

Irama Flores¹

LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN EDITORIAL DE LA PRENSA: LOS LECTORES Y LA DIFUSIÓN DE LAS NOTICIAS DE SUCEOS

CITIZEN PARTICIPATION IN PRESS' EDITORIAL MANAGEMENT:
READERS AND DISSEMINATION OF NEWS EVENTS

PARTICIPAÇÃO CIDADÃ NA GESTÃO EDITORIAL DA IMPRENSA:
LEITORES E DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS EVENTOS

RESUMEN

La ausencia de legislación y controles predispone a los periódicos para que su gestión editorial (la toma de decisiones sobre qué informar) no considere el punto de vista de los ciudadanos, sobre todo cuando se trata de noticias vinculadas a hechos violentos o trágicos. Esta investigación se planteó desarrollar constructos para impulsar el rol activo de los lectores en los diarios y con ello la conformación de la dinámica participación ciudadana y gestión editorial de la prensa escrita.

Palabras clave: gestión editorial, participación ciudadana, prensa solidaria, gerencia participativa, organización social.

ABSTRACT

The absence of legislation and controls newspapers, predisposes its editorial management (decisions on what to report) does not consider the point of view of citizens; especially when it is associated with violent or tragic events news. This research was to develop constructs to promote the active role of readers in newspapers and thus shaping the dynamics citizen participation and editorial management of the press.

Keywords: Editorial management, citizen participation, solidarity press, participative management, social organization.

RESUMO

A ausência de legislação e os controles para os jornais, predispõe a gestão editorial (decisões sobre o que relatar) não considera o ponto de vista dos cidadãos, especialmente quando ela está ligada a notícias violento ou trágicos acontecimentos. Esta pesquisa foi desenvolver construções para promover o papel ativo de leitores em jornais e, assim, a formação da participação cidadã dinâmica e gestão editorial da imprensa.

Palavras-chave: Gestão editorial, participação dos cidadãos, pressione a solidariedade, gestão participativa, organização social.

INTRODUCCIÓN

La ausencia de legislación y controles para los periódicos, los predispone (más que los medios audiovisuales) para que su gestión editorial, o la toma de decisiones sobre las noticias a divulgar, no considere el punto de vista de los ciudadanos (o la otra versión), y para que se obvien valores como la empatía (considerar a los familiares de quienes han muerto trágicamente) sobre todo cuando se trata de noticias vinculadas a hechos violentos, o trágicos ubicados en los llamados sucesos o páginas rojas. Cuando la prensa escrita incurre en inexactitudes, el mecanismo de penalización se basa en leyes que contengan articulados sancionatorios referidos a las acciones que hayan atentado contra los intereses de los usuarios.

En Venezuela, el Estado solo creó mecanismos para regular los medios audiovisuales, como la Ley de Telecomunicaciones y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, pero no para la prensa escrita. La “orfandad” legislativa en torno a los diarios se debe a que el Estado venezolano se inclina por la doctrina del estado social de derecho, que considera a este tipo de medios como parte de la libertad de expresión, definida “no como una libertad del individuo, sino también como un patrimonio social indispensable para la comunidad” (Fuenmayor, 2007, p. 24) y para la “democracia” de los pueblos y por ello la prensa no debería controlarse o autorregularse.

El Estado venezolano ha considerado algunas vías para tratar de que el rol de los lectores sea activo (legislando sobre el derecho a réplica) y para “corregir” algunas actuaciones de los periódicos que han atentado contra los intereses de los usuarios, estas vías han sido: la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y leyes como el Código Penal, la Ley sobre los derechos de las mujeres a una vida libre de violencia, Ley del Ejercicio del Periodismo y Ley orgánica de protección al niño, niña y adolescente, entre otras. Estos mecanismos no han sido suficientes, porque según Britto (2011) los medios irrespetan a su público y la televisión, uno de los de mayor audiencia, representa en la actualidad un desastre cultural para Venezuela.

En ese sentido, ¿es función de los ciudadanos en el ejercicio de su ciudadanía, el de exigir con su participación que la gestión editorial no violente los valores y derechos del ser humano y de haberse cometido algún atropello, que éste sea resarcido? Aznar (1999) menciona que el papel de los usuarios no es determinar la línea editorial de los medios sino “exigir que esa línea se ajuste a la promesa hecha en su momento a través de los principios y así mismo que se asuman las responsabilidades, obligaciones y valores asociados al bien que se difunde, es decir la información” (p. 162).

Son los usuarios, vistos como clientes por la gran prensa por ser además consumidores diarios de los mensajes, quienes tienen derecho a ser respetados y a exigir respeto ante los mensajes que difunden los medios. Por tanto, es el ciudadano, como usuario de los medios, el responsable de potenciar desde fuera de los medios una gestión editorial de la prensa que respete al ser.

Abad (2010) cree en el ciudadano organizado como factor de cambio en la forma que se gestiona editorialmente los medios y destaca que el llamado “receptor” tiene necesariamente que emanciparse, tomar conciencia, ser crítico y movilizarse hacia el objetivo de contar con unos medios que se gestionen bajo el principio del respeto por la dignidad humana. Una forma de movilizarse es participando. El ciudadano para ejercer sus derechos y deberes tiene que participar. No puede haber cambios sin participación ciudadana.

