/15072/14914>.
- Cañizález, A. (2012) *Hugo Chávez: La presidencia mediática Caracas*: Editorial Alfa.
- Cañizalez, A. y Paz, P. (2016) “El Periodismo en condiciones precarias” (pp. 118-131) en Amado, A (editora) *El periodismo por los periodistas*. Recuperado de: http://www.kas.de/wf/doc/kas_48177-1522-4-30.pdf?170310150429
- Carrasco, G. y Piña, E. “Se buscan medios socialmente responsables”. *Revista Comunicación*. Centro Gumilla 4° trimestre 2014, N° 168.
- Castoriadis, Cornelius (2005) *Ciudadanos sin brújula*, México, Ediciones Coyoacán.
- De La Torre, L y Téramo, M. (2015) *La calidad de la información periodística: estrategias para su observación. Coincidencias y divergencias entre los medios y el público. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Especial noviembre “Periodismo e información de calidad”, Vol. 21, pp. 135-144. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Fundación Prensa y Democracia México y Red de Periodismo de Calidad (2006). *Propuesta de Indicadores para un periodismo de calidad en México*.

- México*. Recuperado de: http://alianzaregional.net/site/images/pdf/estudios/periodismo_calidad_mexico.pdf
- Instituto Prensa y Sociedad-Venezuela (2018) “Con la bota puesta. Informe anual Derechos Digitales 2017”. Recuperado de: <https://ipysvenezuela.org/2018/05/14/internet-con-la-bota-puesta-informe-anual-derechos-digitales-2017-ipys-venezuela/>
- Marín, Carlos (2008). *Manual del periodismo*. DeBolsillo: Caracas.
- Martínez, O. (2012): “Periodismo en la era digital”. En: *Revista Mexicana de Comunicación*, N°131.
- Martínez, J. (1995) “La audiencia ante los medios”. *Temas de Comunicación* N° 7.
- Medianálisis (2015) “Estudio de la Situación del Periodismo. Informes técnicos y anexos (bases de datos e instrumento)”. Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2015b) “*Ranking* de medios socialmente responsables en calidad periodística RMSR-CP”. Presentación en PowerPoint, informe de sistematización y bases de datos. Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2016) “Estudio de la Situación del Periodismo. Informes técnico y anexos (bases de datos e instrumento)”. Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2017) “Estudio de la Situación del Periodismo. Informes técnico y anexos (bases de datos e instrumento)”. Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2017b) “*Ranking* de medios socialmente responsables en calidad periodística RMSR-CP”. Presentación en PowerPoint, informe de sistematización y bases de datos. Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2018) “Bases de datos e instrumento”. Archivos Institucionales.
- Organización de Estados Americanos (OEA) “Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José)”. Recuperado de: https://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf
- Pellegrini, S. (2012) “Medios de comunicación, poder político y democracia”. *Cuadernos.info*, [S.l.], N° 8, p. 18-27. Recuperado de: <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/313/710>
- Reporteros Sin Fronteras - RSF (2016) “Clasificación Mundial 2016 de la Libertad de Prensa”. Recuperado de: <http://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/>

Reporteros Sin Fronteras - RSF (2017) “Clasificación Mundial 2017 de la Libertad de Prensa”. Recuperado de: <https://www.rsf-es.org/news/clasificacion-mundial-2017-de-la-libertad-de-prensa-%7C-%C2%BFun-gran-giro/>

Restrepo, J. y Botello, L. (2018) “La ética periodística en la era digital”. International Center for Journalists: Washington DC. Recuperado de: <http://www.fnpi.org/es/etica-segura/javier-dario-restrepo-publica-manual-de-etica-periodistica-en-la-era-digital>

Estudio de la situación del periodismo en Venezuela: la encuesta muestral y sus desafíos

Gloria Carrasco

Desde al año 2015, Medianálisis inició un estudio anual sobre la situación del periodismo en Venezuela con la finalidad de explorar las condiciones laborales bajo las que se ejerce el periodismo, la forma como se expresa el contexto editorial de los medios, las principales amenazas que enfrentan tanto los medios como los periodistas en su ejercicio profesional, la ocurrencia de fenómenos como censura y autocensura, el cómo se expresan algunos aspectos de calidad periodística y de autorregulación. Como en todas las iniciativas de Medianálisis, esta se realizó con la firme intención de influir en el comportamiento de los medios de comunicación e información y en sus principales operadores, a objeto de transitar progresivamente hacia escenarios cada vez mejores de ejercicio y práctica de esta labor intermediadora fundamental y catalizadora de las sociedades democráticas contemporáneas.

