

# Se buscan medios socialmente responsables

*La finalidad del estudio fue valorar el desempeño de los medios en cuatro variables clave que dan cuenta de la Responsabilidad Social de estos, y su contribución a la democracia: transparencia, participación ciudadana, compromiso social y calidad periodística. Para ello se diseñó un instrumental de múltiples estrategias y fuentes orientadas a la construcción de un indicador compuesto que permitiese establecer un ranking de dicho desempeño.*

*El artículo presenta los resultados obtenidos en el año 2013 en una muestra intencional de 17 medios impresos de alta cobertura, pertenecientes a seis regiones geográficas de Venezuela.*

## **Abstract**

*The purpose of this study was to assess the performance of media in four key variables that explain the social responsibility of media and their contribution to democracy: transparency, citizen participation, social compromise and news media quality. To do this, an instrument of multiple strategies and sources oriented to the construction of a composite index was designed in order to establish a ranking of such performance. The article presents the results obtained in 2013 in an intentional sample of 17 printed media of high coverage belonging to six geographic regions in Venezuela.*

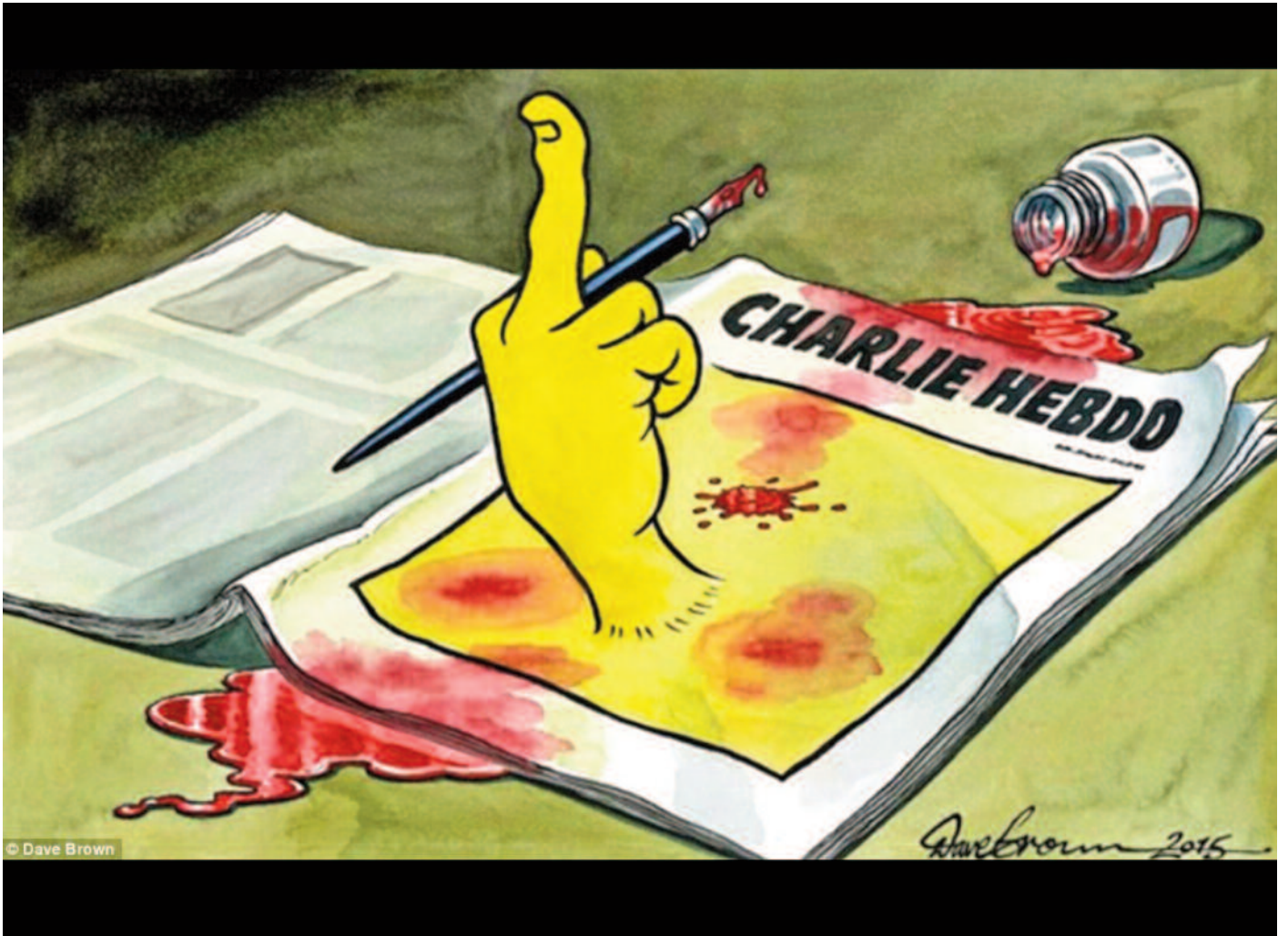
■ **GLORIA CARRASCO / ELSA CECILIA PIÑA**

Desde sus inicios, Medianálisis ha manifestado especial interés por investigar sobre la contribución de los medios de comunicación venezolanos –impresos, en particular– a la democracia. Esta motivación parte de una premisa muy sencilla, pero contundente: la relación entre periodismo y democracia es estrecha e interdependiente. En palabras de Bill Kovach, “...el periodismo y la democracia nacieron juntos. Ellos prosperarán o morirán juntos”.

En este sentido, nuestra primera investigación, en el año 2011, se tituló: *Contribución de los medios de comunicación impresos de Venezuela a la democracia, a partir de la pluralidad de fuentes, la participación ciudadana y el media accountability*. Este fue, sin preverlo, la semilla que daría paso a lo que hoy creemos puede ser un gran árbol: el Ranking de Medios Socialmente Responsables.

Este primer estudio de la organización se sustentó fundamentalmente en los Indicadores de Desarrollo Mediático de la Unesco (Unesco y Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, 2008), una serie de ítems relacionados con los medios y periodistas, así como con otras instancias –universidades, gobierno, legislación– que al ser adaptadas al país de estudio nos permiten tener una noción completa de cómo se desenvuelven las empresas de comunicación en esa nación.

En resumen, el documento de la Unesco nos habla de cinco categorías de análisis:



- Categoría 1: un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social.
- Categoría 2: pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad.
- Categoría 3: los medios como plataforma para el discurso democrático.
- Categoría 4: capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad.
- Categoría 5: la capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas. (Unesco y Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, 2008)

Dado que nuestra intención siempre ha sido revisar el trabajo de los medios y sus periodistas, solo consideramos aspectos relacionados con su funcionamiento. Por tanto, nuestros indicadores se centraron en las categorías 2 y 3. De estas, consideramos los siguientes aspectos:

- 1) Transparencia en la propiedad de los medios, línea editorial, ingresos brutos, tiraje y programas de Responsabilidad Social Empresarial.
- 2) Tenencia de código deontológico interno, defensor del lector, espacios para la publicación de fe de erratas y mecanismos de participación ciudadana.
- 3) Pluralidad de las notas periodísticas, a través del registro de la cantidad y tipo de fuentes, así como la identificación del sexo y la filiación política de las voces consultadas. Además, se consideró la profundidad de los textos a partir del tipo de género periodístico empleado.