La participación según Linares (2003) es un proceso activo encaminado a transformar las relaciones de poder a través de incrementar y redistribuir las oportunidades de los actores, de tomar parte en los procesos de toma de decisiones. Linares (2003) califica la participación como un ejercicio para ir creando espacios e influir en las decisiones que afectan la vida. Se deduce así que los medios de comunicación, su gestión, influye en cada individuo, por lo que son instancias donde los usuarios deberían participar.

Ahora bien, para que la participación logre sus objetivos, debe ejercerse en forma de colectivo: “La

participación se realiza a través de organizaciones de base, ya sean de carácter territorial [...] o de carácter funcional [...]” (Ander – Egg, 2008, p. 43). Las organizaciones de carácter territorial son, por ejemplo, los consejos comunales, las juntas de vecinos y de condominios. Las organizaciones de carácter funcional son los centros culturales, deportivos, asociaciones juveniles de mujeres, cooperativas, entre otros.

Venezuela está en tiempos de participación ciudadana. La ciudadanía forma parte de un proceso de organización e inclusión popular, respaldado por un aparato jurídico liderado por la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y las leyes del poder popular. Hasta el año 2014, la nación contaba con 43 mil consejos comunales registrados.

En el país, los consejos comunales se han instituido por ley en instancias de organización y participación ciudadana local, con funciones que inciden no sólo en las políticas públicas sino en control social del sector público y privado. Los medios de comunicación son empresas privadas, con responsabilidad sobre un derecho humano como es la información y por ende entran en el ámbito a ser controlados por los ciudadanos organizados.

El poder popular no sólo se suscribe a los consejos comunales, el ejercicio de éste abarca “[...] diversos medios de participación y organización establecidos en la Constitución de la República, en la ley y los que surjan de la iniciativa popular [...]” (Ley Orgánica del Poder Popular, 2010, p. 239). Esto significa, que los ciudadanos pueden organizarse en diversas formas y participar en el control social de los asuntos públicos y privados.

Los medios de comunicación social, en la modalidad de prensa escrita, tienen el compromiso social de informar. Ahora bien ¿los ciudadanos pueden visionar y ejercer un control social sobre el aspecto mediático, un control que trascienda el mensaje difundido y que incluya la gestión editorial como responsable de no vulnerar valores y en procura de la participación en lo que se divulga a través de la prensa escrita?

Al existir la posibilidad de que la gestión editorial de los medios de comunicación, sobre todo en lo que respecta a las noticias de las páginas rojas o de sucesos, se oriente considerando la participación ciudadana, surge otro interrogante que guía la investigación: ¿cómo es la relación de los ciudadanos y la prensa escrita en el actual modelo de gestión editorial? Y se planteó como objetivo impulsar el rol activo de los lectores en los diarios y con ello la conformación de la participación ciudadana dinámica y la gestión editorial de la prensa escrita.

GESTIÓN Y CULTURA EDITORIAL DE LOS MEDIOS

Etkin (2007) conceptualiza la gestión en las organizaciones como un elemento que va más allá del fin último de la rentabilidad, y además abarca la tarea de conducción y toma de decisiones. A su juicio, la gestión valora no solo la rentabilidad y la eficacia sino también la colaboración, la integración de conocimientos, la equidad y el respeto por los valores éticos.

Al extrapolar la anterior definición a los medios de comunicación social; gestionar un medio es también procurar la motivación, comunicación y control entre quienes conforman la organización. El diálogo y la comunicación entre la directiva, los periodistas y los usuarios deberían modelar las decisiones. La relación dialéctica incidirá en la motivación a ejecutar acciones en procura del bien común; esto, porque los integrantes de la organización y grupos de interés (como los usuarios) se sentirán partícipes e identificados, lo que redundará en el accionar de tareas colectivas.

Etkin (2007) propone un Modelo Solidario basado en los valores de la sociabilidad, cooperación y equidad; plantea el autor, que en el mencionado modelo las “[...] decisiones sobre las políticas y actividades específicas (de producción, comerciales y financieras) deben sostenerse en un acuerdo amplio y enmarcarse en un proyecto compartido considerando su impacto sobre las necesidades y capacidades sociales” (p. 12).

En los medios de comunicación, la gestión organizacional debería orientarse en las premisas de estrechar lazos entre los miembros de la organización y el entorno o usuarios; todo ello con la finalidad que los intereses editoriales cubran las necesidades de los actores internos y externos y no de un grupo en particular. La gestión editorial en el modelo solidario aplicado a los medios exige de un equilibrio entre los principios del medio y el de los usuarios, a fin de evitar contradicciones y conflictos.

Pero ¿hasta qué punto es solidaria la gestión editorial de un medio? ¿Cómo se gestionan culturalmente este tipo de organizaciones informativas?

periodistas y los medios para comprender lo que se publica.

Arrueta (2010) afirma que los periodistas se forman un concepto de realidad según características propias del medio al que pertenecen; en ese sentido, buscarán y redactarán las noticias condicionados a los lineamientos de la empresa para la cual trabajen, lo que explica que puedan ocurrir distorsiones y hasta exclusiones, sobretodo de la ciudadanía más vulnerable: pobres, mujeres y niños.

Esas rutinas informativas que según Arrueta (2010) son parte de procesos naturalizadores determinan a su vez,

“[...] la línea conductora de los medios en su programación cotidiana es profundamente insolidaria” (p. 153).