El “Estudio sobre la Situación del Periodismo en Venezuela” ha estado orientado desde un enfoque cuantitativo, no experimental y de campo, sobre la base de una encuesta estructurada “cara a cara” con un promedio de 51 Ítems (con fluctaciones entre 50 y 52). Seleccionamos la encuesta como estrategia de indagación, por ser una técnica ampliamente empleada en las investigaciones sociales y políticas para generar datos cuantitativos y confiables a un costo viable. La rigurosidad de la evidencia empírica sobre los tópicos de interés para el estudio y su potencial para representar a la población estudiada, además de depender del diseño del instrumento, su forma de aplicación, procesamiento y controles asociados, las tasas de no-

respuesta de los entrevistados, están determinada de manera fundamental por el diseño metodológico de acceso a los encuestados.

En este artículo, nos ocuparemos del diseño muestral por considerar que en este tema nos encontramos con dos extremos, por un lado, quienes encierran las posibilidades de investigación en unos postulados casi religiosos a partir de los cuales resulta casi imposible emprender un estudio, a pesar de que su necesidad de implementación esté planteada a gritos por el entorno sociopolítico y, por otro lado, quienes justifican la realización de investigaciones “como sea”, argumentando la relevancia de la temática.

¿Cuáles eran nuestras opciones para realizar tal indagación? Hacer un estudio que permitiese caracterizar la situación nacional del periodismo requiere de un censo o de una encuesta muestral a periodistas que realizan distintas funciones (reporteros de calle, redactores, columnistas, editores y jefes de redacción) en espacios de información y opinión en los medios impresos, radiales, televisivos y digitales (no se consideraron los medios comunitarios, cuya estructura de funcionamiento y dinámica difiere de manera importante de los medios identificados).

Un censo resultaba sumamente costoso en términos de tiempo y recursos para su preparación y ejecución, de manera que nuestra mejor opción era una encuesta muestral. Existen dos tipos de muestreos fundamentales: los probabilísticos y los no probabilísticos. En el primer tipo se conoce la probabilidad que tiene cada miembro del universo o población para salir seleccionado en la muestra (o esta probabilidad es calculable en el momento de levantar la información) y se utiliza un método aleatorio de selección que respeta tales probabilidades, lo que permite realizar inferencias estadísticas estimando las características poblacionales de la muestra elaborada. En el segundo, no se conoce la probabilidad que tienen los miembros del universo de ser incluidos en la muestra, de modo que la inferencia de los resultados a la población presenta limitaciones (Díaz, 2004).

Autores como Davidovicz y Martínez (1998) dirían que es una osadía pretender hacer dichas inferencias. Su crítica incluye los estudios que se realizan por cuotas que asemejan la composición del universo en variables básicas, como sexo, edad o nivel socioeconómico, y donde los sujetos no han sido seleccionados aleatoriamente. Aunque autores, como Morales

(2012), lo consideran un buen sistema para hacer extrapolaciones a la población.

La elección del tipo de muestreo depende no solo de la disponibilidad de un marco muestral que garantice la elección aleatoria de los sujetos, también depende de la realidad que se pretende estudiar y de los objetivos de la investigación, así como de los recursos disponibles, entre otros factores citados por Ibáñez (1989), quien incluye, además, las preferencias del investigador o de la institución. Nosotros anteponeamos el objeto de estudio y la finalidad de la investigación en las decisiones metodológicas a realizar, entendiendo que sí es posible contar con un marco muestral exhaustivo, la elección de una muestra paramétrica sería la mejor. Sin embargo, pensando en este norte y fundamentando la decisión en la necesidad de conocer e incidir en la mejora de la situación del periodismo en Venezuela, creemos que es posible iniciar estudios en los que dicho marco se pueda ir optimizando, teniendo en cuenta, además, que la cambiante realidad nos obliga a realizar actualizaciones permanentes.

Sabemos la importancia que tiene el método de selección de los comunicadores que ejercen el periodismo en los distintos tipos de medios para poder construir un mapa sobre la realidad del periodismo en Venezuela. Emprendimos la investigación en el año 2015, con la idea de ir construyendo un marco muestral exhaustivo. A continuación presentamos las inquietudes y los desafíos que se fueron enfrentando en el diseño muestral del estudio.