Metodológicamente la investigación tuvo las siguientes características: para evaluar la transparencia se examinó al medio en dos niveles, el empresarial y el editorial, consultando a un representante del diario y revisando su página web; para la participación ciudadana, se identificaron los mecanismos presentes en la versión impresa del medio, y para la pluralidad de fuentes informativas se evaluaron aspectos redaccionales y del carácter de las fuentes vivas.

Para medir este último aspecto se seleccionó la siguiente muestra: todas las unidades redaccionales con llamado en primera plana de las ediciones compren-



**Otro desafío para los medios venezolanos está en el desarrollo de herramientas de lo que puede catalogarse como periodismo ciudadano, que no es otra cosa que abrir canales para que los propios ciudadanos hagan y difundan informaciones**

didas entre el 17 y el 23 de enero de 2011. En total se procesaron 963 informaciones. ¿Qué encontramos en esta primera exploración?

... el periodismo venezolano atraviesa una etapa de serios desafíos para consolidar su contribución con la democracia, especialmente en el marco de un proceso político en el cual se ha debatido de forma extensa sobre la responsabilidad social de los medios de comunicación [...] Un desafío específico que debe afrontar la prensa escrita de Venezuela, al menos así se deduce de esta investigación, tienen que ver con el establecimiento de mecanismos de 'auditabilidad' sobre su gestión editorial y empresarial [...] En líneas generales los periódicos de Venezuela que fueron analizados no explotan la riqueza de géneros que ofrece el periodismo contemporáneo y –al contrario– parecen anclados en rutinas más bien básicas del trabajo periodístico. De tal forma que encontramos, principalmente, un uso extendido de la noticia como género, alta frecuencia de informaciones de fuente única, uso mayoritario de fuentes vivas, escasa diversidad de fuentes informativas (especialmente ciudadanas) en ciertas áreas de cobertura y desequilibrio de las fuentes vivas según su filiación política [...] Otro desafío para los medios venezolanos está en el desarrollo de herramientas de lo que puede catalogarse como periodismo ciudadano, que no es otra cosa que abrir canales para que los propios ciudadanos hagan y difundan informaciones, aprovechando el enorme desarrollo actual de las nuevas tecnologías. Esto se conecta con

la necesidad de que se establezcan y/o se fortalezcan los mecanismos para contar con participación ciudadana a través de diversos formatos y plataformas. (Piña, E., 2011)

Dado lo reveladores de estos resultados, se pensó en crear algo más completo y metodológicamente más consistente, para que pudiera ser aplicado sistemáticamente. Es aquí cuando nace el Ranking de Medios Socialmente Responsables, que ya en su primera edición constaba de cuatro variables: transparencia, participación ciudadana, compromiso social y calidad periodística.

Todas estas variables, directa o indirectamente, han sido consideradas en investigaciones previas sobre el rol de los medios de comunicación en la sociedad. Uno de esos estudios es *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México*, editado por la Fundación Prensa y Democracia México y la Red de Periodismo de Calidad, en 2006.

Este documento plantea ocho principios, algunos relacionados con el funcionamiento de los medios hacia lo interno y otros sobre las condiciones del entorno para el ejercicio del periodismo. He aquí algunos de los indicadores de cada uno:

- **Principio 1:** transparencia en los procesos de construcción y procesamiento de la información, con énfasis en la pluralidad de fuentes y los contrastes de ideas.
- **Principio 2:** verificación y contextualización de los datos e información a través de un documento público donde se especifican los valores y procedimientos que definen el quehacer del diario como manejo de fuentes, corrección de errores, entre otros.
- **Principio 3:** investigación periodística como soporte de calidad en la formación del periodista y en su trabajo reporteril y de redacción.
- **Principio 4:** espacios de comunicación horizontal entre periodistas, editores y directivos, ordenados explícitamente a partir de la declaración pública de principios institucionales.
- **Principio 5:** código de ética público donde se enfatiza la veracidad, el secreto profesional, la independencia, la ética relacionada con la libertad de expresión, entre otros.
- **Principio 6:** mecanismos de contrapeso a los medios: derecho de réplica,

defensor del lector, veedurías ciudadanas, observatorios civiles.

- **Principio 7:** equidad en la asignación de publicidad a partir de políticas claras sobre prebendas, tarifas y descuentos hacia clientes, tratamiento de espacios comercializables, así como información transparente sobre los asociados.
- **Principio 8:** derecho y acceso a la información, haciendo pública su política editorial, actuando sin avalar intereses de terceros y sin poner en riesgo la vida o integridad de grupos indefensos.

Un año después, en 2007, el Foro de Periodismo Argentino publicó el libro *Periodismo de calidad: debates y desafíos*, el cual plantea, en pocas palabras, que el periodismo debe evaluarse en función de los criterios de noticiabilidad, por lo cual estos serán sus unidades de medición. A la sazón, nos referimos a:

- **Confiable:** cantidad de fuentes y autoridad de las mismas.
- **Relevancia:** grado de impacto sobre la población (cantidad de afectados). Situación de los actores de la noticia (estatus).
- **Interés:** cercanía sobre la población objetivo del medio.
- **Proporción:** extensión en función del impacto y la proximidad.
- **Adecuación:** cantidad de antecedentes y consecuencias.
- **Transparencia:** marcos o enfoques de la información.
- **Claridad:** lenguaje apropiado para esa información.
- **Comprensibilidad:** aplicación del índice de *Flesh*.
- **Integración:** cantidad y calidad técnica de imágenes que no sean redundantes del texto.
- **Incidencia:** aplicación de la herramienta Percepción de Calidad Periodística desde la teoría de la *agenda setting*. (Fopea, 2007).

Todos los documentos señalados anteriormente han sido de mucha utilidad para la elaboración de las variables e indicadores del Ranking de Medios Socialmente Responsables, el cual sin duda pone énfasis en aspectos que nos interesa atender en



***Un indicador es la expresión de medida de un atributo que informa adecuadamente sobre un aspecto delimitado de la realidad (Sanín, 1999) y proporciona la posición relativa de un objeto evaluado frente al conjunto estudiado***

el contexto venezolano, tales como contraste, cantidad de fuentes, reconocimiento de errores, requisitos para participar en los espacios de participación ciudadana, transparencia de la línea editorial, entre otros.

#### **La construcción del sistema de indicadores**

Nos planteamos la construcción de un sistema de indicadores que diera cuenta de la contribución de los medios a la democracia a través de las variables definidas como expresión de esta: transparencia, participación ciudadana, compromiso social y calidad periodística, así como del desempeño global, denominado Ranking de Medios Socialmente Responsables (RMSR)

Un indicador es la expresión de medida de un atributo que informa adecuadamente sobre un aspecto delimitado de la realidad (Sanín, 1999) y proporciona la posición relativa de un objeto evaluado frente al conjunto estudiado, es decir, el *ranking*. Cuando se evalúa en intervalos regulares, proporciona la dirección de cambio a través del tiempo.

Los indicadores pueden ser simples o compuestos. El primero mide el aspecto más desagregado de una variable, mientras que los segundos son una medición combinada de diferentes indicadores de una dimensión, diferentes dimensiones de una variable y/o de variables combinadas bajo un área o concepto que las agrupa (Carrasco, 2011).