Aguirre (1995) señala que “[...] la línea conductora de los medios en su programación cotidiana es profundamente insolidaria” (p. 153). Critica el autor, el hecho de que la propia dinámica de los medios (el manejo viciado de las fuentes, el desigual énfasis atencional, el esquematismo del relato y las distorsiones de agenda) no da cabida a la defensa incluso de los derechos humanos.

La insolidaridad es más acentuada en fuentes como sucesos o páginas rojas, en las cuales se suele excluir a familiares para conocer la “otra cara” de la noticia, se emiten informaciones con versiones “oficiales” de los cuerpos de seguridad y quizás se deja a un lado el dolor humano de las víctimas y victimarios.

Lo ideal es que la dinámica del periodista y el medio pueda abrirse al ciudadano común y que éste participe en la toma de decisiones, cuando alguno de sus derechos sea vulnerado o quiera brindar aportes que fortalezcan la libertad de expresión y por ende las democracias participativas en las distintas sociedades.

Sobre la gestión editorial desde la arista cultural, Arrueta (2010), Berganza, Conde, Oller Alonso y Meier (2010); y Del Valle-Rojas, Nitrihual-Valdebenito L, Mayorga-Rojel A. J (2012) profundizan sobre el comportamiento de los

ideas macro de formación de realidad, jerarquización y edición. Se interpreta que, finalmente, se divulga lo que el medio editorialmente ha inculcado, como algo natural, en sus equipos de prensa. Además, factores como el “apuro” por informar y aumentar las ventas, también dejan de lado la apertura a la participación ciudadana en la gestión editorial.

Reese (1999) comparte con Arrueta (2010) el punto de vista sobre la cotidianidad del periodista, al ahondar sobre lo que denominó el Nivel de las Rutinas. Expresa Reese (1999) que los periodistas no disfrutaban de una libertad para actuar de acuerdo con sus ideales, sino que tienen limitaciones impuestas por la tecnología, la hora, el espacio y las normas. Reconoce que los objetivos de las organizaciones mediáticas son más económicos que periodísticos; en ese sentido, el periodista se autocensura para ser parte del medio que es su sustento laboral.

De igual forma, a propósito del comportamiento de los periodistas en los medios, Berganza, Conde, Oller Alonso y Meier (2010) citan a Hanitzsch (2007), quien resume en tres dimensiones los papeles ejercidos por los periodistas: distancia del poder (profesionales “adversarios” que se oponen al orden establecido o “leales” que están al lado de los centros de poder), intervencionismo (periodistas pasivos

que no involucran sus sentimientos y tratan de ser objetivos y activos, que hacen de “abogados” en las informaciones con sus opiniones) y orientación al mercado (subordinados a la noticia que más vende en contraposición a los intereses del público).

Por su parte, Del Valle-Rojas, Nitrihual-Valdebenito y Mayorga-Rojel (2012) amplían el tema del comportamiento editorial mediático; al decir, que se trata de estructuras con elementos, valores y relaciones institucionalizadas y formalizadas, que influyen en el proceso productivo de circulación y consumo de la noticia. Se analiza que existe todo un contexto (económico, político, cultural y de Estado) en el cual se enmarcan los medios y al cual deben adaptarse y responder.

Se trata de “poderes”, detrás de otro poder, que condicionan la política editorial, lo que se debe publicar y “cuidando” el estatus quo de la sociedad a la cual pertenece el medio. Eso explica, en parte, la ausencia o no de participación de la ciudadanía en la gestión editorial y la aspiración en abrir una oportunidad a ese ser; que es aún pasivo ante un poder mediático cada día más sofisticado, con su incursión en internet y plataformas como redes sociales, que son en sí otro tema abierto para la investigación académica.

LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Rebellato (2003) explica que la participación connota tres sentidos principales, a decir: *formar parte*, *tener parte* y *tomar parte*. El teórico aclara que participar es en primer término *formar parte*; pertenecer o ser parte de un todo, que inspira un sentimiento de pertenencia en el individuo, compromiso o responsabilidad con el todo en el que se está incluido. Los usuarios forman parte de la comunicación como proceso mediático, pueden cumplir el papel de fuente de información o sencillamente de receptores de los mensajes. En la actualidad, los medios de comunicación tienen una alta estima y reputación; por esta razón, los usuarios se identifican con los medios y los sienten como parte de su quehacer. *Tener parte* se refiere al desempeño de algún papel, en ese todo del que se siente parte. Ese

sentido, esta forma de participar involucra factores como comunicación, cooperación, competencia, negociación; en fin, todos aquellos que puedan incluirse en un proceso interactivo. *Tomar parte* tiene que ver con el decidir conscientemente sobre el curso de los acontecimientos, luego de evaluar las necesidades, recursos disponibles y alternativos.

La toma de decisiones colectivas encarna la concreción de la participación real y constituye la vía para el ejercicio del protagonismo ciudadano. A ella se alude una y otra vez en los proyectos sociales; pero también se deja frecuentemente de lado, en la práctica de la mayoría de dichos proyectos.