Cómo obtener un listado de medios o periodistas

¿Era posible tener acceso a todos los periodistas que ejercen diferentes funciones dentro de la labor informativa y de opinión en los distintos tipos de medios de comunicación? Lamentablemente, no existe un listado con esta información. Los periodistas encuestados en el primer año (2015) contaban con un nivel de afiliación a los Colegios de Periodistas del 44,6%, de manera que acudir a este recurso para elaborar el marco muestral hubiese dejado por fuera a más de la mitad de la población (asumiendo que dicho parámetro reflejara de forma bastante aproximada la realidad), pero, además, sus registros de agremiados no reflejan cuál es el área de des-

empeño de los comunicadores sociales. Por la vía de la sindicalización, el asunto era más desventajoso aún, ya que la agremiación sindical resultante fue de apenas 12,5%.

¿Y si considerásemos un listado de medios? ¿Deberíamos abordar los medios de todo el país o solo de algunas ciudades? ¿Cómo determinar si en esos medios había espacios de información y opinión? En función de un criterio de viabilidad del estudio decidimos estudiar la situación del periodismo desde los medios y periodistas ubicados en las ciudades y ejes alrededor de los núcleos urbanos más poblados, ya que, en general, allí hay una mayor concentración de medios, buena parte de los cuales tienen influencia en un espacio público que trasciende la zona geográfica. Identificamos 8 núcleos: 1) Gran Caracas, entendida esta como la aglomeración urbana que cubre el Distrito Metropolitano de Caracas y ciudades satélites como Los Teques, San Antonio de Los Altos, Maiquetía, La Guaira, Guarenas, Guatire, Cúa y otras poblaciones del Estado Miranda y el Estado Vargas; mientras que el resto de la masa de encuestados correspondieron a 2) Barquisimeto, 3) Ciudad Guayana –Puerto Ordaz–, 4) San Cristóbal, 5) Maracay, 6) Valencia, 7) Eje Barcelona-Puerto La Cruz y 8) Maracaibo.

La influencia mediática de algunos de estos medios era nacional y los de cobertura regional sobrepasaban la población de las entidades donde se encontraban. A partir del criterio expuesto, podemos decir que el estudio daría cuenta de la situación del periodismo que mayor potencial de influencia tiene en la creación del espacio público regional y nacional.

Una vez, tomada esta decisión, continuamos con la interrogante sobre el listado de medios. Contábamos con información del Directorio Regional de Medios 2012 de la revista *Producto* (febrero, 2012), así mismo con la Investigación y recopilación de datos de Medias (Gente de medios, 2013) y la Base de Datos de Monitoreo Digital (2014). A partir de allí y de la consulta a conocedores de medios, elaboramos el primer listado con 220 medios de comunicación no especializados (41 impresos, 28 TV, 132 radiofónicos y 9 digitales que en campo incrementaron a 19) ubicados en las ciudades y ejes señalados.

No fue posible contactar a 9,5% de medios listados (21 medios); por tanto, quedaba la duda acerca de la vigencia de su existencia, de sus datos

de ubicación y de si tenían espacios de información y de opinión. Dada la realidad de cierre de empresas de comunicación entre el año 2013 y 2014, esta incertidumbre constituyó un riesgo que decidimos asumir, incorporando la posibilidad de sustitución de medios siguiendo procedimientos aleatorios. Si, durante el levantamiento, se identificaba un medio no incluido en la lista, se numeraba e incorporaba en el listado, teniendo igual posibilidad de ser seleccionado al azar en caso de requerirse un reemplazo.

¿Tendríamos acceso a una muestra probabilística de medios? Contar con una muestra aleatoria implicaba tener un marco muestral exhaustivo y seleccionar parámetros lo suficientemente rigurosos para determinar el tamaño de la muestra. Sabíamos que el marco muestral construido tenía su margen de incertidumbre, pero no era una situación nueva en investigaciones sociales.

Los medios estaban listados por ciudades y, dentro de cada ciudad, consecutivamente, los impresos, los televisivos y los radiales. En último lugar, se encontraban numerados los medios nativos digitales, independientemente de la ubicación espacial de su sede, por ubicarse en el ciberespacio, aunque la mayoría de ellos tenían su sede en la Gran Caracas. Para la selección de la muestra definimos un nivel de confianza de 0,95 y un margen máximo de error del 5%. Ello significa que la probabilidad de que los parámetros de la muestra se encontraran dentro de los de la población era del 95%, es decir, de 100 muestras obtenidas, 95 se asemejarían a dicha población, y 5, no lo harían. Es nuestro nivel de seguridad de que en otras muestras semejantes los resultados sean muy parecidos. En palabras de Morales (2012), su complemento: el 5% nos indica el nivel de riesgo que aceptamos de equivocarnos al presentar nuestros resultados. El margen de error, por su parte, nos expresa las diferencias máximas de acercamiento a dichos parámetros.