El indicador compuesto de apertura a la participación ciudadana que en forma más resumida denominamos participación ciudadana se construye por agregación de in-

dicadores simples como: tenencia de mecanismos de participación, eficiencia de mecanismo de comunicación diario-lector, entre otros. El máximo nivel de agregación lo obtenemos al agrupar los valores de todas las variables para determinar la Responsabilidad Social de los Medios.

Para construir el sistema dimos los siguientes pasos:

- Construcción teórica del sistema de variables e indicadores.
- Diseño del sistema de indicadores e instrumental de recolección de información.
- Aplicación con carácter de prueba piloto a quince medios impresos en el año 2012.
- Procesamiento de información y análisis de la distribución de los datos.
- Selección de datos, elaboración de boletas y conversatorio con cada medio evaluado (devolución de información).
- Juicio de expertos (profesionales de la comunicación social).
- Ajustes a la propuesta inicial del sistema de indicadores e instrumental de recolección de información.
- Nueva aplicación, en esta oportunidad a 17 medios en el año 2013, incluyendo de nuevo la devolución de resultados a los medios e incorporando un análisis de varianza y de asociación y correlación entre ítems, variables y desempeño global, para generar la propuesta para el año 2014.

Tanto el proceso de construcción teórica como el de aplicación de las mediciones de ambas ediciones (2012 y 2013) contaron con sistemas de rigurosidad metodológica como el juicio de expertos, los conversatorios de devolución de resultados y el análisis estadístico.

La triangulación de fuentes y estrategias, así como la interacción con involucrados y expertos para lograr la mutua aceptación del indicador como herramienta útil de evaluación, respondió a un enfoque constructorista, en el que la perspectiva del evaluado y otros involucrados constituyó un eje fundamental para la conformación del sistema de indicadores.

En el primer año se estableció la validez de contenido, es decir, de la consistencia entre el sistema de variables e indicadores propuestos, a través del juicio de expertos. Así mismo se determinó la confiabilidad cruzando la concordancia del *ran-*

king obtenido de medios y la apreciación de expertos estudiosos de los temas abordados. Los resultados fueron de 85 % y 73 %, respectivamente. Se hizo un análisis de distribución de frecuencia, puntajes mínimos, máximos y promedios por cada indicador simple y compuesto.

Producto de dicho análisis, basado en 26 indicadores y las mismas cuatro variables ya mencionadas, se decidió igualar el peso de las variables que inicialmente era de 20 % cada una, excepto calidad periodística que tuvo 40 %; desincorporar cinco indicadores que no discriminaban suficientemente la información, e introducir once nuevos para conformar el sistema con un total de 32 indicadores (los cuales presentamos en detalle en el punto siguiente).

En el segundo año se estableció la validez de constructo, es decir, se evaluó la propiedad de las respuestas aplicando análisis de varianza con test de Cochran, y se determinó la confiabilidad de los datos a partir de la prueba Alfa de Cronbach. El primer valor fue de 0,00; menor que 0,05 y, el segundo, basado en las puntuaciones estandarizadas resultó igual a 0,924. Ello permitió concluir la existencia de una alta validez y confiabilidad de los datos.

### Edición de 2013: aspectos metodológicos

Esta segunda edición del Ranking de Medios Socialmente Responsables incluyó un sistema de 32 indicadores, los cuales se muestran en la tabla 1.

Las variables y los criterios de éxito quedaron definidos de la siguiente manera:

#### *Transparencia*

Es la apertura a la divulgación de información sobre los principios y el quehacer del diario y la apertura a la crítica y la corrección de errores. Los criterios de éxito son:

- Suministra información institucional y sobre línea editorial en website o redes sociales.
- Presenta información completa y actualizada sobre dueños, accionistas, director, jefes de redacción y tiraje.
- Tiene un defensor del lector constatado en medio impreso.
- No han sido demandados por privados en los últimos tres años por delitos de opinión.

**TABLA 1. SISTEMA DE INDICADORES 2013**

VARIABLE / DIMENSIONES	INDICADORES
<b>TRANSPARENCIA</b>	
• Divulgación de información clave sobre principios y quehacer del diario	• Línea editorial • Dueños de medios • Información sobre directores y jefes de redacción • Réplicas y desmentidos • Tiraje promedio
• Apertura a la crítica y enmienda de errores	• Defensor del lector • Enmienda de errores
<b>PARTICIPACIÓN CIUDADANA</b>	
• Mecanismos de participación	• Espacios de participación ciudadana • Mecanismos de comunicación diario-lector • Grupos de enlace con el entorno
• Facilidades para hacer uso de los mecanismos	• Gratuidad de espacios • Formalidades exigidas para la participación • Eficiencia de mecanismo de comunicación D-L
<b>COMPROMISO SOCIAL</b>	
• Sensibilidad del medio	• Información con contenido social • Publicaciones fijas de ONG y movimientos sociales • Mujeres en cargos gerenciales
• Responsabilidad social empresarial	• Prácticas ecocompatibles • Programas de responsabilidad social • Periodistas involucrados en PRS • PRS en áreas del periodismo • Personas con discapacidad • Libertad sindical • Formación de recursos humanos
<b>CALIDAD PERIODÍSTICA</b>	
• Pluralidad	• Dos o más fuentes • Tipos de fuentes orales • Fuentes orales femeninas • Contraste político
• Abordaje	• UR de agenda • Informaciones contextualizadas
• Transparencia editorial	• Fuentes orales no anónimas • Informaciones firmadas por reporteros • Unidades gráficas con crédito

- Contempla mecanismos para revisar y enmendar errores que incluyen a los ciudadanos.
- Tiene grupos de enlace con el entorno de carácter abierto (invitación pública).

#### *Participación ciudadana*

Entendida como la tenencia de espacios de participación ciudadana y las facilidades de participación. Los criterios de éxito empleados son los siguientes:

- Posee dos secciones o más de denuncias, peticiones, opinión y participación que son gratuitos.

- Posee siete mecanismos o más de comunicación con el lector.

- Cien por ciento de los mecanismos son eficientes.

#### *Compromiso social*

Registra la sensibilidad del medio para expresar temas de interés y su responsabilidad social. Los criterios de éxito son:



- Más de 20 % de las informaciones con llamado en primera plana tiene contenido social (educación, salud, pobreza, comunidad, ciudad, microeconomía y servicios).
- Publica secciones fijas en el cuerpo del periódico o encartadas con fines educativos sobre familia, ambiente, salud, economía...
- Más de 45 % de los cargos gerenciales están ocupados por mujeres.
- Sobrepassa la exigencia legal de 5 %, o emplea personas con discapacidad aunque no está obligado por ley.
- Publica columnas fijas de ONG o movimientos sociales y sus representantes.
- Asume prácticas ecocompatibles en todas las áreas (emisión de ruidos, manejo de tóxicos, reciclaje, ahorro energético).
- Ejecuta al menos un programa de responsabilidad social con enfoque de desarrollo, el cual es promovido públicamente e involucra a sus trabajadores.
- Hay libertad sindical e incidencia de sindicatos en contrataciones colectivas aceptables para patronos y sindicatos.
- Hay una política de formación constante del personal que se refleja en al menos cinco mecanismos de promoción de la formación.