Sobre las modalidades de participar, Luna (2010) agrega la participación resolutive; que debe partir de tener acceso a la toma de decisiones y “[...] que logra componer un orden, resolver un problema, dar continuidad a un ritmo cierto de una situación, generar un producto y sobre todo permitir que se avance en torno a la búsqueda de soluciones concertadas entre los diferentes actores frente a los problemas sociales” (p. 20). Se resume así que el ideal es una participación que procure el bienestar común; para ello, es necesario alcanzar el sentido de Tomar Parte: la toma de decisiones.

Por su parte Kliksberg (1998), al parafrasear un discurso pronunciado por el presidente del Banco Interamericano de Desarrollo Enrique Iglesias, afirma que la participación implica devolver a la población un derecho que le pertenece; basa sus palabras en el hecho de que en el ser humano se halla la necesidad de la participación y la organización. De tal manera que si la participación es un derecho, entonces los usuarios de los medios de comunicación tienen el derecho de participar, tener parte y tomar parte de un servicio social como lo es la información. La participación del usuario tendría como finalidad contribuir y estar vigilantes a que la toma de decisiones en torno a los mensajes a divulgar no violenta al ser humano.

En la misma temática, Álvarez (2004) relaciona la participación con la comunicación; al decir que participar es mostrar, tomar partida de una acción

comunicativa. Participar también se puede traducir como la acción compartida, que muestra elementos que pueden asociarse o disociarse desde y para una acción comunicativa.

Por esta razón, la participación es una acción que pasa obligatoriamente por la comunicación. En la relación medios-usuarios tiene que existir el encuentro comunicacional a fin de que las partes dialoguen y logren acuerdos que se materialicen en la gestión editorial y que reivindique al ser humano.

PARTICIPACIÓN MASS MEDIÁTICA: DESDE LA EXPERIENCIA

Del Valle (2004) cita algunos intentos de participación ciudadana en el área de la comunicación; refiere que en Bolivia, a partir de la promulgación en 1994 de la Ley de Participación Popular, se propuso un sistema nacional de comunicación descentralizada, basado en 4 fundamentos: planificación de la comunicación, responsabilidad estatal, democratización de la comunicación y comunicación para el desarrollo. La propuesta es con el espíritu de que las políticas, estrategias y planes de desarrollo consideren a la comunicación como un elemento central de sus objetivos.

Pese a esa iniciativa, el autor confiesa que la relación de acceso, participación y propiedad de los medios no se agota en el debate; porque se aspira no solo la desconcentración de la propiedad de los medios, sino también de los contenidos; se entiende que la sugerencia de un sistema nacional de comunicación descentralizada para Bolivia estima una participación del usuario también en la gestión editorial de los mensajes que se difundan.

En el caso de Colombia, Del Valle (2004) insiste en que el Gobierno y la Fundación Social propusieron un modelo de comunicación pública basado en cinco principios: visibilidad, inclusión, participación, equidad y prevención. Esos principios pueden transformar la sociedad de existir articulación entre la ciudadanía organizada, los medios y diferentes actores sociales (Productor social, que aporta el

sentido general del proceso y provee recursos; unidad editora, con capacidad técnica para diseñar y realizar materiales comunicativos; y una red de actores sociales, con sus propios públicos capaces de movilizar audiencias particulares).

En el Perú, los ciudadanos cuentan con el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana (CPP) conformado por personas independientes del mundo de los medios. Flores (2011) destaca que el CPP entre los años 1997 y 2011 resolvió 433 solicitudes de rectificación y quejas presentadas por ciudadanos que se sintieron agredidos o difamados por diversas publicaciones periodísticas, mientras que 187 fueron declaradas improcedentes. La mayor parte de las quejas que recibe el CPP es contra los medios audiovisuales (radio y televisión) y no contra los medios impresos.

Los esfuerzos de las naciones a nivel mundial en materia de autorregulación se han enfocado en la televisión y la radio, porque el espectro radioeléctrico, en la mayoría de los países, es de propiedad estatal y el uso de éste se hace a través de concesiones que pueden revocarse. En Latinoamérica, especialmente se tiene la experiencia de los consejos editoriales o de lectores, que nacieron a la luz de los diarios. El periódico El Norte de México fue el pionero, en América Latina, en fundar su consejo de lectores en 1991, mientras que, por su parte, en Venezuela el primogénito en esta idea fue el diario El Nacional en el 2006 y luego Últimas Noticias en el año 2009.

Canelón (2008), por su parte, define los consejos editoriales, desde la experiencia venezolana, como "Equipos de lectores y especialistas, constituidos en verdaderos directores editoriales, se reúnen semanalmente para opinar sobre el contenido de las secciones (qué se ha hecho bien y qué no tanto) y definir lo que debe hacerse en adelante [...]" (p. 44). En Venezuela ha existido dificultad para influir en la gestión editorial; porque al pertenecer los consejos a un medio, los mecanismos para la conformación y actuaciones de este tipo de entidades son impuestas por los periódicos, lo que dificulta influir en la política editorial, en la gestión editorial y en las decisiones

que se materializan en los mensajes que difunden.

Los miembros del consejo no garantizan una participación espontánea del colectivo. Por ejemplo, el diario El Nacional instaló un consejo de lectores en el año 2006 y cuando funcionó esta figura en el mencionado periódico, los llamados “consejeros” eran, según Canelón (2008), personas invitadas por el medio a conformar el consejo, electas en función de su experiencia o competencia en determinado campo del saber. El consejo de lectores pertenecientes a las páginas de Negocios en El Nacional eran personas ligadas a la pequeña y mediana industria y a la gerencia pública, obviando así al ciudadano con conocimientos empíricos sobre la materia.