Se aplicó un muestreo simple de medios con un programa generador de números aleatorios. En el 2015, la población y la muestra teórica de medios fue de 220/140, de 197/130 en el 2016 y de 227/144 en el 2017, lográndose el 100% de cobertura de medios con 22 (15,7%), 11 (5,6%) y 8 (3,5%) reemplazos, respectivamente. A medida que se ha desarrollado la experiencia, hemos actualizado la base de datos, lo que ha incidido, en

parte, en un menor número de reemplazos. En el primer año, los reemplazos se debieron a: a) no ubicación del medio (40,9%), b) no contar con programas de información u opinión (31,8%) y c) rechazo a participar (27,3%); mientras que, en el último año, las razones fueron: a) discontinuidad de espacios de información u opinión (4 radios, es decir un 50%), no aceptar participar en el estudio (2 televisoras, 1 medio impreso y 1 radio, el otro 50%).

¿En qué medida estuvieron representados los medios, según su tipo? Comparemos los datos de la población con las muestras teóricas y obtenidas en el año 2015 con los del año 2017.

Cuadro 1. Datos de la población, muestras teóricas y muestras obtenidas de medios

Tipo de medio	Cantidad de medios en el año 2015					Cantidad de medios en el año 2017				
	Población (P)	Muestra teórica (MT)	% MT/P	Muestra obtenida (MO)	% MO/P	Población (P)	Muestra teórica (MT)	% MT/P	Muestra obtenida (MO)	% MO/P
Impreso	41	27	65,9	26	96,3	45	27	60	26	96,3
TV	28	20	71,4	20	100	29	19	65,5	19	100
Radio	140	85	60,7	76	89,4	115	72	62,6	72	100
Digital*	9	9	100	19	--	38	26	68,4	26	100
	220	141	64,1	141	100	227	144	63,4	143	99,3

* Decidimos encuestar al 100% de los digitales por ser muy pocos. Finalmente, identificamos 10 medios más.

Para el año 2017, habían disminuido considerablemente las emisoras radiofónicas con espacios de información y opinión e incrementado los medios digitales, muchos de ellos conformados por periodistas que trabajaban en impresos y televisoras que habían sido objeto de compra de modo no transparente y que asumieron un cambio de línea editorial. En general, para el último período mejoró la cobertura prevista de medios con un número de reemplazos relativamente bajo.

Los tres años de experiencia consecutiva nos permiten asumir que el proceso de encuesta abarque una gama representativa de los medios de las regiones más pobladas. Ahora bien, como sobre los medios, hablan sus periodistas, aún queda la inquietud de si los encuestados serían o no una

muestra representativa de la población que trabaja en espacios de información y opinión.

La muestra de periodistas

¿Cómo seleccionar a los periodistas?, y ¿de cuántos periodistas estábamos hablando como para hacer un análisis basado en una cantidad aceptable? ¿Qué íbamos a entender como *aceptable*? Para responder estas preguntas, primero identificamos las variables claves que nos servirían de pivote para entender la situación del periodismo. Estas variables eran: tipo de medio, región, tiempo de ejercicio y sexo. En otras palabras, nos interesaba conocer la percepción sobre la situación del periodismo que tienen los periodistas de medios impresos, los de TV, los de radio y los de medios digitales, así mismo, poder explorar si estas percepciones eran diferentes en los periodistas de Caracas de los del resto del país, si opinaban de modo diferente los que tienen más tiempo de ejercicio de los que tienen menos tiempo y, también, si había diferencias entre hombres y mujeres con respecto a algunos temas particulares. En vista de que el número más alto de categorías por variable era de cuatro (tipo de medios) —ya que el tiempo de ejercicio podía analizarse con cuatro o menos intervalos de tiempo— surge la pregunta de cuántos periodistas promedio por categoría necesitaríamos tener para observar si había diferencias de respuestas en una variable en cuestión respecto a las variables pivotes.

No existe un número mágico, no hay un tamaño muestral predeterminado que nos haga suponer científicidad, pero, al consultar con expertos estadísticos¹⁰, esa cifra podía estar entre 70 y 100 por categoría. De manera que necesitábamos entre 280 y 400 periodistas para poder realizar dichos análisis¹¹.