### Calidad periodística

Abarca la pluralidad del medio, la presencia de una agenda propia con informaciones contextualizadas y la transparencia editorial. Los criterios de éxito definidos son los siguientes:

- Más de 80 % de las informaciones tienen dos o más fuentes.
- Más de 40 % de las fuentes orales son femeninas.
- Hay diversidad de fuentes orales (ciudadanos afectados, ciudadanos proactivos, sociedad civil, Estado, sector económico, servicios para el desarrollo y partidos y movimientos políticos) y equilibrio en su presencia.
- Hay contraste en las informaciones políticas entre oficialismo y oposición con diferencias que no superan 3 %.
- 34 % o más de las informaciones responden a una agenda propia.

**El estudio incluyó diecisiete medios impresos del país, seleccionados con el siguiente criterio: tomar el diario (no especializado) líder en tiraje de la ciudad más poblada de cada una de las ocho regiones del país y un segundo medio, bajo la única condición de que Medianálisis pueda tener acceso a él para discutir los resultados.**

- 75 % o más de las informaciones están contextualizadas.
- 96 % o más de las fuentes orales están identificadas.
- Más de 80 % de las informaciones están firmadas por reporteros.
- Más de 90 % de las unidades gráficas poseen crédito.

El puntaje total del sistema de indicadores fue veinte puntos y cada variable tuvo un valor de cinco (25 %). El puntaje global y por variable se construyó por sumatoria de puntos.

El estudio incluyó diecisiete medios impresos del país, seleccionados con el siguiente criterio: tomar el diario (no especializado) líder en tiraje de la ciudad más poblada de cada una de las ocho regiones<sup>1</sup> del país y un segundo medio, bajo la única condición de que Medianálisis pueda tener acceso a él para discutir los resultados. En el caso particular de la región capital, discrecionalmente, decidimos evaluar cuatro diarios.

- *Región Capital* (Caracas): *Últimas Noticias, El Nacional, El Universal y Vea.*
- *Región Central* (Valencia): *Notitarde y El Carabobeño.*
- *Región Centro-Occidental* (Barquisimeto): *El Impulso y El Informador.*
- *Región Oriental* (Eje Barcelona-Pto. La Cruz-Lecherías): *El Tiempo y El Norte.*

- *Región Zuliana* (Maracaibo): *Panorama y La Verdad.*
- *Región Andina* (San Cristóbal): *La Nación y Diario de Los Andes.*
- *Región Llanera* (Barinas): *La Prensa de Barinas.*
- *Región de Guayana* (Pto. Ordaz): *Nueva Prensa de Guayana y Correo del Caroní.*
- En el caso de Barinas solo se incluyó un medio, porque el segundo seleccionado, diario *De Frente*, no nos ofreció la información necesaria para evaluarlo adecuadamente.

El levantamiento de la información se hizo combinando diferentes fuentes y estrategias:

- 1) Entrevista con algún jefe o gerente del medio.
- 2) Entrevistas con dos periodistas del diario.
- 3) Revisión a sus portales web asociados (website propio, redes sociales, fundaciones).
- 4) Revisión de la edición impresa con el método de la semana compuesta.
- 5) Análisis de las informaciones publicadas en la primera plana de los ejemplares de la muestra.

En esta ocasión, la revisión del diario impreso y el análisis de la primera plana correspondió a los ejemplares de las siguientes fechas: 9, 17 y 25 de abril y 3, 11, 19 y 27 de mayo, mientras que las entrevistas y las visitas a las páginas web se realizaron entre abril y septiembre de 2013.

### Resultados de la edición del año 2013

Nos referiremos, en primer lugar, al comportamiento de las variables y su relación con el desempeño global, así como a la contribución de los indicadores a cada variable. En segundo lugar, mostraremos la posición de los medios según los promedios obtenidos y los primeros lugares del Ranking de Medios Socialmente Responsables.

### Comportamientos de las variables

En el gráfico 1 podemos ver el recorrido de la puntuación global obtenida, la cual fue de 7,88 a 16,13 (de veinte puntos esperados), es decir, el medio que alcanzó el puntaje menor aprobó 39,4 % de la califi-

cación esperada y el de mejor desempeño obtuvo 81 %.

En el caso de las variables cuyo valor máximo esperado era de cinco puntos, obtuvimos lo siguiente: transparencia y participación ciudadana alcanzaron valores mínimos y máximos similares: 1,75 y 4,75 (35 % a 95 % del esperado); mientras que en compromiso social fueron 0,75 y 4 (15 % a 80 %); y en calidad periodística, 1,25 y 3,88 (25 % a 77,6 %).

En general, puede apreciarse que las mayores dificultades estuvieron en las variables calidad periodística y compromiso social. Probablemente sean ellas las que mejor expliquen los déficits en el desempeño global. Veamos cómo se da la relación entre estos.

Para establecer la relación entre el desempeño global de los medios y el desempeño en cada una de las variables dividimos el rango de cada variable en tres intervalos iguales, los cuales clasificamos en desempeño bajo, mediano y alto. La tabla 2 presenta los resultados.

Cabe destacar que de los diecisiete diarios, cuatro tuvieron un desempeño global bajo, ocho mediano y cinco alto. En este cruce planteado entre desempeño global y cada variable, resalta lo siguiente:

La mayoría de los medios poseen mediana transparencia, independientemente de su desempeño global, sin embargo, entre quienes presentaron desempeño global alto no se observó baja transparencia y hubo 20 % que obtuvo alta transparencia (esto último no se observó entre quienes tuvieron desempeños globales medio y bajo). Podemos decir que quienes expresan alta transparencia, tienden a tener buenos desempeños en el resto de las variables.

Asimismo, de los diarios que presentan mediano desempeño global, 75 % posee una mediana participación ciudadana; mientras que de los que presentan bajo desempeño, 75 % posee mediana participación ciudadana y no presentan casos de alta participación. No hay baja participación entre quienes tienen alto desempeño global ni alta participación entre quienes tienen bajo y mediano desempeño.

La totalidad (100 %) de los medios con alto desempeño posee un alto compromiso social, mientras que 50 % de los que poseen un bajo desempeño global presentan un bajo compromiso social.

De la prensa valorada con un desempeño global alto, 60 % posee una alta calidad periodística, y de los que tienen mediano desempeño, 50 % se valora con alta calidad periodística; sin embargo, de los me-

GRÁFICO 1.