Para la conformación del consejo de lectores que funciona desde el año 2009 en Últimas Noticias, se hace un llamado a postulación pública y también queda a juicio del periódico decidir quiénes finalmente conformarán el consejo de lectores; de allí que se niega la posibilidad, de que surja de manera independiente por parte de la colectividad. Este consejo tampoco actúa desde fuera del medio para ejercer los cambios que se requieren con el fin de tener una gestión editorial que respete la dignidad humana.

Ambas iniciativas, en El Nacional y Últimas Noticias, se quedaron en la participación representativa y limitada de los usuarios con poca posibilidad de producir cambios en estos medios.

Aznar (1999) explica las razones de esa situación, al decir que en la prensa la ciudadanía no está presente ni representada: “[...] cualquier intento suyo por participar tiene que hacerse necesariamente desde fuera” (p. 161) y no desde adentro, como ocurrió en los consejos de lectores de El Nacional y Últimas Noticias, que no lograron cambios en cuanto al trato hacia la ciudadanía en la gestión de este tipo de medios.

Los consejos de prensa o de lectores, con aspiraciones de que los medios sean responsables y participativos, tienen que organizarse desde las distintas esferas o espacios de la sociedad y actuar desde allí. El logro de la participación ciudadana, en la gestión editorial de

la prensa escrita, va a depender del uso de mecanismos de organización, participación y movilización genuinos para el control de unos medios que tienen que tomar en cuenta los valores postmaterialistas.

LA EXPLORACIÓN DEL FENÓMENO

La fenomenología permitió comprender el estudio desde la realidad de los sujetos que experimentaron las noticias que se difunden en las páginas rojas o de sucesos. En esta investigación, lo central fue conocer cómo los informantes vivieron cada quien desde su arista (como representante de medio, familiar o experto) la gestión editorial en la prensa, en su vinculación con la participación y los intereses de los usuarios ante los hechos violentos y trágicos publicados por la prensa.

El trabajo indagó sobre las experiencias de las personas responsables de la gestión editorial en la prensa escrita, así como de familiares de personas fallecidas cuyas informaciones con texto y fotos fueron difundidas por la prensa escrita en las páginas referidas a noticias de sucesos trágicos; y también de sujetos expertos de las áreas del Derecho, Psicología y Comunidad Organizada. El diseño de investigación incluyó actividades secuenciales, como: inmersión inicial y estancia en el campo, recolección de los datos, análisis de los datos y generación de constructos.

Los participantes de este estudio son informantes claves seleccionados de manera intencional y bajo el criterio de accesibilidad y disponibilidad para encontrar a la fuente de información. También se consideró el aspecto de la heterogeneidad en cuanto a género, edad, niveles educativos, creencias y valores.

Una de las unidades de participantes estuvo conformada por los directivos o responsables editoriales de los tres medios de comunicación impreso, que circulan de manera masiva en el Estado Nueva Esparta, Venezuela. Otra unidad de informantes es la integrada por los familiares de aquellas víctimas fallecidas, cuyas informaciones de sucesos fueron difundidas por la prensa escrita. La selección de las noticias de sucesos

se debió a que los textos e imágenes y el hecho mismo que se divulga en ese tipo de espacios son sensibles al ser, pues la divulgación de un hecho violento debería, en teoría, ser compatible con los intereses de prudencia y consideración de los familiares y lectores que leen la información.

Asimismo, se escogieron 3 expertos para conocer sus puntos de vista en torno al área legal, psicológica y de comunidad organizada sobre la investigación. Los expertos fijaron posiciones que contribuyeron a comprender el fenómeno desde las especialidades objeto de su conocimiento.

El investigador se incorporó al medio natural de los sujetos vinculados al fenómeno que se estudió (medios de comunicación, familiares de víctimas y ambiente de los expertos). Se instrumentaron técnicas de investigación como: la observación y la entrevista abierta. Igualmente, se usaron herramientas como la libreta de anotaciones, grabador, teléfono celular y cámara fotográfica que facilitaron la recolección de información en el campo donde se ejecutó el estudio.

Para el abordaje de los directivos o responsables editoriales de los medios de comunicación impreso, que circulan de manera masiva en el Estado Nueva Esparta, se utilizó la entrevista no estructurada o abierta y, como instrumentos, la cámara fotográfica, el grabador y la libreta de anotaciones. Aunque este tipo de entrevista no se orientó por un cuestionario esquemático, previamente elaborado, se inició con una pregunta general para motivar un “[...] diálogo directo y espontáneo, que intente producir una gran interacción personal entre los sujetos investigados y el investigador en relación al fenómeno que se estudia” (Balestrini, 2002, p. 154).

En cuanto a los familiares de aquellas víctimas cuyas noticias de sucesos violentos se difundieron por la prensa escrita y los expertos, se usó también la entrevista abierta, y como instrumentos la opción grabador de un teléfono celular y la libreta de anotaciones. De igual manera, los expertos fueron abordados con una entrevista abierta y las herramientas anteriormente mencionadas.