En vista de que teníamos distintas cantidades de medios por tipo, decidimos asignar cuotas diferenciadas, es decir, más grandes donde hay menos medios y más pequeñas donde hay más, considerando que esta cuota debía ser más bien un promedio, ya que podíamos tener medios que no la cubrieran y otros que la excedieran. Las cuotas promedio quedaron esta-

10 Agradecemos, muy especialmente, los aportes de Héctor Zea.

11 Para profundizar en este punto se pueden revisar los trabajos sobre tamaño de la muestra y potencia citados por Morales (2012), especialmente, Cohen (1988).

blecidas de la siguiente manera en el primer estudio (2015): 3 periodistas por medio impreso, 4 por TV, 2 por radiofónico, y en digitales esta cuota fue reduciéndose de 6, en el año 2015, a 3 en 2017. Ello permitió trabajar con las siguientes muestras en los tres años:

Cuadro 2. Distribución porcentual de periodistas por tipo de medio

	Medios			
	Digital	Impreso	Radio	TV
Año 2015 (377 periodistas)	17,8%	23,3%	38,5%	20,4%
Año 2016 (365 periodistas)	21,6%	23,0%	33,4%	21,9%
Año 2017 (368 periodistas)	22,8%	20,7%	37,2%	19,3%

El mayor reto: la selección de periodistas

¿Qué tan ganados estaban los medios para participar en el estudio? Y, de ser así, ¿querrían suministrarnos un listado de periodistas para poder hacer una selección aleatoria? En general, quienes aceptaron participar no suministraron listados, simplemente asignaron la cuota de periodistas entre quienes tenían la disponibilidad de tiempo. Aun así, trabajamos en función de favorecer la selección aleatoria entre quienes estaban disponibles cuando el número de periodistas era mayor a la cuota asignada, y entrevistamos al 100% cuando dicho número era igual o inferior a dicha cuota. En algunos casos encuestamos a la totalidad de periodistas del medio, especialmente en las emisoras radiofónicas locales no asociadas a circuitos radiales.

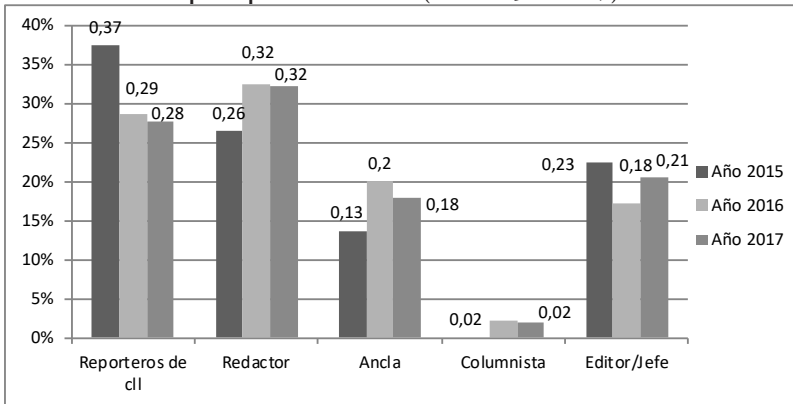
En el caso de los medios que no aceptaron facilitar el acceso a los periodistas, teníamos la opción de reemplazar al medio o contactar a sus periodistas por vías indirectas. ¿Qué implicaciones tendría esto? Si hacíamos el reemplazo, debilitábamos la asignación aleatoria original; si hacíamos los contactos fuera, por ejemplo, durante la cobertura de sucesos o eventos, probablemente sobre-representaríamos a reporteros de calle en detrimento de los que trabajan más dentro del medio como redactores y editores. Otras veces, la vía indirecta fue la de periodistas de radio que trabajaban en televisión, siendo este último el espacio con más dificultades para abordar a los periodistas. La realidad nos llevó a la utilización de ambas estrategias (encuestar en otros espacios y hacer reemplazos, con opción

preferencial por la primera) y creemos que la incidencia en los resultados es muy pequeña, ya que el número de medios que no aceptaron participar en el estudio disminuyó drásticamente entre 2015 y 2017.

Con base en el cuadro 2, podemos afirmar que contábamos con un número suficiente de periodistas por tipo de medios para realizar los análisis con esta variable pivote y cualquier otra que, como ya expresamos, tendría también cuatro categorías o menos.

Ahora bien, en estas indagaciones, ¿qué tanto contábamos con el punto de vista de los periodistas en sus distintas funciones? El siguiente gráfico ilustra la distribución de periodistas según su función principal.