## PUNTAJES PROMEDIOS, MÍNIMOS Y MÁXIMOS DEL RMSR

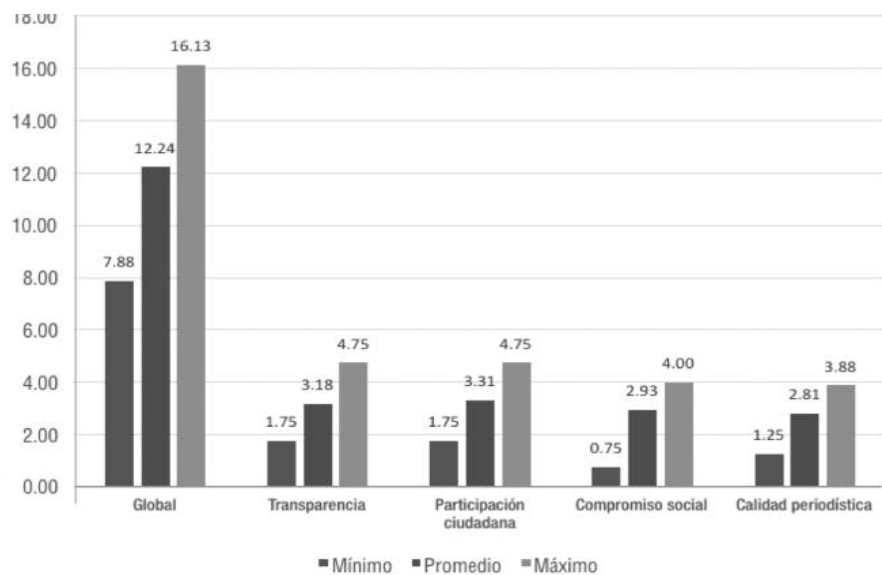


TABLA 2. INDICADORES DE VARIABLES / INDICADOR DE DESEMPEÑO GLOBAL

		DESEMPEÑO GLOBAL (DG)			
		Bajo DG 4 diarios (23,53%)	Mediano DG 8 diarios (47,06%)	Alto DG 5 diarios (29,41%)	Total 17 (100%)
TRANSPARENCIA	Baja transparencia	25,0%	12,5%		11,8%
	Mediana transparencia	75,0%	87,5%	80,0%	82,4%
	Alta transparencia			20,0%	5,9%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
PARTICIPACIÓN CIUDADANA	Baja participación	25,0%	12,5%		11,8%
	Mediana participación.	75,0%	75,0%	60,0%	70,6%
	Alta participación		12,5%	40,0%	17,6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
COMPROMISO SOCIAL	Bajo compromiso	50,0%			11,8%
	Mediano compromiso	25,0%	50,0%		29,4%
	Alto compromiso	25,0%	50,0%	100,0%	58,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
CALIDAD PERIODÍSTICA	Baja calidad	75,0%	12,5%		23,5%
	Mediana calidad	25,0%	37,5%	40,0%	35,3%
	Alta calidad		50,0%	60,0%	41,2%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

dios que poseen bajo desempeño global, 75 % expresa baja calidad periodística.

Si bien podemos observar contribuciones de cada variable al puntaje global, esta es más evidente en el caso de calidad periodística y compromiso social. Ello parece indicar que son dos variables clave para promover la responsabilidad social de los medios, y desde allí fomentar la apertura a la participación ciudadana y a la transparencia.

### Contribución de los indicadores a la explicación de cada variable y desempeño de los medios

En este punto presentaremos los indicadores que contribuyeron a la explicación de cada variable e informaremos de aquellos que no lo hicieron o presentaron inconsistencias en las respuestas. Así mismo, veremos el porcentaje de medios que cubrieron el criterio máximo de éxito

en los indicadores que tuvieron un buen funcionamiento.

En la variable transparencia, todos los indicadores: divulgación de línea editorial, dueños de medios, y del tiraje promedio, así como la tenencia de defensor del lector y enmienda de errores contribuyeron a la variable, con excepción de divulgación de información sobre directores y jefes de redacción, el cual es un aspecto logrado por todos los medios. En el caso de réplicas y desmentidos hubo ambigüedad en la interpretación de la data, razón por la cual fue eliminado.

Los resultados con relación a los criterios de éxito establecidos por cada indicador se muestran en el gráfico 2.

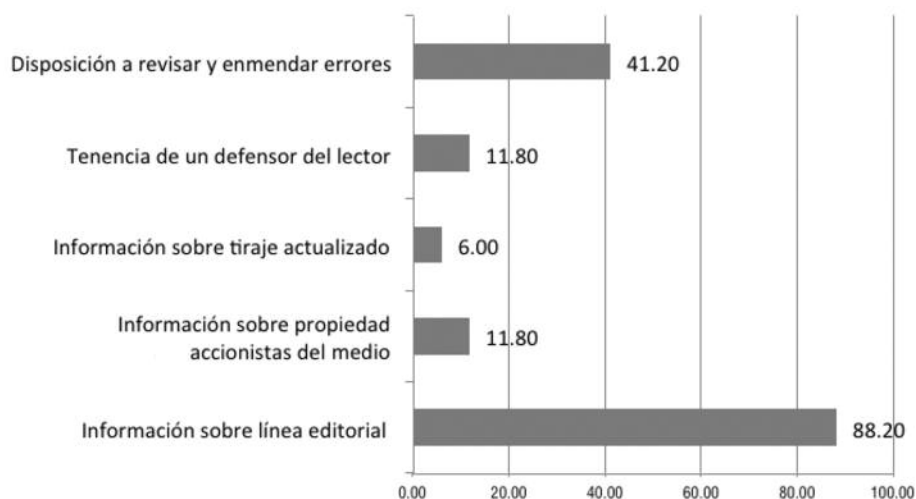
La mayoría de los medios (88 %) divulgan información a través de redes sociales, página web e impreso, sobre sus valores y orientaciones sobre el quehacer del diario, así como sus aspiraciones de contribución con el lector o el país. Solo dos de los diecisiete medios no divulga información alguna. El reto de medición está en desagregar más las categorías de respuestas en aras de una mayor discriminación.

La disposición a revisar y enmendar errores, empleando varios mecanismos para evitar que los errores se produzcan y que puedan corregirse a la brevedad, también fue muy alta (41,20 %). El resto de los medios contemplaron solo un mecanismo. Para su futura aplicación nos concentraremos en la enmienda de errores y no en los mecanismos de prevención, los cuales son comunes en todos los diarios.

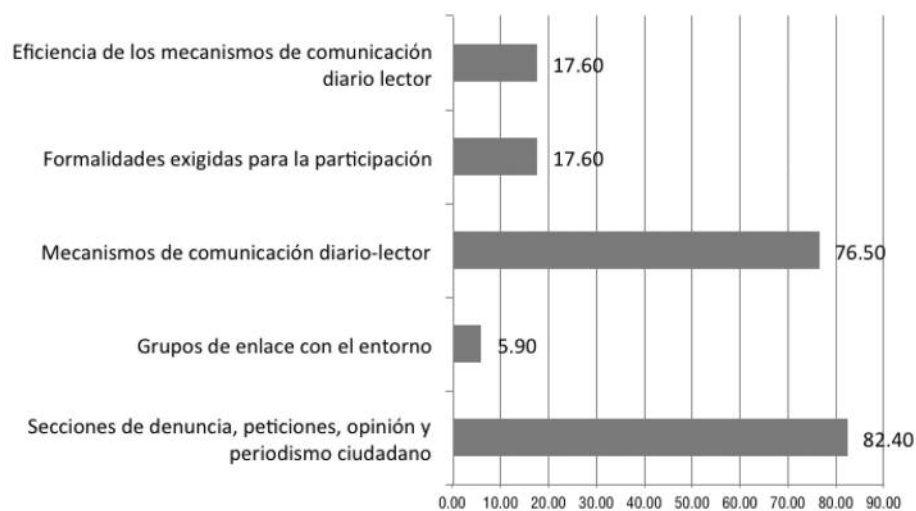
Observamos cómo en torno a la tenencia de un defensor del lector y la información sobre propietarios de los medios, así como la divulgación de información actualizada sobre tiraje, menos de tres medios cubrieron los criterios máximos de éxito. Estas son áreas en las que se evidencia baja transparencia.

En la apertura a la participación ciudadana, la tenencia de espacios, mecanismos de comunicación diario-lector y grupos de enlace con el entorno, así como las facilidades dadas para ejercer dicha participación, según las formalidades exigidas para la participación y la eficiencia de los mecanismos de comunicación D-L, contribuyeron significativamente al desempeño de dicha variable (en menor medida grupo de enlace con el entorno). En el caso de gratuidad de espacios, no discriminó, ya que casi la totalidad de los medios ofrecen espacios gratuitos, por lo que fue eliminado del sistema.