Se procedió a la transcripción de las entrevistas con el fin de tener un soporte documental de los datos y para facilitar el desarrollo de los pasos siguientes de la investigación (categorización, estructuración y elaboración de constructos). Luego de la transcripción de las entrevistas, se aplicaron las habilidades del pensamiento para interpretar la información, clasificar o definir con un término o expresión (categorización) la información similar recopilada de los participantes. En esta investigación, cada categoría está conformada por un término acompañado por uno o varios párrafos o unidades de información que emergieron de las entrevistas y cuyo contenido está vinculado entre sí. Estas categorías son conceptos que representan fenómenos y el nombre escogido es el que mejor describe lo que sucede (Strauss y Corbin, 2002).

Posteriormente, el proceso de estructuración partió de la integración de las categorías con la finalidad de relacionarlas entre sí e interpretarlas. Esta integración de categorías buscó comprender el fenómeno estudiado a través de la información aportada por los sujetos investigados y que si bien fue clasificada y conceptualizada (categorizada) debió ser analizada desde todos los puntos de vista para formar una “[...] 'gran categoría', más amplia, más detallada y más compleja, como el tronco del árbol que integra y une todas las ramas” (Martínez, 2008, p. 74).

El proceso de contrastación consistió en una comparación entre los conceptos y preceptos teóricos del marco referencial (que siempre será eso, referencial) y la información recolectada. La comparación de las teorías con la realidad encontrada permitió al investigador agregar un punto de vista analítico acerca del fenómeno.

La contrastación, conocida también como triangulación, permitió “[...] llevarnos hacia la reformulación, reestructuración, ampliación o corrección de construcciones teóricas previas, logrando con ello un avance significativo en el área” (Martínez, 2008, p. 75). Mientras que la elaboración de constructos aportó una nueva visión del fenómeno estudiado y más que un conjunto

de hallazgos se buscó ofrecer explicaciones sobre el fenómeno (Strauss y Corbin, 2002). Se pretendió generar un “deber ser” o el estado ideal de todo un proceso creativo e imaginario basado en el estudio del fenómeno.

COMPRENDER LA PARTICIPACIÓN Y GESTIÓN EDITORIAL

Las entrevistas de los familiares y expertos revelaron que los diarios regionales se gestionan con criterios distintos a los explicados por Etkin (2007) y Reese (1999) porque defienden el valor de lo económico, lo rentable, a la hora de gestionar las informaciones de sucesos porque difunden imágenes insensibles y no consideran a los familiares como parte de las informaciones. Los diarios, según los informantes familiares y expertos, rompen la equidad en la gestión editorial; en el sentido de que los intereses de las familias y su dolor no son tomados en cuenta, sino solo los intereses del diario.

En la relación entre los lectores o usuarios y la prensa no existe el sentido amplio de la participación que define Rebellato (2003) referido a que la participación connota tres sentidos principales, a decir: *formar parte, tener parte y tomar parte*. Los usuarios solo participan desde el enfoque *formar parte*, porque como usuarios son parte de los públicos a los cuales van dirigidos los diarios. Según los informantes claves de los periódicos, los usuarios forman parte del diario ya que participan al tener un espacio a través del cual manifestarse y que la participación se evidencia en las páginas comunitarias.

Los usuarios no tienen parte y tampoco *toman parte* en los medios porque Rebellato (2003) conceptualiza el tener parte al desempeño de algún papel en ese todo, del que se siente parte; es decir, un proceso dialéctico usuarios-medios; mientras que el *tomar parte*, según Luna (2010), tiene que ver con el decidir conscientemente o con la toma de decisiones, y según las entrevistas de los familiares y expertos los usuarios son únicamente receptores; porque los familiares no se movilizan para defender sus derechos, no participan

activamente en la política editorial de la prensa para así impulsar un cambio en la forma como se gestionan los sucesos.

Para los informantes (familiares y expertos) la comunidad no está organizada, y las que dicen estarlo no cumplen ninguna función activa dentro o fuera de la prensa escrita, en virtud que son entes pasivos ante el manejo de los sucesos. Los comités de usuarios de la prensa no han sido conformados; según los expertos, solo existe la intención de hablar sobre el tema de los sucesos, en posteriores reuniones de las comunidades organizadas y que la comunidad a falta de esa participación, cuente con sus propios periódicos.

Se evidencia que no existe una comunicación entre los diarios y los usuarios, ni siquiera cuando ocurre la divulgación de imágenes insensibles, pese a que la comunicación también es un elemento de la participación tal como la afirma Álvarez (2004), quien relaciona la participación con la comunicación al decir que participar es mostrar, tomar partida de una acción comunicativa. Ni los familiares ni la comunidad organizada ejercen ningún tipo de acción comunicativa, como solicitud de audiencia o reunión, con los diarios cuando se difunde alguna fotografía insensible sobre la víctima.

Los medios tampoco cuentan con mecanismos de autorregulación que posibiliten la participación de usuarios en la prensa. Estos mecanismos sugeridos por Aznar (1999) son: el *ombudsman*, las asociaciones de usuarios y otros colectivos similares y el consejo de prensa o de lectores. Los informantes claves de los medios solo poseen o hacen reuniones editoriales para decidir qué publicar, pero allí no participan los usuarios.