Gráfico 1. Distribución porcentual de periodistas por tipo de funciones (año 2015 al 2017)

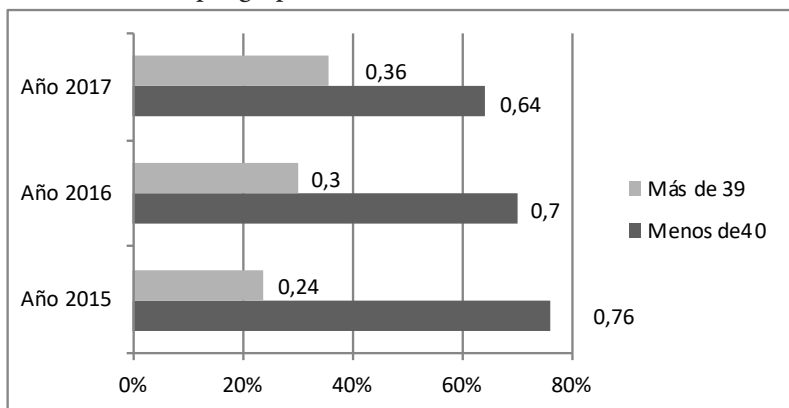


Fuente: Medianálisis (2015, 2016, 2017).

En general, las diferencias son mayores en el año 2015, cuando teníamos un marco muestral de medios con un margen de incertidumbre de casi un 10% y un mayor número de reemplazos con respecto a los otros años. Por otro lado, observamos diferencias pequeñas entre los años 2016 y 2017, las cuales están dentro del margen de error esperado. ¿Representan esas proporciones la composición de la población de medios, según sus funciones principales? Una indagación de este tipo podría darnos pistas. Por el momento, en una sesión con conocedores de medios, donde conversamos sobre este tema y el tema de distribución por sexo, edad y región,

concluimos que no parece estar alejada de la realidad. Los siguientes gráficos ilustran las tres últimas variables mencionadas:

Gráfico 2. Distribución porcentual de periodistas por grupos de edad (año 2015 al 2017)

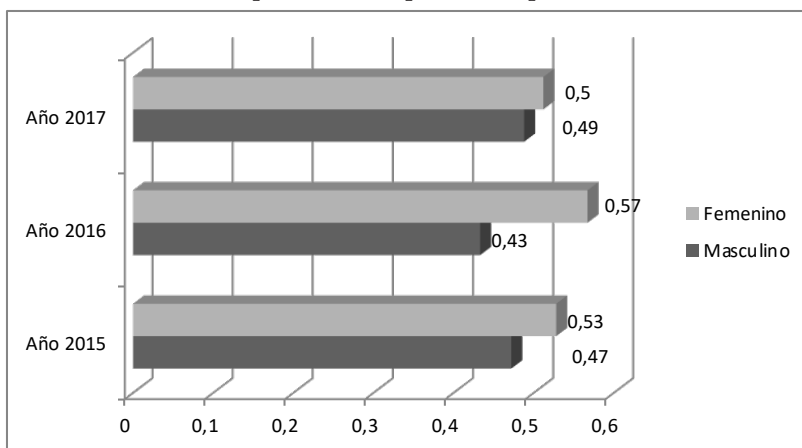


Fuente: Medianálisis (2015, 2016, 2017).

Observamos una disminución de la población joven, muy probablemente asociada a la diáspora que afecta al país, probablemente debida no solo a la situación socioeconómica y política general, sino, además, a los actos de agresión y persecución de que han sido objeto los periodistas, en particular, los reporteros de calle que suelen ser los más jóvenes.

Con respecto a la distribución por sexo, tenemos lo siguiente:

Gráfico 3. Distribución porcentual de periodistas por sexo (año 2015 al 2017)