**GRÁFICO 2. PORCENTAJES DE MEDIOS QUE ALCANZAN LOS CRITERIOS MÁXIMOS DE ÉXITO EN TRANSPARENCIA**



**GRÁFICO 3. PORCENTAJE DE MEDIOS QUE ALCANZARON LOS CRITERIOS MÁXIMOS DE ÉXITO EN PARTICIPACIÓN CIUDADANA**



El desempeño de los medios en los indicadores funcionales se aprecia en el gráfico 3.

La mayoría de los medios impresos ofrecen a sus lectores una amplia diversidad de mecanismos de comunicación y espacios de participación (76,5 % y 82,4 %), sin embargo, al evaluar las formalidades exigidas para la participación y la eficiencia de los mecanismos de comunicación, apenas tres de los diecisiete medios facilitan realmente el acceso de los lectores al medio, con mecanismos eficientes y requisitos de bajo costo o que no requieren de plataformas tecnológicas complicadas como tener fax, escanear documentos, entre otros.

Solo cinco de los medios posee un grupo de enlace con el entorno y en nuestro conversatorio de devolución de resultados pudimos detectar la necesidad de formación para incorporar esta figura al quehacer del diario.

Con respecto al compromiso social, solo los indicadores de información social y prácticas ecocompatibles, tuvieron una alta contribución en la explicación de la variable. Publicaciones fijas de ONG y movimientos sociales, cargos gerenciales ocupados por mujeres, programas de Responsabilidad Social, periodistas involucrados en PRS, PRS en áreas del periodismo, formación de recursos humanos, tuvieron una contribución baja. Personas



con discapacidades empleadas y libertad sindical fueron eliminados por presentar informaciones ambiguas o incompletas. (Ver gráfico 4)

Comenzaremos por revisar el tema de los programas de Responsabilidad Social Empresarial. Solo 35,3 % cumple el criterio máximo de éxito, es decir, desarrolla PRS con enfoque de desarrollo que son promovidos públicamente. El resto ejecuta algún programa o acción que no son promovidos. En la mayoría de los medios, los periodistas participan en los PRSE, y en buena parte de ellos se abordan áreas relacionadas con el trabajo periodístico, como por ejemplo, apoyo a un periódico escolar, visitas guiadas para dar a conocer el proceso de producción periodística, entre otros. Esto evidencia la preocupación de los medios por sensibilizar al personal y al mismo tiempo aprovechar la experiencia propia para satisfacer necesidades de su entorno.

El empleo de más de cuatro mecanismos de formación al personal fue alcanzado por un poco más de la mitad de los medios. El resto contempla un número inferior de mecanismos. En vista de que todos los medios se ocupan de brindar oportunidades de formación, consideramos que este indicador debería valorarse a futuro no solo en términos cuantitativos.

El equilibrio en la contratación de mujeres en cargos gerenciales (más de 45 %) se da en más de 60 % de los medios. Solo tres de los diecisiete medios tienen menos de la tercera parte de mujeres contratadas en dichos cargos, y en otros tres alcanza entre la tercera parte y 45 %.

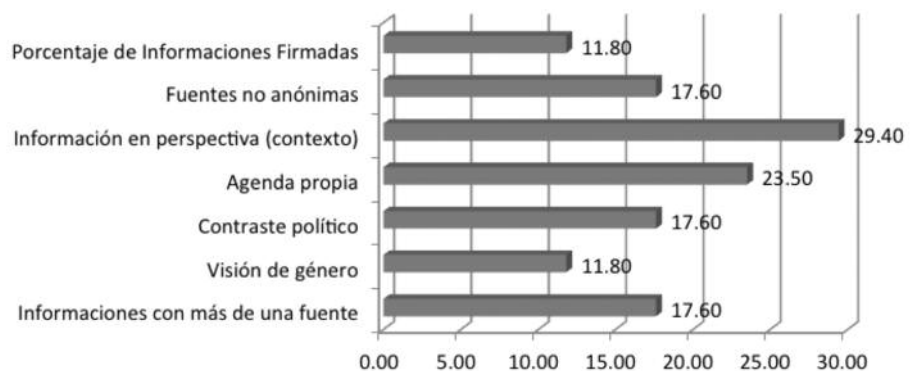
En el caso de las prácticas incorporadas al proceso productivo para preservar la salud de los empleados y del entorno, solo 35,3 % desarrolla acciones para preservar el agua, aire, suelo, flora y adecuada intensidad del ruido, aunque la mayoría cumple con algunas de estas, por lo que consideramos que para futuras mediciones necesitamos desagregar más las categorías de respuestas e incorporar otros elementos de verificación.

Solo en un caso se observó la publicación de siete artículos o más con fines educativos durante el trabajo de recolección de información (aproximadamente, un artículo semanal). Sin embargo, la mayoría de los medios (nueve) publicó entre cinco y seis encartados y solo uno no publicó. La apertura a ONG y movimientos sociales, asignándoles espacios fijos para el abordaje de temas sociales fue verificada en 41,2 % de los casos, aunque todos afirmaron poseer dichos espacios. En ambos

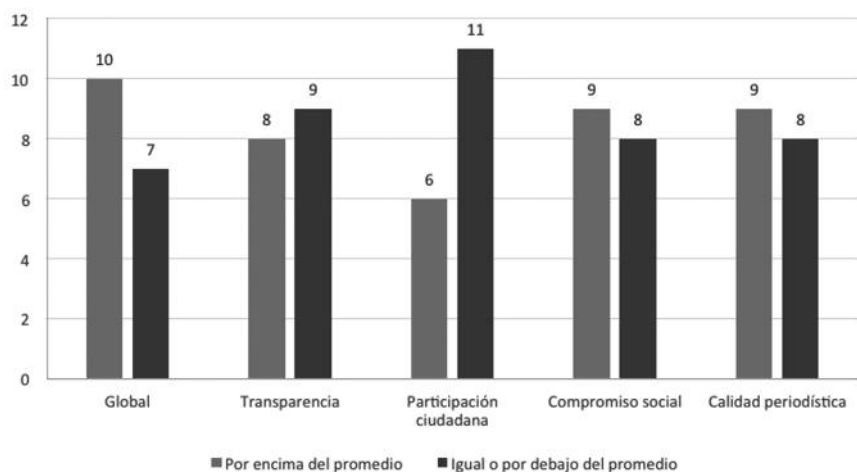
**GRÁFICO 4. PORCENTAJE DE MEDIOS QUE ALCANZAN LOS CRITERIOS MÁXIMOS DE ÉXITO EN COMPROMISO SOCIAL**



**GRÁFICO 5. PORCENTAJE DE MEDIOS QUE ALCANZAN LOS CRITERIOS MÁXIMOS DE ÉXITO EN CALIDAD PERIODÍSTICA**



**GRÁFICO 6. UBICACIÓN DE MEDIOS RESPECTO AL PROMEDIO**



casos, consideramos que a futuro debe contrastarse la información con la entrevista al director del diario.