En el actual modelo de gestión editorial de la prensa escrita local, la relación prensa-ciudadanos está concentrada en el diario como servicio informativo y en el ciudadano como lector pasivo de las informaciones. No existe un vínculo comunicacional entre los periódicos y la ciudadanía; porque cuando ocurre un suceso, aunque los diarios busquen la versión de los familiares, éstos no acceden a brindar información en medio del dolor o por la creencia de que lo ocurrido

les pertenece como un hecho privado; por otro lado, para los familiares es la prensa la que no brinda la oportunidad para ese encuentro comunicacional.

La prensa reconoce que la ciudadanía tiene el mecanismo del derecho a réplica como alternativa para solicitar la corrección de lo publicado, si considera que hubo alguna falta o error; sin embargo, ni los familiares ni la comunidad organizada hacen uso de ese derecho y en ese sentido la prensa sigue con el mismo modelo de gestión porque no recibe críticas sobre la manera como trata los sucesos y en consecuencia no cambiará.

Ninguno de los diarios emplea acciones para el acercamiento, aunque están abiertos a instrumentarlas, los usuarios o familiares tampoco tienen la intención de instrumentar esas acciones. Existe cierto conformismo acerca del cómo se difunden los sucesos por parte de los familiares y de los expertos que reconocen que el asunto de los sucesos no ha sido tema de discusión en las comunidades organizadas.

CONSTRUCTOS: DINÁMICA GESTIÓN EDITORIAL-PARTICIPACIÓN

Se sugiere impulsar como política de la gestión editorial, la comunicación y el diálogo entre la prensa como servicio comprometido con una sociedad y los dolientes de un hecho que es público (por tratarse de un suceso violento) y a la vez privado, porque es sentido sólo por sus consanguíneos. Ese diálogo medios-familiares debe ser el punto inicial para crear una directriz editorial que guíe la gestión de la divulgación de la información pensando en el otro.

Los diarios pueden contar con un registro de las comunidades organizadas de su entorno y abrir espacios para que periódicamente exista un acercamiento, a modo de conocer desde la instancia comunal cómo es la gestión del periódico vista externamente; esto con la finalidad de hacer correcciones en sus debilidades y fortalecer sus virtudes. De la misma manera, las comunidades pueden planificarse y empoderarse del control social a los medios; a través de la creación de comités de usuarios, para la prensa escrita y realizar

desde esta instancia un control que no interfiera con la labor particular del medio como servicio social; pero que sí cumpla el rol de actuar cuando detecte que la comunidad como colectivo o como individuo sea afectada por la manera como se maneja el periódico.

El elemento adicional y que complementaría la dialéctica gestión editorial- participación ciudadana requiere, además, de un soporte ético acordado y conocido por las partes; cuyo incumplimiento en torno al valor de la dignidad, sobrevenga en una especie de sanción moral. Se opta así por un soporte ético, en vez de uno de tipo legal; porque la investigación no tiene la intención de imponer a la fuerza una acción en la gestión editorial (no se aspira a la censura de contenidos y por ende iniciar un conflicto entre los involucrados) sino que se busca la toma de conciencia y que esa toma de conciencia se instrumente por uso y costumbre.

La coordinación de los constructos estudiados juega sobre la base del hábito; de hacer costumbre, gestionar editorialmente pensando en el otro como participante en la gestión y de velar por el cumplimiento de lo acordado. De igual forma, esa coordinación, para que se convierta en hábito, debe pasar por un proceso con etapas progresivas; no nace de la noche a la mañana, requiere del elemento educativo tanto para la prensa como para la ciudadanía organizada. La educación para que la gestión editorial respete al ciudadano gira en torno a estas premisas: aprender que el otro existe, que debe ser respetado y que debe aceptarse la participación como una acción incluyente y natural en la gestión.

El investigador cree que en ese proceso liderado por la educación, lo más importante es concienciar sobre el valor del ser y la participación; que el ser es cualquier individuo, sin importar su condición social. De la consideración del ser, depende su valoración.

CONCLUSIONES

Así, pues, en el actual modelo de gestión editorial de la prensa escrita local la relación entre prensa

y ciudadanos está concentrada en el diario como servicio informativo y el ciudadano como lector pasivo de las informaciones sin un vínculo comunicacional porque, cuando ocurre un suceso, a pesar de buscar la versión de los familiares, los diarios no acceden a brindar información en medio del dolor o por la creencia de que lo ocurrido es de su propiedad como un hecho privado. Por otro lado, para los familiares es la prensa la que no brinda la oportunidad del encuentro comunicacional.

La prensa reconoce, entonces, que la ciudadanía tiene el mecanismo del derecho a la réplica como alternativa para solicitar la corrección de lo publicado si considera que hubo alguna falta o error. Sin embargo, ni los familiares ni la comunidad organizada hacen uso de ese derecho y, en ese sentido, la prensa continúa con el mismo modelo de gestión porque no recibe críticas sobre la manera como trata los sucesos y, en consecuencia, no cambiará.

La participación ciudadana dinámica y gestión editorial de la prensa escrita pasa igualmente por la instrumentación de los preceptos de la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1998). En ese sentido, tiene que existir un proceso de acción comunicativa en el cual los puntos de vista de los usuarios y expertos sobre el tema de los sucesos y la visión de los diarios con respecto a cómo se gestionan se deliberen, y para ello debe impulsarse un encuentro que permita encontrarse, dialogar y llegar a acuerdos. El acercamiento es sinónimo de comunicación y participación activa y representa el momento para dejar entrever los puntos de vistas no coincidentes y coincidentes sobre la gestión editorial del suceso.