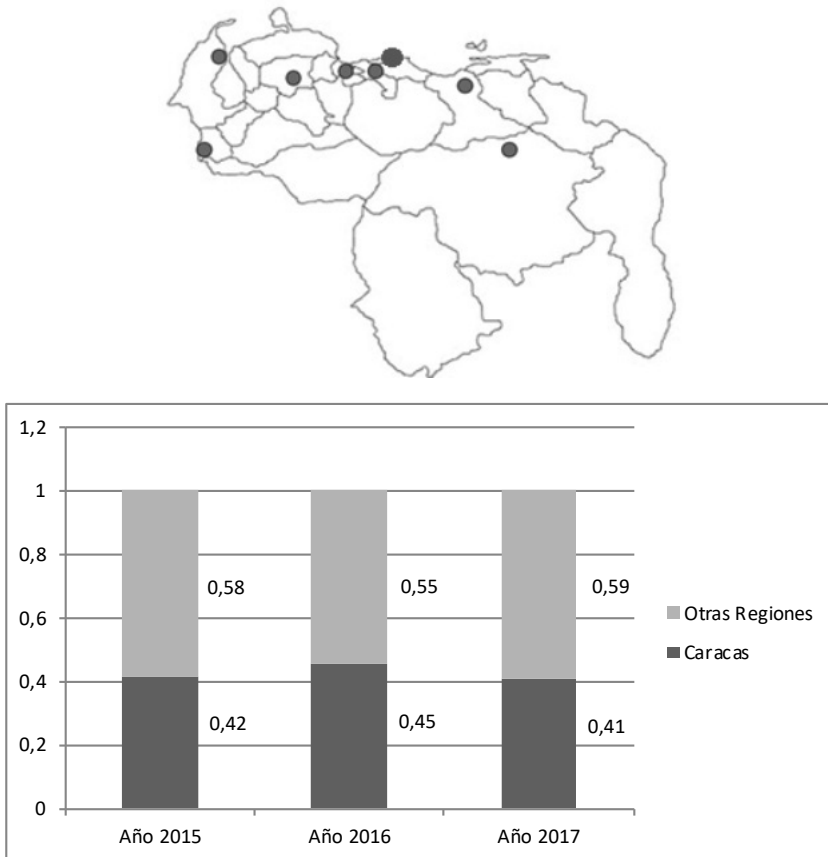


Fuente: Medianálisis (2015, 2016, 2017).

En el gráfico anterior podemos ver el predominio de mujeres ejerciendo el periodismo, aunque las diferencias no son tan marcadas como las observadas en las escuelas de Comunicación Social de donde egresan estos profesionales. Sin embargo, no sabemos las proporciones de estudiantes que se inclinan por el ejercicio del periodismo *versus* otras opciones de la carrera.

En el caso de la distribución de periodistas por regiones, esta se mantiene en proporciones muy cercanas y dentro del margen de error durante los tres años.

Gráfico 4. Distribución porcentual de periodistas por regiones (año 2015 al 2017)



Fuente: Medianálisis (2015, 2016, 2017).

Una referencia final al diseño de la muestra

Se diseñó una muestra polietápica y semi-probabilística. En primer lugar, se ubicaron las 8 ciudades más pobladas y con mayor concentración de medios; en segundo lugar, se incorporó el elemento probabilístico con un muestreo aleatorio simple de medios a partir de un marco muestral que se ha ido actualizando anualmente y, finalmente, un muestreo por cuotas de periodistas definida en función de contar con un número suficiente de periodistas para la realización de los análisis con cruces de variables pivotes de hasta 4 categorías.

El estudio nos ha permitido dar cuenta del estado de la praxis periodística en el contexto venezolano, mediante una breve pero detallada revisión de aspectos claves vinculados al ejercicio de la profesión y al contexto de actuación. No hemos pretendido otra cosa que develar temas relevantes en nuestra realidad como país, apelando para esto a la opinión de sus actores fundamentales, contabilizada, sistematizada, organizada y presentada de forma lógica y comprensible. Los resultados son la expresión de periodistas que trabajan en medios de comunicación seleccionados al azar, hombres y mujeres de todas las edades, de la Gran Caracas y del resto del país y, que lo hacen desde su experiencia en el ejercicio de distintas funciones periodísticas.

Aunque contamos con una muestra probabilística de medios, no es así con relación a los periodistas. ¿Hasta dónde podemos hacer inferencias a la población? A partir del análisis descriptivo de los datos, hemos asumido como válido hacer inferencias y formular líneas de trabajo a partir de allí, que contribuyan al ejercicio de un periodismo de calidad y, por ende, con alto potencial de fortalecer la democracia a nivel nacional. El criterio de verificación de dichas inferencias será la valoración pertinente de las propuestas desarrolladas por parte de sus receptores y los cambios en la situación del periodismo atribuibles a las intervenciones realizadas.