Las informaciones con contenido social en primera página (educación, salud, pobreza, comunidad, ciudad, microeconomía

y servicios) alcanzan más de 30 % en dos de los diecisiete diarios (11,8 %). La mayoría de los impresos presentan alrededor de una quinta parte de este tipo de informaciones en su primera página (59 %). En general, las noticias de primera página es-

tán determinadas por las noticias del día, como veremos más adelante.

La calidad periodística estuvo determinada principalmente por informaciones firmadas por reporteros, información en perspectivas (contexto) e información con dos o más fuentes. Contraste político, UR de agenda y fuentes orales no anónimas tuvieron una contribución menor. Los indicadores diversidad de fuentes orales y unidades gráficas con crédito fueron eliminados; el primero por ambigüedad en la data y el segundo porque es un aspecto bastante bien logrado en casi todos los diarios. De hecho, 82 % de los medios tienen más de 70 % de las unidades gráficas correctamente acreditadas.

El desempeño por indicador puede verse en el gráfico 5.

Solo dos de los diecisiete diarios cumplen el criterio máximo de éxito de presentar más de 80 % de sus informaciones firmadas. La categoría anterior que fue entre 71 % y 80 %, la cumplen cuatro diarios y el resto (once medios) tiene 30 % o más de informaciones apócrifas. Con respecto a las fuentes no anónimas, solo tres diarios tienen 96 % o más. La mayoría (diez diarios) tiene entre 91 % y 95 %. El resto se aleja aún más del criterio deseado.

La contextualización de la información alcanzó el criterio máximo de éxito en cinco de los diecisiete diarios (75 % o más de la información posee descripciones que permiten ubicar la información en espacio-tiempo, así como comprender su origen, el porqué, el para qué, sus consecuencias o tendencias). En la categoría inmediatamente inferior (entre 60 % y 74 %) se encuentran siete diarios. Cinco diarios presentan desempeños por debajo de este último. Dada la importancia del contexto para dar especificidad y sentido a una información y evitar distorsiones, afirmar que hay diarios que tienen una tercera parte de sus informaciones descontextualizadas, es un asunto inquietante cuando hablamos de calidad periodística.

Alrededor de uno de cada cuatro diarios presentan más de 1/3 de informaciones de agenda propia, es decir, de temas que el diario según su visión, misión, línea editorial, pone al servicio del lector y de otros actores sociales para generar incidencia pública. El resto presenta proporciones menores a esta.

Con relación a los indicadores que reflejan la pluralidad de fuentes, como el contraste político e informaciones con dos o más fuentes, el criterio máximo de éxito se cumple en tres de los diarios evaluados; mientras que la inclusión de fuen-

tes orales femeninas se cumple en dos de los diecisiete diarios. Hay aquí otro gran reto para mejorar la calidad del periodismo venezolano y, muy especialmente, para impactar positivamente en la construcción de prácticas democráticas.

Estos resultados nos plantearon retos para el diseño del Ranking 2014, fundamentalmente en las dos variables consideradas clave.

### La posición de los medios

La distribución de medios según el promedio, tal y como apreciamos en el gráfico 6, muestra una mayoría de los medios por encima del promedio que fue de 12,24 (59 %), lo que ocurre también con calidad periodística cuyo promedio fue 2,81 y compromiso social con promedio de 2,93 (53 % en ambos casos). La situación se invierte en las otras dos variables, siendo más notorio en participación ciudadana con promedio de 3,18 (35 %) que en transparencia (47 %) con promedio de 3,31.

Hubo pocos medios que se destacaron en transparencia y participación ciudadana, pero ellos permiten demostrar que es posible tener un desempeño óptimo, ya que en estas dos variables se lograron las puntuaciones más altas. Estos medios pueden servir de vitrina y jugar un papel importante de cara a procesos educativos para el fortalecimiento de los medios.

Por otra parte, vemos que es necesario estimular un mejor desempeño general en calidad periodística y compromiso social, donde a pesar de haber más medios por encima del promedio, las puntuaciones fueron más bajas. Estas áreas son clave para el desarrollo de la responsabilidad social de los medios, como pudimos observar por la mayor asociación entre ellas y el desempeño general.

La posición de los medios en el ranking se aprecia en las tablas 3, 4, 5, 6 y 7.

De los diecisiete diarios analizados, cinco se destacan por su desempeño global: *Últimas Noticias*, *El Informador*, *Nueva Prensa de Guayana*, *El Nacional* y *El Impulso*. Además, por su desempeño

TABLA 3. TOP 5 EN DESEMPEÑO GLOBAL

DIARIO	CALIFICACIÓN GLOBAL	TOP 5
Últimas Noticias	16,13	1
El Informador	14,25	2
Nueva Prensa de Guayana	14,125	3
El Nacional	14	4
El Impulso	13,5	5

TABLA 4. TOP 2 EN TRANSPARENCIA

DIARIO	TRANSPARENCIA	TOP 2
Últimas Noticias	4,75	1
Nueva Prensa de Guayana	3,75	2

TABLA 5. TOP 2 EN PARTICIPACIÓN CIUDADANA

DIARIO	PARTICIPACIÓN CIUDADANA	TOP 2
Últimas Noticias	4,75	1
El Nacional	4	2
El Universal	4	2

TABLA 6. TOP 2 EN COMPROMISO SOCIAL

DIARIO	COMPROMISO SOCIAL	TOP 2
El Carabobeño	4	1
Últimas Noticias	3,875	2
El Impulso	3,875	2

TABLA 7. TOP 2 EN CALIDAD PERIODÍSTICA

DIARIO	CALIDAD PERIODÍSTICA	TOP 2
El Tiempo	3,875	1
El Informador	3,75	2

específico en las variables, tienen una posición destacada: *El Tiempo* en calidad periodística, *El Universal* en participación ciudadana y *El Carabobeño* en compromiso social.

Cabe destacar la presencia de diarios tanto nacionales como regionales, la mayoría de ellos de larga trayectoria. Los más jóvenes son *El Tiempo* con 53 años, *El Informador*, 42 años y *Nueva Prensa de Guayana* con 20 años.

### **Devolución de resultados a los medios evaluados**

Desde la primera prueba piloto del Ranking en 2012, nuestro interés ha sido dialogar con los medios de comunicación sobre nuestros hallazgos y escuchar sus planteamientos respecto a nuestros criterios de evaluación.

De estas conversaciones surgieron muchas sugerencias, pero sobre todo muchos *mea culpa*. Mientras algunos medios optaron por justificar sus *calificaciones* con el argumento de que era consecuencia de nuestros parámetros de medición, la mayoría optó por preguntar: ¿Qué podemos hacer para cambiar estos resultados?

Ante la actitud de este segundo grupo, la organización se ha interesado en la elaboración de una especie de hoja de ruta (en construcción) hacia la consolidación de medios de mejor calidad y mayor legitimidad. Inicialmente se ofrecieron cursos de capacitación en el área de calidad periodística, dado que ha sido la variable con el promedio más bajo en las dos ediciones desarrolladas.

Para los aspectos más relacionados con las decisiones empresariales y editoriales, se han realizado varias reuniones con gerentes y editores (a veces hasta el mismo director del periódico), para iniciar procesos de cambio en las plataformas electrónicas, a fin de que se haga más transparente la información institucional del medio, así como ajustes editoriales que lleven a la incorporación de secciones de participación ciudadana y de espacios fijos elaborados por organizaciones de la sociedad civil.