El cambio en cómo los diarios deben gestionar los sucesos o noticias trágicas va más allá de un tema legal. Este es un tema de acuerdos armoniosos entre las partes, que requiere de un proceso de toma de conciencia tanto de los familiares como de las comunidades organizadas. Este tipo de contenidos periodísticos puede ser objeto de discusión o diálogo no solo entre ellos, sino con la contraparte que representan los medios.

Por otro lado, los medios deben reconocer que cumplen una función social al servicio de la información y de sus lectores; en consecuencia, están en el deber de impulsar la convivencia medios-ciudadanía, para el beneficio de una sociedad que ha logrado libertades e igualdades, pero que le falta alcanzar la fraternidad como elemento vital para valorar al hombre, no violentando su ser y ampliando la participación.

REFERENCIAS

- Abad, F. (2010). *Filosofía Política de la Responsabilidad Socialista en Materia de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Conatel.
- Aguirre, J. M. (1995). El comunicador social y la defensa de los derechos humanos. *Revista SIC*, N° 574. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. Recuperado de http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/SIC1995574_150-153.pdf
- Álvarez, Y. (2004). La comunicación participativa: un desafío de la V República. En *Voces Jurídicas*. 4(2). Octubre. Venezuela: Procuraduría General de la República. 12-13
- Arrueta, J. C. (2010). Los diarios como actores influyentes del sistema público: tensiones en torno al proceso de construcción de realidad. Chile: *Revista Tercer Milenio*. Recuperado de <http://test.tercermilenio.ucn.cl/index.php/2010/06/los-diarios-como-actores-influyentes-del-sistema-publico-tensiones-en-torno-al-proceso-de-construccion-de-realidad/>
- Aznar, H. (1999). *Comunicación Responsable. Deontología y Autorregulación de los medios*. Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Balestrini, M. (2002). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: BL Consultores Asociados.
- Berganza Conde, M. R., Oller Alonso, M. y Meier, K. (2010). Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. Un modelo de análisis de la cultura periodística aplicado, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/10/art3/914_Fuenlabrada/36_Berganza.html
- Britto García, L. (2011). Televisión no apta para

- consumo humano. Recuperado de luisbrittogarcia.blogspot.com/
- Canelón, A. (2008). Periodismo, gerencia y conocimiento. La experiencia de los consejos editoriales de El Nacional. *Revista Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla.
- Del Valle, C. (2004). Comunicación, participación y el dilema existencial del Estado frente a las nuevas lógicas democráticas y ciudadanas: discursos y experiencias participativas en Chile. En Encina, J.; Pino, J.; Sierra, F. y Rosa, M. (Eds.): *Participación, Comunicación y Desarrollo Comunitario. Democracias Participativas 1*, Diputación de Sevilla/Editorial Atrapasueños/ACSUR Las Segovias/Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo. Pp. 229-273. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos55/estado-frente-a-nuevas-democracias/estado-frente-a-nuevas-democracias3.shtml#dimens#ixzz3x2UaPg00>
- Del Valle-Rojas, C.; Nitrihual-Valdebenito, L. y Mayorga-Rojel A. J. (2012). Elementos de Economía Política de la Comunicación y la Cultura: Hacia una definición y operacionalización del Mercado de los Medios. *Palabra Clave* 15 (1), 82-106. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2091/2656>
- Etkin, J. (2007). *Capital social y valores en la organización sustentable*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Flores, I. (2011). La autorregulación de los medios, una experiencia que avanza en el país. Recuperado de www.larepublica.pe/15-12-2011/la-autorregulacion-de-los-medios-una-experiencia-que-avanza-en-el-pais
- Fuenmayor, A. (2007). *La libertad de expresión y la globalización. Su incidencia jurídica y política en Venezuela*. Caracas, Venezuela: Tecnigraf 21.
- Habermas, J. (1998). *Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. España: Taurus.
- Kliksberg, B. (1998). Seis tesis sobre participación. En: *Revista Venezolana de Gerencia*, 6(3). Vicerrectorado Académico. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia. 189-201
- Ley Orgánica del Poder Popular (2010). Capítulo I. Disposiciones Generales. Caracas, Venezuela: Asamblea Nacional.
- Linares, C. (2003). Participación social. Premisas para su estudio. En *Comunicación Social. Selección de textos*. Compilado por: López, L. Primera reimpresión. Cuba: Editorial Félix Varela.
- Luna, P. (2010). Participación ciudadana... De lo consultivo a lo resolutivo. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/politica/tesis313.pdf>
- Martínez, M. (2008). *Evaluación cualitativa de programas*. México: Trillas.
- Rebellato, J. (2003). La participación como territorio de contradicciones éticas. En *Comunicación Social. Selección de Textos*. Compilado por López, L. Primera reimpresión. Cuba: Editorial Félix Varela.
- Reese, S. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de "jerarquía de influencias". En: *Communication & Society*, 12(2), pp.47-68. Recuperado de http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=131#C06
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Antioquia, Colombia: CONTUS.