Referencias

- Davidovics, G. y Martínez, G. (Otoño de 1998) “Muestreo probabilístico y muestreo de cuotas en los estudios preelectorales y de opinión pública. Argumentos para una discusión crítica y necesaria en Chile”. *Revista de Ciencia Política*, Instituto de Ciencia Política de la Universidad de Chile, volumen 36.
- Díaz, V. (2004) “Problemas de representatividad en las encuestas con muestreos probabilísticos”. Universidad Pública de Navarra. Departamento de Sociología, Campus Arrosadía, s/n. 31006 Pamplona. *Papers* 74, 2004, pp. 45-66.
- Ibáñez, J. (1989). “Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas”. En García Ferrando, M. y otros. *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza Universidad, pp. 49-84.
- Medianálisis (2015) “Estudio de la Situación del Periodismo. Informes técnico y anexos (bases de datos e instrumento)”. Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2016) “Estudio de la Situación del Periodismo. Informes técnico y anexos (Bases de datos e instrumento) Archivos Institucionales.
- Medianálisis (2017) Estudio de la Situación del Periodismo. Informes técnico y anexos (bases de datos e instrumento)” Archivos Institucionales.
- Morales, P. (2012) “Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos? Estadística aplicada a las Ciencias Sociales”, Universidad Pontificia Comillas, Madrid. Disponible en: <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>
- Mediatrix: Gente de medios (2013) “Situación actual de los Medios de Comunicación en Venezuela”. Disponible en: <http://www.media-x.tv/situacion-actual-de-los-medios-de-comunicacion-en-venezuela/>
- Monitoreo Digital (2014). “Base de Datos de medios digitales que ocupan el top 50 en Venezuela”. Documento Excel.
- Revista *Producto* (febrero, 2012), Directorio Regional de Medios 2012.

Los Autores

Marcelino Bisbal. Licenciado en Comunicación Social con Estudios de doctorado en Ciencias Sociales. Exdirector de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor titular de la UCV. Durante 10 años fue director de los estudios de postgrado en comunicación social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Desde abril de 2016 es el director de Publicaciones de la UCAB y de la editorial **ab**ediciones. Director de la revista *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*.

Andrés Cañizález. Licenciado en Comunicación Social con estudios de postgrado en Ciencia Política e Historia de Venezuela. Doctor en Ciencia Política. Investigador Titular de la Universidad Católica Andrés Bello y profesor en el área de postgrado de dicha casa de estudios. Es parte del Programa de Estímulo a la Investigación e Innovación (PEII) en la categoría B. Directivo de la asociación civil Medianálisis. Electo presidente de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (INVECOM) para el período 2013-2015 y reelecto para los lapsos 2015-2017 y 2017-2019.

Gloria Carrasco. Psicóloga social con estudios de postgrado en: Coaching Ontológico y PNL, Educación y Evaluación de Resultados e Impactos. Profesora de Postgrado en Psicología del Desarrollo Humano de la Universidad Central de Venezuela. Amplia experiencia en la gerencia de proyectos sociales, así como en el diseño e instrumentación de estudios sociales y evaluaciones temáticas, con énfasis en los últimos 8 años en la Comunicación para la Democracia. Miembro fundador de Medianálisis y directora de proyectos de dicha organización desde su creación.

Moraima Guanipa. Licenciada en Comunicación Social, Universidad del Zulia (LUZ). Magister en Literatura Venezolana (UCV), con estudios en el Doctorado en Humanidades (UCV). Docente en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV) y ac-

tual jefa del Departamento de Periodismo. Dicta cursos en los Postgrados de Comunicación Social en la UCV y en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) e integra el Comité Académico de la Maestría en Gestión y Políticas Culturales de la UCV. Miembro del Programa de Estímulo a la Investigación (PEI), nivel B y de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación, INVECOM.

Este ejemplar se
terminó de imprimir en
Caracas en agosto del año
2018. Para su diseño se utilizó
la tipografía Adobe Garamond
Pro a 11 ptos., ha sido impreso
sobre Papel Saima White de
300grms. Se realizaron 1000
ejemplares, encuadernados en
en los talleres de Gráficas
Lauki C.A.

👁 El ejercicio periodístico no puede apartarse del contexto donde se ejerce, y mucho menos puede desligarse del funcionamiento de la democracia. Ya nos lo decía muy claramente el sociólogo chileno José Joaquín Brunner: "Existe una conexión profunda entre el sistema político prevaleciente en una sociedad determinada y el régimen comunicativo que aquél en parte condiciona y al cual necesita para subsistir". Lo expresa también muy bien Antonio Pasquali cuando nos dice que hay que entender que la comunicación es la piedra fundacional de todo lo que estamos pensando y haciendo. "No es la polis la que crea un modelo de comunicación, es la comunicación la que crea sociedad. Entes incomunicados no pueden formar estructura social".

👁 El gobierno venezolano ha venido construyendo una estrategia de hegemonía comunicacional sistemática, un nuevo régimen comunicativo basado en la minimización del periodismo crítico, plural e independiente a partir de restricciones a la libertad de expresión e información con el apoyo de leyes e instituciones públicas, producto de la aplicación de políticas dentro de una estrategia global e integrada.

978|980|244|905|7



UCAB  Universidad Católica
ANDRÉS BELLO

ISBN: 978-980-244-905-7



9 789802 449057