Algunos medios, ante el reto que representa el RMSR, nos han hecho peticiones más complejas. “El periódico quiere incorporar la figura del defensor del lector, pero ¿a quién ponemos? No conocemos a nadie de la entidad que tenga ese perfil. Ayúdenos a conseguir uno y nosotros lo incorporamos”, indicó una editora.



**(...) el Ranking de Medios Socialmente Responsables ha sido bien recibido por los representantes de los medios de comunicación, pues además de ser reflejo de su trabajo y el de sus pares, ha permitido descubrir y atender un conjunto de carencias del quehacer periodístico que no tenían espacio para la discusión.**

Frente a exigencias de este tipo, la organización ha reconocido que la consolidación de medios *socialmente responsables* requiere de un trabajo más profundo, para crear condiciones favorables a este propósito, y de asesorías en varias áreas. En muchos casos no existe real comprensión sobre la importancia de divulgar información del medio: quién es, qué hace, cómo lo hace, por qué lo hace..., ni de los espacios de participación ciudadana.

De igual forma, se han puesto sobre la mesa aspectos que aunque están fuera del Ranking, los impresos consideran importantes. En primer lugar, la necesidad de acompañar procesos internos de elaboración de manuales de estilo y códigos de ética, los cuales sirven para guiar el quehacer de los reporteros y orientar las decisiones editoriales; en segundo lugar, hacer *focus group* con los lectores para ver cómo es su evaluación de los medios; y en tercer lugar, promover en las universidades una cátedra de periodismo socialmente responsable, así como un diplomado en gerencia de medios, para lograr una mayor capacitación del personal que ingresa a trabajar en los diarios.

Todas estas inquietudes y propuestas nos permiten afirmar que el Ranking de Medios Socialmente Responsables ha sido bien recibido por los representantes de los medios de comunicación, pues además de ser reflejo de su trabajo y el de sus pares, ha permitido descubrir y atender un conjunto de carencias del quehacer periodístico que no tenían espacio para la discusión.

## **Aprendizajes y retos**

### **En el área metodológica**

En el área metodológica la experiencia permitió reforzar nuestro enfoque de participación de los evaluados en el proceso, a través de las devoluciones a cada medio involucrado. Ha sido a través de este mecanismo que el RMSR ha ido cobrando aceptación, favoreciéndose la puesta en marcha de algunos cambios importantes para mejorar el desempeño de los medios de comunicación en las variables abordadas.

En la conceptualización del sistema de indicadores, los resultados obtenidos nos permitieron tomar decisiones para afinar y, al mismo tiempo, hacer más liviana la evaluación. En ese sentido eliminamos los indicadores que tuvieron muy baja contribución en la explicación de la variable y reforzamos aquellos con contribución mediana. Para ello, agregamos algunas preguntas de chequeo en los instrumentos, en algunos casos desagregamos más las categorías de respuestas y aseguramos que cada indicador se documentara a través de por lo menos dos de las fuentes. El sistema para el año 2014 quedó conformado por veinte indicadores, cinco para cada variable con un valor de un punto cada uno.

### **En el fortalecimiento de los medios**

Tal y como señalamos anteriormente, el Ranking de Medios Socialmente Responsables ha despertado el interés de los medios evaluados por abordar aspectos del quehacer periodístico que han estado un tanto *abandonados*, como consecuencia de la situación país, y que sin duda han hecho mella en su calidad y por tanto en su legitimidad.

Los resultados de la edición más reciente del Ranking revelan que son muchos los retos para los medios en general y el periodismo en particular. Institucionalmente, los medios necesitan asumirse como empresas. Todos entendemos que hacer y vender noticias es un negocio muy particular; no obstante, ello no es excusa para obviar principios de transparencia elementales.

Al revisar el empaque de cualquier producto es posible ver el nombre del fabricante, dónde fue hecho, con qué ingredientes, modo de empleo, entre otros aspectos. Sin embargo, es difícil encontrar eso en un medio de comunicación. Son contados los impresos que divulgan información sobre sí mismos y expresan abier-

tamente su línea editorial, así como sus propietarios y tiraje.

Respecto a la participación ciudadana, el reto es hacerla accesible a los lectores. Son muchos los diarios que ofrecen espacios para la denuncia, opinión y petición de ayudas, pero en su mayoría requieren del manejo de la tecnología, especialmente Internet (correo electrónico, facebook, twitter).

Con relación al compromiso social, es frecuente escuchar que la responsabilidad social del diario es defender la libertad de expresión y ofrecer información de calidad. Estamos de acuerdo con que eso es muy importante, pero como empresa con fines de lucro, el medio está obligado a contribuir con la comunidad que le rodea a través de programas institucionalizados y a respetar el entorno donde se desenvuelve. De igual forma, es importante que la sociedad organizada tenga presencia activa y que la educación/formación del lector sea una de las funciones primordiales de los periódicos.

Finalmente, en el área de calidad periodística es importante que se fortalezcan principios elementales del oficio: construir una agenda propia, superar el periodismo de fuente única y buscar el contraste de voces. Avanzar en esta dirección

es fundamental para afianzar la legitimidad de los medios frente a los distintos actores de la sociedad venezolana, la cual continúa sumida en una polarización político-partidista exacerbada.

#### GLORIA CARRASCO

*Psicóloga Social-UCV, Magister en Ciencias de la Educación y Cursos de Post grado en Evaluación de Proyectos. Amplia experiencia en el diseño y aplicación de evaluaciones de proyectos sociales. Fundadora y directora de Proyectos de la Asociación Civil Medianálisis.*

#### ELSA CECILIA PIÑA

*Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Maestrante del postgrado Comunicación para el Desarrollo de la UCAB. Fundadora y directora ejecutiva de la Asociación Civil Medianálisis.*

#### Referencias

- AMADO SUÁREZ, A. (editora) (2007): *Periodismo de Calidad: debates y desafíos*. Argentina: Fopea y La Crujía Ediciones.
- CARRASCO, G. (2011): *Apuntes: elementos conceptuales y metodológicos para el diseño y documentación de indicadores sociales*. Material

mimeografiado de apoyo de los talleres de Construcción de Indicadores. 5ta actualización: autora.

Fundación Prensa y Democracia México y Red de Periodismo de Calidad (2006). Propuesta de Indicadores para un periodismo de calidad en México. México. Disponible en: [http://alianzaregional.net/site/images/pdf/estudios/periodismo\\_calidad\\_mexico.pdf](http://alianzaregional.net/site/images/pdf/estudios/periodismo_calidad_mexico.pdf)

PIÑA, E. (Coordinadora) (2011): *Contribución de los medios de comunicación impresos a la democracia a partir de la pluralidad de fuentes informativas, la participación ciudadana y el "media accountability"*. Caracas: Medianálisis.

SANÍN, H. (1999): Control de gestión y evaluación de resultados en la gerencia pública. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Unesco y Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (2008): *Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Francia: Unesco y PIDC.

#### Notas

- 1 Región Capital: Distrito Capital, Miranda y Vargas; Región Central: Aragua y Carabobo; Región Oriental: Monagas, Anzoátegui, Nueva Esparta y Sucre; Región Centro-occidental: Lara, Yaracuy, Falcón y Portuguesa; Región Zuliana: Zulia; Región Andina: Táchira, Mérida y Trujillo; Región Llanera: Cojedes, Barinas, Apure y Guárico; Región de Guayana: Bolívar, Amazonas y Delta Amacuro.

